



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación  
Comunicación Social

**AUTOR:**

Velarde Freire, Luis Fernando

**TÍTULO:**

**Influencia de la televisión educativa en el aprendizaje de  
niños de 6 a 8 años. Estudio de recepción del programa  
*Educa.***

**TUTOR:**

Dr. Rafael Castaño Oliva, P.H.D.

**Guayaquil, Ecuador**

**2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación  
Comunicación Social

## CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Luis Fernando Velarde Freire**, como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciado en Comunicación y Periodismo**.

TUTOR (A)

---

**Dr. Rafael Castaño Oliva, P.H.D.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Mgs. Efraín Luna**

**Guayaquil, a los 18 del mes de enero del año 2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación  
Comunicación Social

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Luis Fernando Velarde Freire**

### DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Influencia de la televisión educativa en el aprendizaje de niños de 6 a 8 años. Estudio de recepción del programa *Educa***, previo a la obtención del Título **de Licenciado en Comunicación y Periodismo**, ha sido desarrollado 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 del Trabajo de Titulación, de tipo **Proyecto Investigador** referido.

**Guayaquil, a los 18 del mes de enero del año 2016**

**EL AUTOR**

---

**Luis Fernando Velarde Freire**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación  
Comunicación Social

## AUTORIZACIÓN

Yo, **Luis Fernando Velarde Freire**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Influencia de la televisión educativa en el aprendizaje de niños de 6 a 8 años. Estudio de recepción del programa *Educa***, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 18 del mes de enero del año 2016**

**EL AUTOR:**

---

**Luis Fernando Velarde Freire**

# ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	1
Capítulo 1. El Problema.....	3
1.1. Planteamiento del “Hecho Científico”.....	3
1.2. Formulación del Problema de Investigación.....	3
1.3. Justificación de la Investigación.....	3
1.4. Marco Institucional.....	4
1.5. Objetivos del Proyecto.....	4
1.5.1. Objetivo General.....	4
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
Capítulo 2. Marco Teórico.....	6
2.1. Antecedentes.....	7
2.2. Comunicación.....	9
2.3. Análisis de la Recepción.....	12
2.4. Educación.....	16
2.5. Comunicación Educativa.....	18
2.6. Televisión Educativa.....	20
2.7. Programas educativos de televisión y los infantes.....	22
2.8. Desarrollo de la Televisión Educativa en Ecuador.....	25
Capítulo 3. Metodología.....	28
3.1. Tipo de investigación.....	28
3.2. Enfoque Metodológico.....	28
3.3. Formulación de Hipótesis.....	29
3.3.1. Definición conceptual de variables.....	29
3.3.2. Definición operacional de la variable.....	30
3.4. Población y Muestra.....	31
3.5. Técnicas de Investigación.....	31
Capítulo 4. Análisis de resultados.....	34
4.1. Resultado de Encuestas.....	34
4.2. Resultado de Entrevistas Abiertas.....	42
4.3. Resultado de Entrevistas Semi-Estandarizadas.....	45
4.4. Conclusiones de Entrevistas.....	48
4.5. Resultado de Grupo Focal.....	49
4.6. Discusión de Resultados.....	50
4.7. Comprobación de la Hipótesis.....	51

<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>52</b>
<b>6. Recomendaciones.....</b>	<b>54</b>
<b>7. Bibliografía.....</b>	<b>55</b>
<b>8. Anexos.....</b>	<b>58</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Definición operacional de las variables.....	30
Tabla 2.- Conclusiones de entrevistas.....	48
Tabla 3.- Ficha de características de integrantes del grupo focal.....	49

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- Captura de pantalla de fórmula para limitar muestra de población.....	31
Gráfico 2.- Número de encuestados, espectadores del programa <i>Educa</i> .....	34
Gráfico 3.- Causa de no ser espectadores del programa <i>Educa</i> .....	35
Gráfico 4.- Causa de ser espectadores del programa <i>Educa</i> .....	36
Gráfico 5.- Frecuencia del consumo del programa <i>Educa</i> .....	37
Gráfico 6.- Elementos que gustan del programa <i>Educa</i> .....	38
Gráfico 7.- Utilidad del programa <i>Educa</i> en su educación académica.....	39
Gráfico 8.- Empleo de lo visto en <i>Educa</i> en materias escolares. .....	40
Gráfico 9.- Elementos que agregarían al programa <i>Educa</i> .....	41



## RESUMEN

Esta investigación se enfocó en determinar el nivel de influencia de la recepción del programa educativo de televisión *Educa* en sus consumidores de 6 a 8 años de edad. En su desarrollo, se realizó una búsqueda bibliográfica sobre la televisión educativa y su efecto en niños. Posteriormente, se aplicó una encuesta a estudiantes de la escuela *María Reina de Fe y Alegría* para recoger datos sobre la recepción que mantienen los infantes, del programa educativo. También se efectuó entrevistas a expertos en Comunicación, Psicología escolar y Pedagogía para recopilar información, que reveló la incidencia que mantiene el programa de televisión en el aprendizaje de los niños, como uno de los alcances que posee en sus consumidores. Luego, se desarrolló un grupo focal con los niños, para detallar la información sobre las razones de su preferencia de consumo del programa *Educa* y acerca de sus efectos puntuales que tiene en su aprendizaje. Finalmente, esta investigación tuvo como resultado que, la recepción del programa *Educa* tiene un efecto directo en el campo educativo de sus consumidores, logrando un refuerzo del aprendizaje.

**Palabras Claves:** Comunicación, Estudio de recepción, Televisión Educativa, Educación, Aprendizaje, Escuela, Niños.

## ABSTRACT

This research focused on determining the reception's level of influence of the educational television program *Educa* in their viewers from 6 to 8 years old. The methodology held was a literature review about the effects of educational television on children. Later, a survey was applied to students of the school *Maria Reina de Fe y Alegría* to gather information about the educational program. Also, interviews were conducted with Communication, School Psychology and Pedagogy experts to compile information that revealed the incidence of the television program in the children's learning. Then, a focus group was discussed with the children to find the reasons of *Educa's* reception preference. Finally, this research concluded that the reception of the program *Educa* has a direct effect in the educational field of their viewers, achieving a reinforcement of the learning.

**Keywords:** Communication, Studio Reception, Educational Television, Education, Learning, School, Children.

# INTRODUCCIÓN

La presente investigación es realizada para determinar el nivel de influencia por la recepción que produce el programa *Educa*, en el aprendizaje de sus consumidores de 6 a 8 años y resaltar la incidencia que mantiene en su campo educativo. Este programa de televisión es transmitido actualmente por todos los canales nacionales. La motivación de estudiar la recepción de contenidos educativos por niños, surge a partir de la importancia sobre el alcance y efecto que un programa de televisión logre en el campo educativo de su público.

El programa de televisión utilizado para el análisis, mantiene la emisión diaria de lunes a viernes, en diferentes horarios en todos los canales nacionales. Su duración es de treinta minutos, donde transmite contenido educativo para niños desde los 6 hasta los 16 años de edad, segmentando por bloques sus temáticas que varían entre las asignaturas básicas (Lenguaje, Matemáticas, Ciencias Sociales y Naturales) y temas especiales, como Biología, Derechos Humanos, etc.

En Ecuador, los trabajos de investigación que giran en torno a los contenidos mediáticos educativos han sido enfocados en el estudio su producción y no en el alcance y efectos de su recepción. Es por esto que este trabajo será un aporte novedoso a la relación entre la comunicación y su incidencia en el campo académico de los niños consumidores del país.

El trabajo está dividido en cinco capítulos. El primero contiene una concisa introducción del tema desarrollado, los objetivos de su investigación y la formulación de la hipótesis. También incluye la presentación del objeto de estudio y la justificación de la elección del tema. Un punto importante a recalcar, es la exposición de antecedentes sobre el tema tratado e investigaciones que resaltan del manejo de contenidos educativos en medios internacionales y nacionales.

En el segundo capítulo, se encuentra el marco teórico, que abarca temas que fundamentan la investigación de acuerdo al problema que se ha expuesto, como: “Análisis de la recepción”, “Educación”, “Comunicación Educativa”, “Televisión Educativa”, “Programas educativos de televisión y los niños”, y finalmente “Desarrollo de la televisión educativa en Ecuador”.

La metodología con la que se lleva la investigación, se la encuentra en el tercer capítulo. En este apartado, se detalla que el tipo de estudio realizado es descriptivo, puesto que determina el nivel de influencia de un programa educativo de televisión y finaliza como correlacional al señalar su incidencia en el campo educativo de sus consumidores.

Los resultados de la investigación y su análisis se hallan en el capítulo cuatro, en esta parte, se presenta los resultados obtenidos del análisis de las encuestas, entrevistas y demás técnicas implementadas.

Finalmente, este trabajo culmina con un quinto capítulo que presenta las conclusiones a las que se llegó después de la investigación que se realizó y también las recomendaciones a investigadores, profesionales y académicos para lograr contribuir a una mejora en el abordaje de investigaciones sobre la recepción de contenidos mediáticos educativos.

## **CAPÍTULO 1**

### **1.1. Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”**

La escasa utilidad de programas educativos de televisión como aporte al aprendizaje de niños de 6 a 8 años de edad.

### **1.2. Problema de Investigación**

¿Qué grado de influencia tiene la recepción del programa *Educa* en el aprendizaje de sus consumidores de 6 a 8 años, estudiantes de la escuela María Clara de Fe y Alegría?

### **1.3. Justificación**

La influencia de la televisión educativa en el aprendizaje de niños de 6 a 8 años, basado en estudio de recepción del programa *Educa*, se justifica bajo los bloques de importancia, relevancia y novedad.

Es importante el estudio de este fenómeno puesto que es necesario conocer el alcance de los efectos que logra en su público la recepción del contenido que transmite.

Su análisis es relevante, ya que permite revelar la incidencia que tiene sobre sus televidentes y destacar si logra un aporte a sus conocimientos académicos.

La novedad se encuentra en su enfoque de determinación de influencia que genera en los niños, ya que estudios científicos desarrollados en el país, han tratado sobre propuestas de nuevos programas y el análisis de su contenido, mas no sobre la incidencia que pueda tener en su público un programa educativo de televisión.

El desarrollo de este estudio se realizó con alumnos de la escuela María Reina de Fe y Alegría, puesto que mantienen dentro de su formación académica una vinculación educativa en conjunto con los medios de comunicación. Perteneciendo a la comunidad de Jesuitas y en colaboración con el *IRFEYAL, Instituto Radiofónico Fe y Alegría*, esta escuela emplea dentro de su capacitación académica, información que sus alumnos puedan recibir de los medios de comunicación nacional.

#### **1.4. Marco Institucional / Línea de Investigación**

El proyecto está enmarcado en la línea de investigación correspondiente al estudio de construcción discursiva y recepción, puesto que se basa en el análisis de la influencia que tiene el programa educativo de televisión, *Educa*, en sus consumidores de entre 6 y 8 años de edad, en la práctica del aprendizaje académico.

#### **1.5. Objetivos del Proyecto**

##### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar el grado de influencia de la recepción que produce el programa *Educa*, en el aprendizaje de sus consumidores de 6 a 8 años para resaltar la incidencia que mantiene en el aprendizaje, realizando una investigación de campo en la escuela *María Clara de Fe y Alegría*.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- a. Establecer las principales corrientes teóricas que se enfocan en el análisis de recepción e influencia del programa de televisión *Educa*, a partir de un análisis de la literatura.
- b. Identificar las técnicas de investigación que permiten el estudio de la influencia de la recepción del programa de televisión *Educa* en sus consumidores de 6 a 8 años, a partir del criterio de expertos.
- c. Diagnosticar el nivel de recepción del programa de televisión *Educa* en consumidores de 6 a 8 años, mediante una encuesta a los niños.
- d. Establecer el efecto del programa *Educa* en el campo educativo de sus consumidores de 6 a 8 años, realizando una entrevista a los maestros.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. Marco Teórico**

La investigación estuvo encaminada bajo una estructura en la que se profundizaron en los siguientes conceptos:

- 2.1. Antecedentes
- 2.2. Comunicación
- 2.3. Análisis de la recepción
- 2.4. Educación
- 2.5. Comunicación Educativa
- 2.6. Televisión Educativa
- 2.7. Programas educativos de televisión y los infantes
- 2.8. Desarrollo de la televisión educativa en Ecuador



## 2.1. Antecedentes

En la década de los cincuenta, inicia la construcción de programas educativos en el continente americano, siendo en Estados Unidos el país donde se encuentran el mayor número de estos casos. La empresa Public Broadcasting System, fue la más reconocida por sus producciones enfocadas en la educación y cultura, transmitidas en más de cincuenta canales públicos. Similarmente, Children's Televisión Workshop, también resaltó como productora al difundir a nivel mundial a uno de los programas educativos más reconocidos en el mundo, *Plaza Sésamo* o *Sesame Street*.

Veinte años más tarde, inician las interrogantes sobre la influencia de este tipo de producto mediático en sus consumidores. Uno de los estudios más valiosos fue elaborado por la Unesco, que lo desarrolló por:

La variedad de experiencias emprendidas en este campo, adaptadas a muy diversos sistemas educativos y niveles de desarrollo de la comunicación, parece indicar una tendencia irreversible. Tales experiencias sugieren también la necesidad de medir el impacto de la televisión en la infancia, sobre todo en lo tocante al desarrollo de las aptitudes cognoscitivas". (Holtzman, 1981, 3).

En Ecuador también se han realizado producciones con contenido educativo, con el fin de formar al público infantil y adolescente. Un aspecto negativo de esto es que la mayoría de dichos programas se mantuvieron al aire por cortos períodos de tiempo, como: Tv Patín y El Rincón de los Bajitos, y los aún recordados TikoTiko y Doctor Expertus. En la actualidad la televisión ocupa un lugar en la vida de los niños, es por ello que la televisión debe ofertar emisiones que aporten al desarrollo, conocimiento y sobre todo a reforzar el aprendizaje de los telespectadores. En Ecuador, solo existen dos canales de televisión que mantienen este tipo de productos: Ecuador TV (Televisión Pública) y UCSG Televisión.

Para Abrego (2000):

La Televisión Educativa persigue objetivos muy definidos en el campo educativo, que contribuyen de manera eficaz en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su interés e intención es básicamente el de educar en un sentido amplio, ofreciendo a través de la televisión una serie de contenidos inmersos en cada uno de los niveles educativos, incorporando además conocimientos, valores y habilidades. (p. 10)

Partiendo de esta concepción, la presente investigación se centra en el estudio de la incidencia del programa Educa, con el propósito de revelar su aporte académico en los niños. Este proyecto televisivo, se originó en el año 2011 con la aprobación de la Semplades (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). Su fin es “proveer al sistema educativo ecuatoriano y a la comunidad en general de contenidos audiovisuales y multimediales que fortalezcan la construcción de la sociedad ecuatoriana de paz, en el marco del Buen Vivir” (Sitio Web Educa, 2015). Desde el 1 de octubre de 2012, Educa salió al aire en los canales de televisión nacional para:

Dar cumplimiento a la Ley de Radiodifusión y Televisión vigente que prescribía la Hora Educativa, en todos los canales de televisión nacional. Desde el 24 de junio de 2013, EDUCA mantiene la Hora Educativa, de acuerdo al Art. 74, numeral 4 de la Ley Orgánica de Comunicación que dice: “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. (Sitio web Educa, 2014).

Desde entonces, transmite sesenta minutos de contenido educativo para público infantil, juvenil, docentes y familiares. Entre los segmentos para el público infantil, se encuentran: “Mi voz, Mi mundo”, “La nota de lata”, “Erase una vez”, “Veoveo”, “Telma y Pitágoras”, “Taller de Papo”, entre otros; cuyo fin es transmitir conocimientos de forma didáctica e interactiva sobre las materias básicas que los niños reciben en sus escuelas como Lenguaje, Matemáticas y Ciencias.

## 2.2. Comunicación

Esta ciencia ha sido un objeto de estudio desde la construcción de la sociedad, como su mecanismo para la interacción entre individuos, formación y mantenimiento de su cultura. Varios son los teóricos que, desde diferentes ciencias, aportan a su evolución; dotándola con diversas concepciones acerca de los procesos y elementos que la comunicación comprende.

Desde el punto de vista sociológico, se afirma que: “Desde las más tempranas formas de gestualidad y uso de lenguaje hasta los desarrollos más recientes de la tecnología informática, la producción, almacenamiento y circulación de información y contenido simbólico ha constituido una característica central de la vida social” (Thompson, 1998, p. 25).

Por esto, la comunicación es estudiada como una base fundamental que sostiene la vida social, ya que todo ser humano la emplea desde temprana edad con el fin de emitir información a su entorno. También, funciona como un sostén de la interacción entre los individuos, siendo la encargada de circular toda información o contenido simbólico producido por el hombre.

Como un proceso más simple, Stanton, Etzel y Walker (2007), definen a la comunicación como “la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte” (p. 511).

Esta concepción, evidencia el grado de simplicidad desde el que se puede definir esta ciencia. Recoge solo a tres elementos de ella, pero añade que la información transmitida puede ser verbal o no verbal y el papel del receptor como activo o pasivo.

Thompson (1998), también afirma que la comunicación es una forma de acción, bajo el fundamento de que:

Incluso desde que Austin observó que pronunciar una expresión es ejecutar una acción y no meramente informar o describir algún estado de cosas somos más sensibles al hecho de que hablar un lenguaje es una actividad social a través de la cual los individuos establecen y renuevan las relaciones que mantienen unos con otros. (p. 27)

Con esto, se aclara que en el proceso comunicativo, el elemento de las expresiones, no solo informa o describe un estado, sino también, son tomadas como una acción del lenguaje primordial en la actividad social. Esta acción es muy importante, ya que permite que los individuos formen y mantengan relaciones entre los mismos.

Desde el punto de vista del Marketing, los expertos Lamb, Hair y McDaniel (2006) definen a esta ciencia como: "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos" (p. 484).

Bajo esta perspectiva, se analiza a la comunicación como un proceso que, básicamente, permite compartir significados entre individuos. Aunque, también añade que dichos significados deben pertenecer a un conjunto común de símbolos, lo que significa que tanto como el emisor como receptor, deben compartirlo.

Según Idalberto Chiavenato (2006), la comunicación: "Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social" (p. 110).

De esta concepción se puede destacar, que esta ciencia cumple con la función de poner en común una información, siendo esto, una pieza clave para la organización humana en la sociedad.

Profundizando las definiciones anteriormente presentadas, se puede puntualizar que, la ciencia de la comunicación es una actividad social que implica un proceso de transmisión e intercambio de información o ideas, entre individuos que comparten un conjunto de significados en un contexto determinado.

### **2.3. Análisis de Recepción**

Los efectos que producen los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, han sido objeto de estudio desde las primeras investigaciones sobre los elementos que comprende la Ciencia de la Comunicación. Sus estudios prevalecen hasta la actualidad, como una garantía del cumplimiento completo del proceso de interacción.

Los investigadores que sustentan la teoría hermenéutica de la comunicación, al hablar de este elemento, afirman que: “la recepción de las formas simbólicas (incluyendo los productos mediáticos) siempre implican un proceso de interpretación creativo y contextualizado en el cual los individuos hacen uso de los recursos disponibles para dar sentido a los mensajes que reciben” (Thompson, 1998, p. 22).

Esta aseveración recalca la inclusión de la interpretación creativa y del contexto dentro del proceso de recepción de cada sujeto. También resalta que la capacidad de recepción depende de los recursos con que cada individuo puede contar para recibir las formas simbólicas.

Mediante una exploración que profundiza los elementos de este campo, se fundamenta que este proceso de análisis se basa principalmente en: “la evaluación de la información específica, educativa, política y de marketing, a través de la exposición selectiva y de las diferencias mensurables entre los sujetos expuestos y los no expuestos” (Bryant y Zillmann, 1996, p. 39).

Bajo este fundamento se aclaran los elementos de análisis que incluyen los estudios de recepción simbólica, como también la extensión de impacto de los mismos, mencionando que no es general sino selectivo; incluyendo también en su selección, las diferencias entre los receptores activos y pasivos.

Thompson (1998), propone una nueva perspectiva sobre el término central del análisis, determinando que:

La recepción debería verse como una actividad; no como algo pasivo, sino como un tipo de práctica en la que los individuos se implican y trabajan con los materiales simbólicos que reciben. En el proceso de recepción, los individuos utilizan los materiales simbólicos para sus propios propósitos, en formas que pueden resultar extraordinariamente variadas, aunque relativamente ocultas, ya que estas prácticas no se limitan a ningún lugar en particular. (p. 62)

Con esto, se determina a la recepción como una situación activa e ilimitada de los individuos dentro del proceso comunicacional, ya que cada sujeto emplea diferentes mecanismos para poder apropiarse de los mensajes que recibe complaciendo sus propósitos, siendo esto, un factor independiente a otros elementos de la comunicación con los medios.

En los estudios de recepción de América Latina, en la definición de algunos de sus principales ejes conceptuales se señala que: “La comunicación se convirtió en una cuestión de mediaciones más que de medios, en una cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos, sino de reconocimiento” (Barbero, 1987, p. 2).

Este aporte sintetiza una de las principales premisas de los autores latinoamericanos que, en el ámbito de los estudios de recepción, defienden pensar la comunicación en el marco del proceso de las culturas, ya que este sistema de interacción social incluye también la apropiación de los mensajes recibidos y su empleo para la construcción de la cultura de cada individuo.

En palabras de Guillermo Orozco, autor fundamental en los estudios de recepción en América Latina:

La familia en tanto que grupo donde regularmente se ve la televisión y se entabla una interacción directa con su programación cotidiana, constituye también una “comunidad de apropiación” del mensaje

televisivo. Los miembros de la familia, sobre todo los adultos, ejercen una influencia permanente en los más pequeños (los niños), no sólo en los gustos y preferencias televisivas que van desarrollando, sino también en sus modos de apropiación de lo que ven y escuchan en la pantalla. (1992, p. 11)

Desde esta perspectiva, el análisis de recepción no solo debe abarcar estudios enfocados en los efectos que producen los mensajes, sino también, debe incluir el elemento de la apropiación, que se produce desde el núcleo de la sociedad y encierran sus preferencias culturales.

Medina (1998), propone una caracterización del concepto de receptor activo, mencionando que este:

Insiste en la capacidad del receptor en la construcción de sentidos, en la resemantización de los mensajes, en la no linealidad del proceso comunicativo, en la complejidad de las estrategias de consumo. Coloca al receptor en la posición activa que le da su "saber reconocer", su libertad de lectura, su habilidad para resistir a los mensajes dominantes, el carácter negociado de los procesos de apropiación. (p. 4)

Este aporte distingue a una tipología de receptor mediático en particular. De esta caracterización se puede destacar que los receptores activos no mantienen una linealidad en el proceso de comunicación, más bien, este posee una habilidad de lectura que le permite reflexionar y a la vez discernir que contenidos aceptar del medio de comunicación. Al mismo tiempo, este tipo de receptor, se apropia del mensaje recibido y, a partir de ello, logra asignarle al contenido recibido una utilidad para su beneficio.

Reflexionando sobre las diversas perspectivas y aportes que los autores le han dado a este elemento de estudio, se puede concretar que el análisis de recepción es una investigación enfocada a un sistema de efectos producidos por mensajes emitidos desde los medios de comunicación; los mismos que



comprenden diversos elementos particulares, que cada individuo emplea en la construcción de su cultura y la comprensión de su contexto. La tipificación de los receptores y su caracterización permite distinguirlos y, con ello, saber a cuáles incluir dentro del análisis en la recepción de medios de comunicación.

## 2.4. Educación

La primicia de la educación se ha mantenido a través del tiempo como el proceso de socialización fundamental, que permite la formación intelectual de los individuos. Su finalidad se basa en desarrollar las capacidades para que los individuos se integren en su totalidad a la sociedad. Entre las corrientes teóricas destacadas se ha definido a la educación desde distintas perspectivas.

Uno de los más destacados, lo expuso el francés Delors (1996) quien determinaba que:

La educación deberá transmitir, masiva y eficazmente, un volumen cada vez mayor de conocimientos teóricos y técnicos evolutivos, adaptados a la civilización cognoscitiva, porque son las bases de las competencias del futuro. (...) En cierto sentido, la educación se ve obligada a proporcionar las cartas náuticas de un mundo complejo y en perpetua agitación y, al mismo tiempo, la brújula para poder navegar por él. (p. 22)

Según este autor la educación es un proceso que se encarga de transferir información útil y necesaria para la persona. Dicha proceso no debe ser interrumpido, sino continuo, llevando a que se convierta en una necesidad para poder construir altos intelectos.

Bajo otro criterio, investigadoras definen a esta ciencia como una:

Transmisión y construcción cultural; ya sea formal o informalmente, educar es siempre generar y transmitir, dejar y modular universos simbólicos, significados, pautas de comportamiento, habilidades comunicativas, lenguajes, visiones del mundo. Sin embargo, es poco frecuente que como educadores seamos conscientes de ello, o si lo somos, que actuemos en consecuencia. (Aguado, Gil, Mata, 2005, p. 3)

Esta visión agrega a las demás, que muy pocas veces los responsables de educar no mantienen con conciencia la labor que realizan, la cual deben

asumir como sumamente importante porque son quienes transmiten todos los conocimientos.

El chileno Fuenzalida (2005) indica que:

La educación se amplía más allá de la escuela. Puede incluir educación sistemática primaria, secundaria y universitaria, perfeccionamiento de los maestros, capacitación profesional y educación permanente; pero también ampliación del conocimiento o de la cultura personal. Tal concepto amplio y permanente es más acorde con la actual sociedad del conocimiento y de la información. (p.6)

La visión de este teórico es más amplia, al incluir que este proceso va más allá de un estudio básico, centrándose en perfeccionar constantemente los conocimientos de los individuos. Se agrega también que los estudios básicos son una base necesaria pero, que es más importante aún, no detener su capacitación.

Basado en las definiciones expuestas, se puede concluir que la finalidad de la educación se basa en la transmisión de conocimientos, como base de la evolución de una sociedad. Los individuos pueden desarrollar esta ciencia en diferentes etapas de su vida, ya sea de forma informal o formal, siendo este último caso, llevado por docentes cuyo papel es importante en su desarrollo ya que son los encargados de transmitir los conocimientos a través del tiempo.

## 2.5. Comunicación Educativa

En el desarrollo de esta temática se resalta el término *Educomunicación*, que Germán Parra (2000) explica que en su definición:

Se evidencia la importancia de las interrelaciones entre los procesos de aprender y de formarse con los procesos de mostrar, difundir e intercambiar opiniones (...) Dada las relaciones de los dos campos de conocimiento (educación y comunicación): es la pedagogía que orienta y enseña cómo desarrollar aprendizajes significativos, y a la vez, cómo consumir productivamente los mensajes que nos vienen de los mass media y del intercambio de pensamientos que se producen en la convivencia social. (p. 11)

Este autor determina una relación entre los procesos de comunicación y educación, al dedicarse entre ambos a instruir y formar a los individuos. Se agrega además que su objetivo es mostrar contenidos realmente educativos que instruyan a la sociedad, bajo procesos ayudan a aceptar o rechazar la información.

Castillo explica este fenómeno, afirmando:

Incorporar la televisión a la escuela como recurso para el aprendizaje significa ir mucho más allá de la adquisición de un aparato o de ofrecer de cuando en cuando a los niños y jóvenes algún programa. (...) Comprometidos con el aprendizaje, tenemos todo el derecho, y la obligación, de analizar y criticar los programas orientados a confundir o a frustrar el aprendizaje. (...) La utilización del medio, entonces, en función de la promoción y el acompañamiento del aprendizaje, es decir, del proceso de apropiación del mundo y de sí mismo que vive el niño con nosotros. (1999, p. 20)

De este aporte, vale destacar que al incorporar un medio de comunicación dentro del campo académico de un infante, no se debe tratar al mismo como una herramienta para el entretenimiento, sino mostrarlo como un soporte diferente que ayude a mejorar su enseñanza.

Esta última aseveración se revalida con la expresión de Salinas Ibáñez (1995), quien menciona que:

La necesidad de introducir los medios en la enseñanza, pese a las reticencias de reducidos sectores, parece una idea generalizada. La discusión, sin embargo, no debe focalizarse en la introducción o no introducción de los medios en el proceso educativo, sino en cual va a ser la función que en dicho proceso van a cumplir. (p. 23)

Para agregar ciertas características de este fenómeno, Mario Kaplún (1998) añade que:

La comunicación educativa rechaza tanto la idea de diferenciación jerárquica entre educadores y educandos – los primeros dueños de una verdad que llevan a los segundos - como la de <<un educador pasivo que por un malentendido “respeto” se responsabiliza de la finalidad del proceso educativo y se inhibe de hacer su aporte>>. (p. 62)

Este aporte determina que en una comunicación educativa no se mantiene la idea de que los aprendices se mantienen subordinados por solo ser receptores de información que transmiten sus docentes, sino que estos pueden aprender también sin necesidad de la existencia de los otros, valiéndose de instrumentos como los medios de comunicación.

Todos estos saberes científicos permiten definir a la comunicación educativa como una disciplina determinada a formar el intelecto y comportamientos de las personas con el soporte de la información, transmitida por los diferentes medios de comunicación a sus receptores.

## 2.6. Televisión Educativa

Como medio de comunicación, la televisión, se ha incluido en otros campos diferentes a su fin de entretener e informar, llegando a ser una herramienta con buen alcance para educar. Investigadores afirman que:

La conjugación de la curiosidad por aprender y la emoción que provoca la televisión en edades tempranas, son elementos que bien fusionados harán que la inclusión de la TV en las dinámicas educativas sea una realidad. La combinación de un lenguaje fácil y rápido con imágenes ricas en colores atrae al público infantil y juvenil. (Marín, González, García, 2013, p. 10)

Lo valioso de este postulado es la afirmación acerca de la inclusión de la televisión en las dinámicas educativas, ya que la propone como una herramienta que conlleva elementos fusionados que generan atracción y fácil comprensión de la información recibida.

Otros investigadores consideran que: “el valor educativo de la televisión radica en que ayuda en el aprendizaje de conceptos, y/o modifica/genera hábitos de conducta, valores y costumbres, ayuda a aprender conceptos” (Marín, Medrano, Sevillano y Prelado, Cortés y Palacios, 2007, p. 16).

Según estos autores, la televisión contiene un aporte educativo ya que se encarga de que su audiencia aprenda conceptos y conozca y mantenga hábitos sociales. Esto ubica a la televisión educativa como un elemento útil para que las personas progresen, individualmente, aprendiendo conceptos; y en sociedad, revalorando su hábito social.

Enfocando esta temática en Ecuador, su población:

En la actualidad, tienen la necesidad de una televisión de aprendizaje, impregnada en un contexto lúdico y de entretenimiento, educando sobre problemáticas sociales de actualidad, tomando en cuenta que los niños pasan más tiempo frente a un televisor y son la audiencia más vulnerable. (Campoverde, Pazmiño, 2010, p. 3).

Esta cita apunta hacia lo que se idealiza en el país con respecto a un aporte real de la televisión a la educación de sus consumidores. Se propone tomar

en cuenta a los niños ya que son la audiencia más numerosa y a la vez vulnerable, para que los contenidos transmitidos los lleven a aumentar su conocimiento sobre problemáticas sociales y no solo eleve su entretenimiento.

Reuniendo todos estos aportes científicos se puede concluir que la televisión educativa debe ser tomada en cuenta como una herramienta que genera, transmite y mantiene conocimientos a sus espectadores, y se debe velar para que no se lo trate solo como un instrumento de entretenimiento y de fácil alcance para los niños.

## 2.7. Programas educativos de televisión y los niños

Actualmente, los niños representan al público más numeroso que tiene la televisión y el que más tiempo está expuesto frente a sus contenidos transmitidos. De estos contenidos, los infantes abstraen información positiva y negativa, la misma que toman como enseñanzas y que, muchas veces, recuerdan más que lo observado en sus escuelas.

Interrelacionando estos dos elementos, se menciona que:

Como consecuencia de la exposición a los medios de masas en particular la televisión hoy un niño ha tenido acceso a una cantidad de informaciones y experiencias muy superior a las de un anciano hace varias generaciones. La televisión multiplica las experiencias McLuhan decía, que un niño que ve la televisión se ha hecho viejo a los tres años, y es casi Matusalén cuando en la escuela quieren empezar a enseñar cosas sencillas. (Ferrés, 1994, p. 34)

De esta afirmación se resalta la facilidad con la que el niño puede acceder a un sin número de informaciones con las cuales crearse experiencias que mantienen como conocimiento que receptaron sin necesidad de estar en un salón de clases. Con esto se quiere decir, que actualmente los niños pueden adquirir un mayor conocimiento con la información que reciben de los medios de comunicación, ya que estos llaman y mantienen su atención con elementos que el infante no recibe en conjunto en su escuela.

Brindando un enfoque más cercano, estudiosos ecuatorianos afirman que:

En la dirección de armonizar televisión y escuela quedan por vencer visiones tradicionales que suponían que televisión para niños debía ser definida exclusivamente por adultos que “consideraban “educativos y de calidad” aquellos programas dirigidos a que los niños mejoraran su rendimiento escolar”, concepto que también colisiona con la expectativa de los hogares latinoamericanos de sectores populares y medios que consideran educativo aquello que permita la resolución de los problemas, carencias y adversidades que afectan en la vida cotidiana del hogar. (Fuenzalida, citado por Abel Suing; Carlos Ortiz; Verónica González; Cecibel Marín, 2015, p. 79)



De este aporte, se resalta el conflicto que se mantiene entre la necesidad de consumo de los hogares latinoamericanos, que exige un contenido educativo útil para solucionar sus problemas sociales; frente a la visión que persigue la televisión, que pretende mejorar con estos, el rendimiento escolar de los niños.

Acerca de la influencia que el contenido televisivo tiene sobre los infantes, se afirma que:

Una importante razón por la que la televisión tiene tanta influencia en los niños y niñas es su gran similitud física con los hechos reales que representa, su metonimia, porque pueden ver con sus propios ojos lo que está pasando, y esto parece otorgar a los contenidos mediáticos un grueso barniz de credibilidad, logrando que muchos jóvenes se fíen más de las noticias a través de la televisión que de los puntos de vista de sus padres y maestros. (Liceras, 2005, p. 31)

Este aporte recalca ciertos elementos de los que los medios se valen para mantenerse como fuente de información para los niños. Las representaciones que transmite y que son un símil de la cotidianidad de ellos, logra mantener una credibilidad que no logran los maestros con sus clases ni sus padres con sus enseñanzas.

Dando un enfoque puntual, acerca de cómo los niños receptan el contenido televisivo, se expone que:

El niño aprende por experimentación, por observación y por imitación. Todo lo que no aprende por experiencia directa lo aprende por sumisión a una autoridad o por imitación de modelos atractivos. La televisión dificulta en principio la experiencia directa, pero tiene autoridad y resulta atractiva, de manera que es eficaz instrumento de penetración cultural al potenciar por estos medios el aprendizaje de conocimientos y de comportamientos. (Ferrés, 1994, p. 77)

Bajo este enfoque, se puede afirmar que la televisión es más que una herramienta de transmisión de contenidos que está al fácil alcance de los infantes. Hoy en día, este medio de comunicación es utilizado por los niños

como un medio de entretenimiento, sin estar consientes que su exposición al mismo los ubica como receptores sumisos de aprendizajes y experiencias que modificaran sus conocimientos y comportamientos.

Frente a esta situación cotidiana, distintos autores exponen postulados críticos, como Borys Bustamante (2003) quien afirma:

*La absoluta o casi absoluta falta de interés por una programación con fines educativos y culturales de modo que se aproveche el potencial educativo del medio para ponerlo al servicio de los sectores más amplios y necesitados de la población y no se trata de promover codenas gratuitas contra el modelo dominante, sino de llamar la atención, como lo han hecho otros autores (Martín Barbero), para que, frente al descuido de este aspecto relevante, se adelante una gran presión desde la sociedad civil para garantizar su presencia en el manejo del medio como institución que debe representar por igual los intereses de la nación. (p. 135)*

Este tipo de aseveraciones se pueden evidenciar en Ecuador, ya que dentro de la programación que presentan sus canales nacionales de televisión, el porcentaje de contenidos educativos es escaso, demostrando que no se aprovecha al medio como un mecanismo de educación para su público, sino solo de entretenimiento e información. La inclusión de programas educativos dentro de sus parrillas, como *Educa*, no muestra una verdadera intención de satisfacer la necesidad de educarse de sus televidentes, ya que no expone anuncios llamativos para que se los consuma. Esto, a diferencia que si se transmite publicidad de forma repetitiva sobre contenidos de entretenimiento, desaprovechando el potencial educativo que tienen en sus manos.

## 2.8. Desarrollo de la Televisión Educativa en Ecuador

Como lo menciona Abrego (2000):

La Televisión Educativa persigue objetivos muy definidos en el campo educativo, que contribuyen de manera eficaz en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su interés e intención es básicamente el de educar en un sentido amplio, ofreciendo a través de la televisión una serie de contenidos inmersos en cada uno de los niveles educativos, incorporando además conocimientos, valores y habilidades. (p. 10)

Esta definición se relaciona directamente con la formación de la ciudadanía a través de los medios de comunicación. La oferta televisiva que exponga contenidos que incorporen información que genere conocimientos, habilidades y valores, estará cumpliendo con la intención exacta de un contenido educativo, diferenciándolo a la vez de los contenidos de entretenimiento.

Continuando con las características de este tipo de contenido, Fuenzalida expone dos formas de exposición de los mismos para su mayor aprovechamiento:

*1. Por una parte, la posibilidad de realizar programas televisivos de recepción masiva, en diversos géneros de entretención, y con temáticas alusivas a los problemas y necesidades de la vida cotidiana de las audiencias. 2. Por otra parte, una TV infantil representando lúdicamente más bien la exploración de su propia afectividad, el fortalecimiento de su autoestima, y procurando a través de la identificación ficcional la autoconfianza en sus capacidades internas de crecimiento y logro. (2011, p. 23)*

A través de este aporte, se pueden resaltar distintos elementos que la televisión ecuatoriana ha utilizado para producir programas educativos. Con representaciones lúdicas, que hacen alusión a problemas y necesidades sociales contemporáneas, distintas producciones nacionales han intentado

cumplir con la labor de educar a sus espectadores. Lamentablemente, por no perder su capacidad de entretenimiento han dejado a un lado el complementar sus contenidos con elementos que busquen fortalecer autoestima o aumente capacidades individuales de conocimientos y valores.

Con un enfoque sobre los contenidos educativos en medios de Ecuador, el estudio *Comunicación, educación y ciudadanía, conocimiento y experiencia en las teorías e investigación en América Latina*, apunta que:

Es la hora de ir pensando en políticas, programas y proyectos que recojan los aportes más significativos que potencien, concreten y proyecten una realidad educomunicacional que trascienda nacional e internacionalmente, mediante los preciosos recursos tecnológicos a los cuales podemos acceder ya con bastante facilidad. Es tiempo, entonces, que las universidades a través de las facultades de comunicación y educación comiencen a sistematizar sus experiencias, atender las demandas de la ciudadanía, y a encontrar espacios de diálogo que permitan diagnosticar, debatir y, sobre todo, ir contando con mecanismos académico-institucionales. (Pereira, 2010, p. 61)

Lo que este autor propone, como nuevo paradigma, es un uso completo y eficiente de las herramientas tecnológicas, que se tiene hoy en día al alcance de los medios, para construir políticas internas que lleven a la creación de proyectos y programas con fines educacionales. También agrega, la atención que debe tener la academia, desde las facultades de comunicación, para que comiencen a ser contribuyentes de conocimientos y experiencias que generen un progreso a la sociedad de Ecuador.

En conclusión, en Ecuador la creación de programas de este tipo son escasos o nulos, más bien, se han inclinado a una u otra forma a presentar formatos de otros países y que el público los consume o no, según sus exigencias. Por lo tanto, según los aportes teóricos mencionados en este apartado, el aumento de contenidos educativos dentro de la televisión nacional debe ser motivada desde el campo académico hacia las empresas, para que estas últimas generen nuevas estrategias que incluyan el satisfacer la necesidad de aprender de sus consumidores y con ello ser generadores

de progreso utilizando una de las herramientas más eficaces de transmisión de conocimiento, como lo es la televisión.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. Metodología**

El paradigma metodológico de esta investigación fue *Positivista* ya que se orienta bajo la comprobación de una hipótesis y su método científico es no experimental, manteniendo una relación del investigador independiente con el objeto de estudio. Las investigaciones realizadas siguiendo este paradigma se caracterizan por ser formales a partir del manejo del conjunto de variables que pretende estudiar.

#### **3.1. Tipo de Investigación**

Esta investigación se desarrolla como descriptiva puesto que determina el grado de influencia de la recepción de un programa educativo de televisión y finaliza como correlacional al señalar la incidencia que tiene en sus consumidores. Este tipo de investigación, identifica un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El objetivo particular de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Además, su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

#### **3.2 Enfoque Metodológico (cuantitativo / cualitativo / mixto)**

El enfoque metodológico utilizado para el desarrollo de esta investigación fue mixto. En una primera parte se utilizó técnicas cuantitativas, como la encuesta, que generó resultados estadísticos. Posteriormente, se empleó también técnicas cualitativas, como entrevistas abiertas y semi-

estandarizadas y grupo focal, con el fin de definir el grado de influencia la recepción del programa *Educa* en el aprendizaje de niños de 6 a 8 años de edad.

### **3.3. Formulación de Hipótesis**

La recepción del programa *Educa* tiene una influencia directa en el campo educativo de sus consumidores de 6 a 8 años de edad, logrando un refuerzo del aprendizaje.

#### **3.3.1. Definición Conceptual de Variables**

En este apartado, según las normas de investigación, se define, desde reconocidos teóricos, a las variables de investigación (sin que sea necesario reflexionar sobre las citas).

Para el catedrático en Comunicación Social, Guillermo Orozco (2008), la *Recepción* "se considera como un proceso múltiple y contradictorio en donde entran en juego una variedad de mediaciones determinadas tanto por las relaciones sociales del sujeto, como por su posición social, cultural e histórica" (p. 22).

El *Aprendizaje* se define como "un proceso mediante el cual un sujeto adquiere destrezas o habitualmente prácticas, incorpora contenidos informativos o adopta nuevas estrategias de conocimientos o de acción" (Sánchez Cerezo, citado por Coloma y Tafur, 2000, p. 63).

### 3.3.2. Definición Operacional de la Variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>Recepción</b>	Estrategia de consumo	Recursos utilizados
		Evaluación de la información
		Material simbólico recibido
	Relaciones sociales del sujeto	Propósito individual
		Limitación social
		Limitación cultural
	Efectos en el receptor	Apropiación del mensaje recibido
		Influencia en toma de decisiones
		Generación de hábito en actividades cotidianas
<b>Aprendizaje</b>	Habilidades del pensamiento	Razonamiento
		Contraste de información recibida
		Relación con conocimientos previos
	Refuerzo del conocimiento	Memorización
		Solución de problemas
		Análisis de conocimiento adquirido
	Práctica	Nuevos hábitos
		Aplicación en otros campos
		Evaluación de conocimientos

Tabla 1.- Definición operacional de las variables.



### 3.4. Población y Muestra

Esta investigación tiene una selección de muestra de tipo probabilística ya que los elementos se escogieron aleatoriamente dentro del rango de edades establecido por el investigador.

Se define como selección de muestra probabilística en la que “cada elemento de la población tiene una posibilidad de ser seleccionado de la muestra” (Kinnear y Taylor, 1998, p. 404).

Al reconocer la población como finita, por conocer el total de la misma (233 niños de entre 6 a 8 años de edad, alumnos de la escuela *María Reina de Fe y Alegría*), para saber cuántos del total debemos estudiar, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Gráfico 1.- Captura de pantalla de fórmula para limitar muestra de población.

Donde: N, es el total de la población; Z, equivale a 1.96<sup>2</sup>; p, es la proporción esperada (0.05); q equivale a 1 – p (0.95); y d es la precisión (5%).

Dando como resultado, una muestra de 146 niños de entre 6 a 8 años de edad, alumnos de la escuela *María Reina de Fe y Alegría*.

### 3.6. Técnicas de Investigación

La selección de las siguientes técnicas de investigación se la realizó persiguiendo el objetivo de destacar la perspectiva de profesionales, experimentados en el objeto de estudio; como también de los consumidores, para conocer los mecanismo que utiliza el programa de televisión para incidir en el campo educativo.

Las técnicas seleccionadas fueron las siguientes:

- **Investigación Bibliográfica:**

Esta investigación mantuvo su sustento teórico a través de textos científicos, con un alto contenido conceptual que permitieron obtener mayor información sobre este estudio.

- **Entrevista Abierta:**

Se realizó una entrevista abierta a una experta en Comunicación, Coordinadora de contenidos del programa *Educa*, y también a una Psicóloga Escolar para obtener amplios conocimientos y opinión crítica de los expertos en el tema.

- **Entrevista semi-estandarizada:**

Se realizó una entrevista semi-estandarizada a la Psicóloga Educativa y una Docente del centro educativo, para obtener resultados cualitativos y conocimientos más concretos el tema tratado de parte del público o consumidores del programa.

- **Encuesta:**

Se efectuó una encuesta a una muestra niños de entre 6 y 8 años de edad de la escuela *María Reina de Fe y Alegría*, para poder valorar de forma cuantitativa y cualitativa sus perspectivas acerca del programa de televisión abordado.

- **Grupo Focal:**

Se seleccionó un niño y una niña al azar, representando a cada año de edad que se ubique dentro del rango de 6 a 8 años, es decir, un total de 3 niños y 3 niñas. Con esto se busca resaltar detalladamente los rasgos más pertinentes sobre incidencia que tiene el programa *Educa* sobre su campo educativo.

## CAPÍTULO 4

### 4. Análisis de Resultados

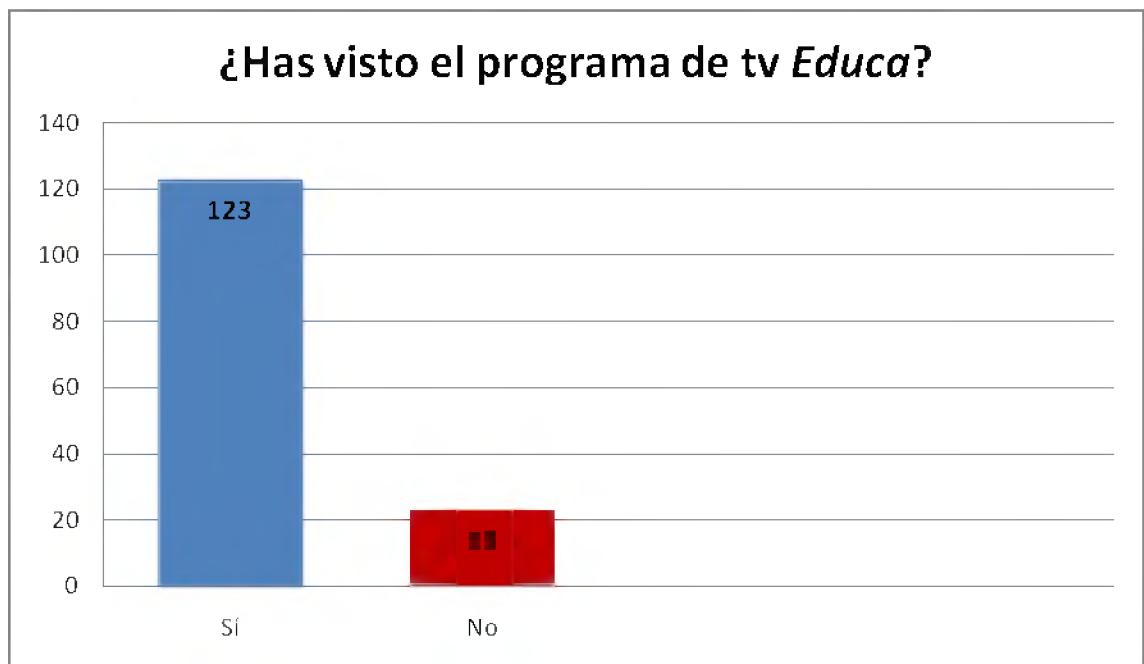
En este apartado, se observa el tabulado que arrojó el trabajo de campo. Teniendo como principal soporte el uso correcto de las bases teóricas y metodológicas dadas en capítulos anteriores, para la comprobación de la hipótesis planteada en esta investigación.

#### 4.1 Resultado de encuestas

Análisis de resultados de la encuesta efectuada a 148 niños-as de entre 6 a 8 años de la escuela *María Reina de Fe y Alegría*, de la pregunta 1 a la 8.

##### Pregunta 1.- ¿Ha visto el programa *Educa*?

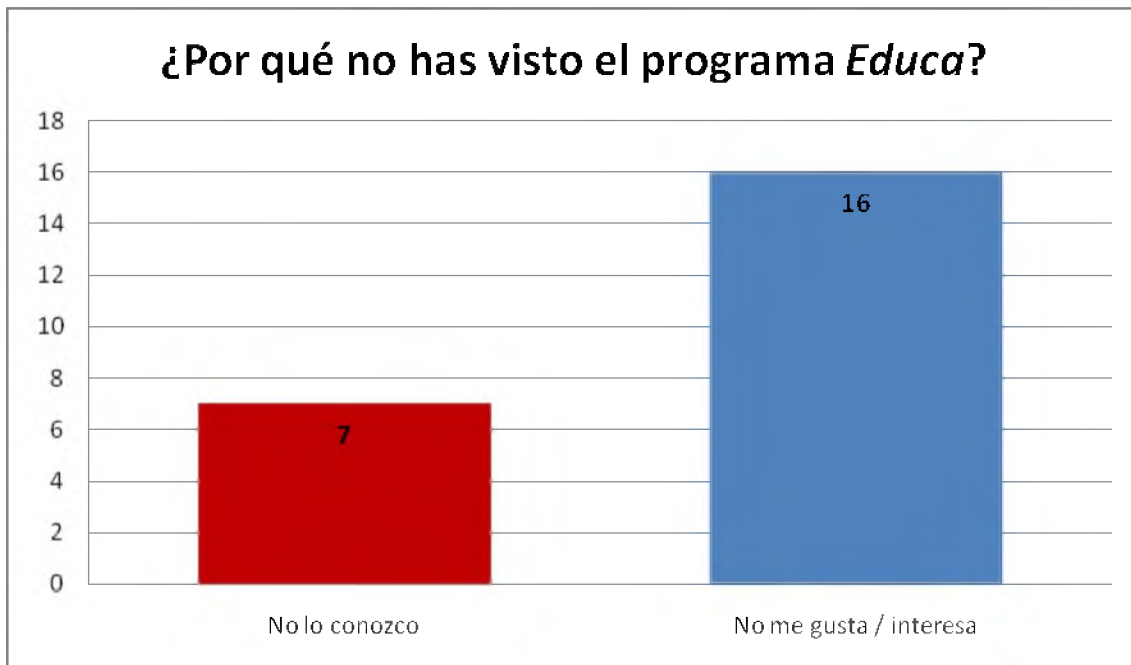
Gráfico 2



**Análisis:** De los 148 encuestados, 123 niños afirmaron haber visto el programa *Educa*. Mientras que una menor cantidad, representada por 23 niños, contestaron que no han visto este programa. Esto demuestra más del 80% de encuestados han visto el programa *Educa*.

**Pregunta 2.- ¿Por qué no has visto el programa *Educa*?**

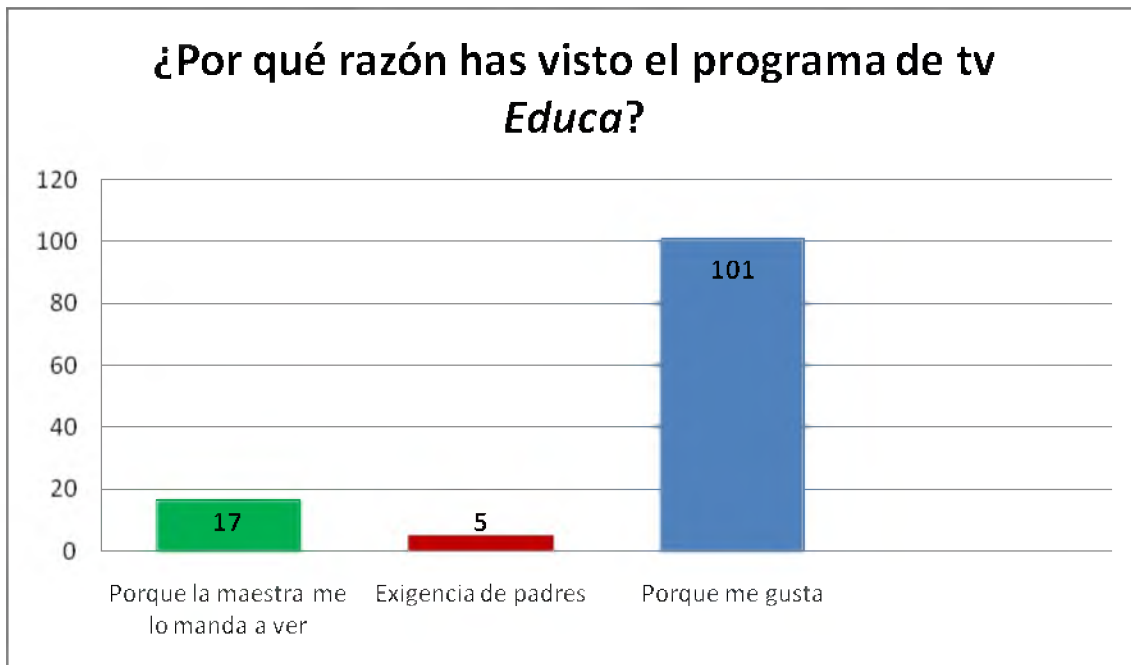
**Gráfico 3**



**Análisis:** De los 23 niños que en la primera pregunta de la encuesta negaron ver el programa, 16 declaran que su razón es porque no les gusta o interesa. Mientras que menos de la mitad mencionan que no lo conocen. Estos resultados denotan que solo menos del 5% de los encuestados no conoce el programa de televisión *Educa*, pero un 11% aproximadamente no se ha mantenido como espectadores de dicho contenido porque no ha sido de su agrado o interés.

**Pregunta 3.- ¿Por qué has visto el programa *Educa*?**

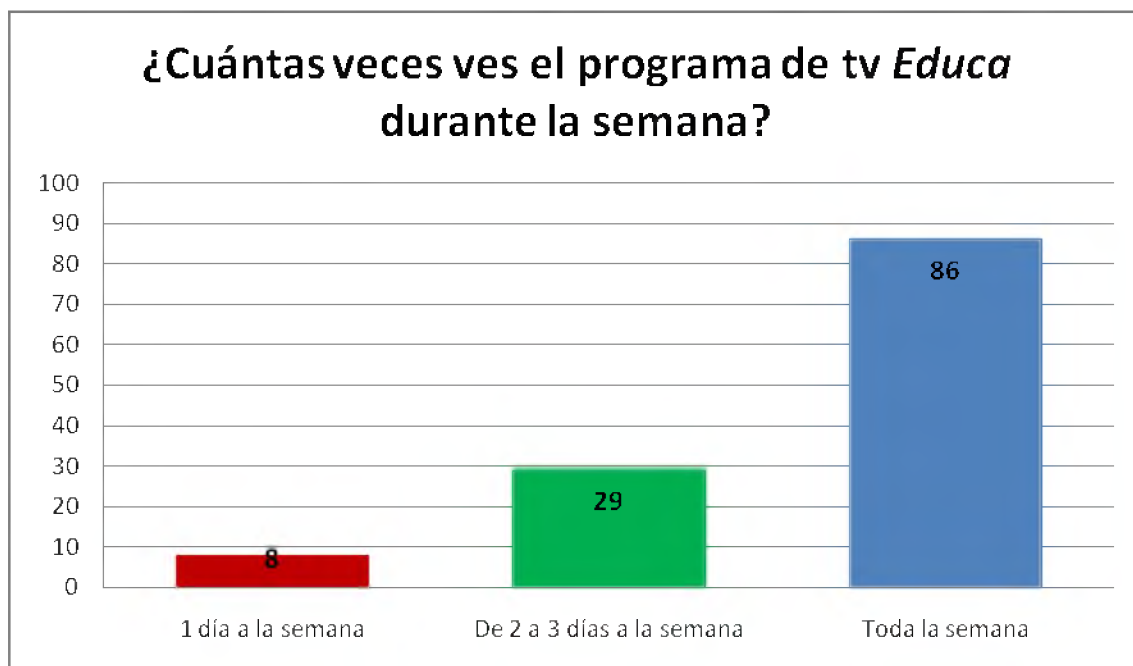
**Gráfico 4**



**Análisis:** Una considerable mayoría, representada por 101 niños de los 148 encuestados, respondieron que su razón de ver el programa *Educa* es por gusto personal. Mientras que menos del 12% lo ha visto por exigencia académica y un número menor de niños lo han visto por exigencia de sus padres. Este resultado denota que gran parte de los niños son espectadores del programa de televisión *Educa* por gusto propio y no por influencias sociales externas a sus preferencias o elección personal.

**Pregunta 4.- ¿Cuántas veces ves el programa de televisión *Educa* durante la semana?**

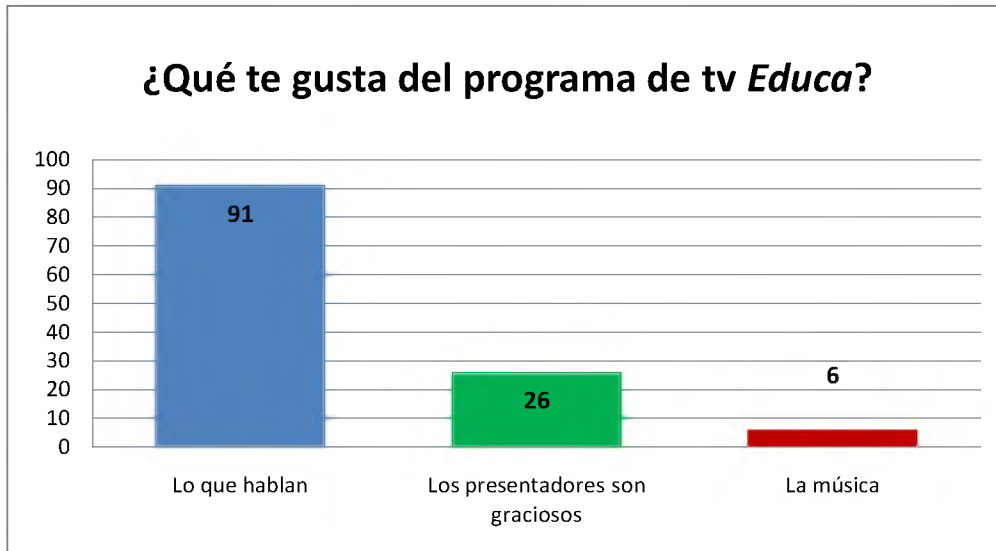
**Gráfico 5**



**Análisis:** De los 123 niños que afirmaron ver el programa, 86 de ellos aseguran verlo toda la semana, mientras que 29 lo ven de 2 a 3 días y solo 8 lo ven 1 día a la semana. Estos datos reflejan que la mayor parte de niños que consumen el programa de televisión *Educa* son espectadores frecuentes y un número significantes de ellos son permanentes.

**Pregunta 5.- ¿Qué te gusta del programa de televisión *Educa*?**

**Gráfico 6**

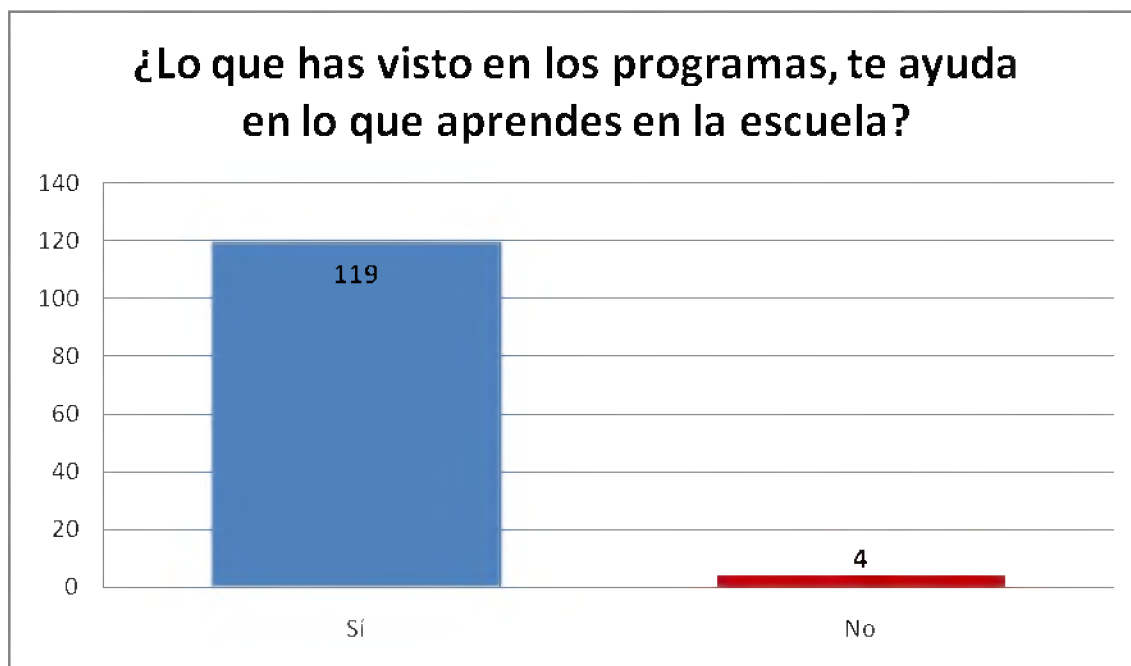


**Análisis:** 91 niños de los 123 que afirman ver el programa, aseguran que lo que más les gusta del programa *Educa* son los temas que tratan, mientras que 26 respondieron que les gustan los personajes y a solo 6 les atrae la música. Esto denota que la afinidad de los niños por el programa de televisión *Educa* se da en su mayoría por los temas que aborda y transmite y en un caso menor por los personajes que utilizan en su contenido.



**Pregunta 6.- ¿Lo que has visto en los programas, te ayuda en lo que aprendes en la escuela?**

**Gráfico 7**



**Análisis:** Respecto a esta pregunta, a 119 niños, de los 123 encuestados, si les ayuda lo que ven en los diferentes programas de *Educa* y a solo el 3% no les sirve. Vale recalcar que de las preguntas negativas se abstraigo aseveraciones como “no me ayuda porque ya sabía lo que estaba viendo porque mi ñaño me había enseñado”, o “No porque no entendía casi nada”.

Este resultado denota que, a cerca de la totalidad de niños les es útil el contenido que se transmite en los programas de *Educa* porque les ayuda a “entender mejor” lo que aprenden en las clases de su escuela.

**Pregunta 7.- ¿En qué te ayuda lo que ves en los programas?**

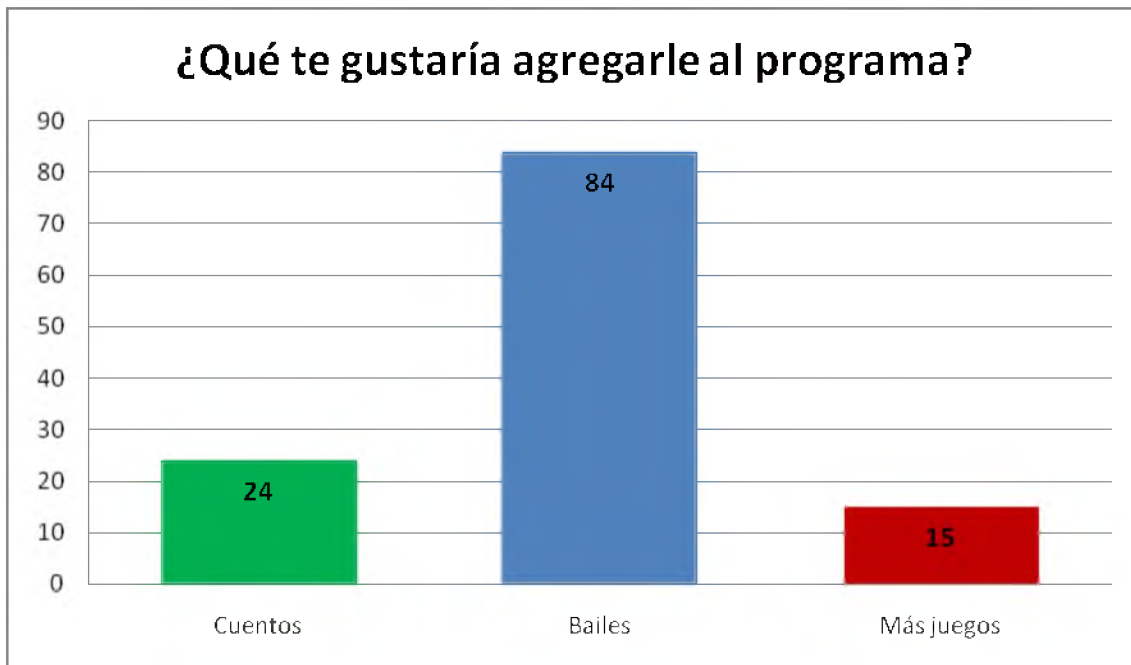
**Gráfico 8**



**Análisis:** 73 niños respondieron que el programa *Educa* los ayuda en las Matemáticas, mientras que a 35 les ayuda a aprender valores y a 15 les ayuda a aprender a leer. Estos datos demuestran que a más de la mayoría de niños encuestados, el contenido de estos programas les sirve para aprender o reforzar sus saberes sobre Matemáticas. Mientras que un número considerable refuerza su conocimiento y aprende sobre valores a través de lo que ven del programa y un número inferior utiliza la información para mejorar o aumentar su capacidad de lectura.

**Pregunta 8.- ¿Qué te gustaría agregarle al programa?**

**Gráfico 9**



**Análisis:** De los 123 niños que son espectadores del programa, 84 de ellos contestaron que les gustaría que se agregue más bailes al contenido. Mientras que 24 niños respondieron que les agradaría que se aumenten los cuentos y 15 otros, aseguraron que les gustaría que haya más juegos. Este resultado denota que la mayor parte de los niños de entre 6 a 8 años de edad, les gustaría que en el contenido del programa de televisión *Educa* se incluyan más coreografías de bailes.

## 4.2 Resultados de entrevista abierta

**Entrevistada: Ruth Baidal Tirse**

**Título profesional: Psicóloga educativa de 2do nivel (niños de 6 a 8 años de edad).**

Al consultar sobre el cómo el niño, de entre 6 y 8 años de edad, se acerca a la televisión y cuál es su preferencia, la Psicóloga Baidal asegura que “por el desarrollo evolutivo, generalmente los niños de esa edad, buscan las cosas que llaman mucho la atención. En este caso, a nivel televisivo, son los programas que muestran guerras, luchas, etc., porque son los programas que eligen los adultos y que por su alto uso de sonidos, luces y movimientos, logran atraer la atención del niño y este lo escoge por incidencia del adulto, mas no por elección propia”. Refiriéndose sobre la proximidad de los niños de este rango de edad hacia los programas de contenido educativo, Baidal comenta que “depende mucho el con quién el niño ve televisión. En casos particulares, hay niños que prenden la televisión y escogen canales sin supervisión y cuando sucede esto, en su gran mayoría escogen programas a los que ya han sido inducidos por un adulto o programas que llaman su atención con personajes o músicas que encuentran al pasar”.

Acerca del contenido que transmite el programa de televisión *Educa*, la Psicóloga se refirió acerca de los elementos que captan la atención de los niños, asegurando que “a los niños de 6 años, les llama la atención los cuentos, títeres porque son muy visuales y esas cosas les llama mucho la atención. A un niño de 7 años, les gusta más las cosas más reales; combinar la ciencia ficción con ciertas cosas de su realidad, porque a esa edad van dejando a un lado los cuentos. Y los niños de 8 años, definitivamente el cuento ya no los atrae (...) a ellos les llegan los sociodramas o representaciones más concretas y reales”.

Baidal, también resalta la incidencia que logran los programas educativos de televisión en la educación de los niños, mencionando que “logran mucho.

Gracias a ellos, el niño puede instaurar procesos que puede que en la escuela o en la casa no se den, como un buen hábito alimenticio, el respeto hacia las personas y a sí mismo”. Acerca de su vinculación sobre el conocimiento que recibe en la escuela, agrega que “lo que el niño hace es una interrelación, entre lo que ve en la escuela, lo asocia con lo que ve en la televisión; o, lo que ve en la televisión, lo transmite a la escuela si es que tocan el tema. Llega a ser un refuerzo mutuo la información que recibe en la escuela y en el programa de televisión y eso es bueno, porque su conocimiento llega por más de una vía y recordemos que los niños a esa edad son muy perceptivos y sus inteligencias múltiples incrementa”. Para saber si la información que reciben del programa de televisión incide en el aprendizaje de los niños, la Psicóloga afirma que “siempre hay cuestionamiento. Cuando un niño está interiorizando algo y algo que no le satisface, siempre te pregunta, te dice o te cuenta (...) recordando que a esa edad para los chicos la autoridad es el maestro y lo que hace es consultarle sobre si lo que vio es correcto o no y en caso de una respuesta afirmativa, el niño lo agregará como un conocimiento”.

Finalmente, la Psicóloga recomienda a los productores de este tipo de programas de televisión que “tienen que hacer una propaganda directa, ir a cada institución y presentar sociodramas porque es lo que les llega a los niños y así le despiertan el interés y la curiosidad y con eso, los niños por sí solos buscarán conocer más sobre lo que les hablan”. Sobre su contenido estima “que está bien el formato del programa, pero hay veces que se quedan con información para ciertas edades. Entonces tienen que revisar un poco más el desarrollo actual que tienen los niños porque definitivamente esta sociedad es muy diferente a la de cinco años atrás y a los de ahora les llama la atención otro tipo de cosas”.

**Entrevistada: Lic. Cecilia Novoa Uquillas**

**Cargo: Coordinadora Contenidos Buen Vivir**

La Licenciada Novoa, experimentada comunicadora social en contenidos educativos, expresa que el programa *Educa* “responde a la necesidad sentida de la comunidad educativa y población en general de beneficiarse de la televisión que, siendo divertida y entretenida, responde al derecho ciudadano de contenidos de calidad para la construcción de la sociedad de paz”, aclarando que la información que transmite es de utilidad para niños, adolescentes, padres de familia y docentes; siendo esta “contenidos audiovisuales multimediales para mejorar la experiencia del aprendizaje”.

Según Novoa, *Educa* no solo contiene información sobre las asignaturas escolares básicas, sino que también incluyen contenidos que “principalizan los ejes transversales del Buen Vivir del Currículo Nacional, como: la interculturalidad, la formación de una ciudadanía democrática, el cuidado del medio ambiente, el cuidado de la salud y los hábitos de recreación de los estudiantes y la educación sexual integral”.

Al cuestionamiento sobre bajo qué parámetros se elabora el contenido del programa *Educa*, Novoa respondió que sus contenidos responde al principio de que “los contenidos educativos forman los hábitos de consumo televisivo de las audiencias a favor de la demanda de calidad”. Y finalmente, agrega que, el conocimiento sobre si estos inciden en el campo educativo de los niños “nace de la investigación de las audiencias, (...) con la generación de data cuantitativa y cualitativa que direcciona la gestión de producción y difusión televisiva”.

### 4.3 Resultado de entrevistas semi – estandarizadas

**Entrevistada: Juanita Escalante Ordoñez**

**Título: Psicóloga educativa y orientadora vocacional.**

La Psicóloga Escalante, quien labora dentro de la escuela María Reina de Fe y Alegría, con los niños de 6 a 12 años de edad, asegura que “hoy por hoy los niños que tienen entre 6 y 8 años tienen un acceso muy grande a diferentes programas de televisión y eligen solo programas que marquen su interés personal, que más allá de que si tienen peleas o no, mientras tengan personajes o canciones que llamen su atención, se quedan enganchados”.

Acerca de la función que puede cumplir un programa educativo de televisión en el campo educativo de un niño, Escalante afirma que lo que hace este tipo de contenidos es “enseñarles o complementar lo que los niños aprenden dentro de las aulas”. Sobre este mismo tema, agrega que “en nuestro país ya son muy escasos los programas educativos. Antes había más e incluso programas como *Capitan Expertus* o *Tiko Tiko*, tenían más acogida por los niños. Ahora hay una mayoría de programas que tienen un fin diferente y que no les hace bien a los niños verlos porque no aprenden nada bueno”.

Refiriéndose sobre la vinculación que tienen los niños con el programa *Educa*, afirma que “lo tienen porque fueron motivados en un principio y luego se les creó como un hábito el verlo, porque si se esperara que los niños por sí solos escojan ese programa, la gran mayoría no lo haría”. La Psicóloga asegura que “esto se da porque desde el núcleo familiar no hay una iniciativa a que el niño vea este tipo de programas. El día en que la mamá, papá o algún abuelo se siente acompañe al niño a verlo, el niño comenzará a tomarlo como un hábito que termina siendo positivo y favorable para él”.

Como posible solución a esta última problemática, Escalante recomienda “que desde el mismo centro escolar, las maestras tengan conocimiento sobre los temas que tratan los programas para que ellas orientaran a los niños a verlo y los niños puedan ver en televisión los temas que también están trabajando en su salón de clases”. Finalmente, sugiere que para poder

resaltar los efectos o consecuencias que tiene el programa educativo en el aprendizaje del niño en una investigación “se podría utilizar encuestas dirigidas a los niños, porque para ellos es más fácil seleccionar y enumerar las cosas que les gusta, a conversar sobre ellas. Más bien, las técnicas como entrevistas pueden dirigirse a sus profesores de escuela porque ellos pueden notar diariamente el resultado que tienen los niños que ven el programa en el desarrollo de sus estudios”.

**Entrevistada: Giorgeth Cordero Gaibor**

**Título: Maestra de educación básica. Escuela María Reina de Fe y Alegría.**

Para la maestra de 3er año de educación básica, “el papel que tienen los programas educativos son muy importantes porque por ellos, muchos niños aprenden cosas que quizás no pueden aprender por falta de atención o hasta por no estar en una escuela”. Agrega también, que este tipo de contenido “sirve como complemento, porque hay ciertas partes que están relacionadas a ciertas materias que los niños están viendo en su escuela y los ayudan a entenderlas mejor”.

La maestra, asegura que “lo que dan en *Educa* es muy valioso para dar clases también. Por ejemplo, hay temas que les ha parecido interesantes a mis alumnos y eso lo conversamos en la clase y lo comparamos con lo que hemos trabajado en el salón y esto ayuda a que ellos comprendan mejor todo”.

Finalmente, afirma que “lo único que no le favorece al programa [*Educa*] es que los niños no lo eligen por sobre otros que hay en la televisión, pero lo bueno es que si es que lo ven, los niños logran aprender mucho mejor y se puede decir que aumentar su conocimiento sobre lo que aprenden en su escuela”.

Finalmente, como recomendación, menciona que “la institución que se encarga del programa deben dar más pautas a los maestros para poder utilizar al programa como una herramienta o material más para enseñar y así también asegurarían que más niños lo vean”.



#### 4.4 Conclusiones de entrevistas.

Tópicos Entrevistada	Interés de niños de 6 – 8 años, por programas educativos de TV.	Técnicas de investigación recomendadas para resaltar influencia de TV educativa en niños.	Influencia de programa <i>Educa</i> en campo educativo de los niños.
<b>Psic. Edu. Ruth Baidal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Depende con quién el niño ve televisión.</li> <li>- Solos, escogen programas que llaman su atención con personajes o músicas que encuentran al pasar.</li> </ul>	Usar técnicas cualitativas porque las cuantitativas no permiten valorar el sentimiento o visión real que tienen sobre lo que ven.	Llega a ser un refuerzo a la información que recibe en la escuela.
<b>Lic. Cecilia Novoa</b>	Es alto si el programa tiene imágenes llamativas, canciones fáciles de aprender e interactúa con juegos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuestas para destacar sus preferencias o gustos.</li> <li>- Entrevistas a sus padres y maestros para captar mejor su apreciación del producto.</li> </ul>	Mejorar la experiencia del aprendizaje.
<b>Psic. Juanita Escalante</b>	Mientras tengan personajes o canciones que llamen su atención, se quedan enganchados.	- Encuestas en las que seleccionen o enumeren las cosas que les gusta.	Enseñar o complementa lo que los niños aprenden dentro de las aulas.
<b>Doc. Giorgeth Cordero</b>	No lo escogen para aprender sino por las canciones y juegos que tienen.	Más me sirve conversar con ellos o sus profesores sobre los programas, que tomarle una prueba sobre lo que ven.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Complemento.</li> <li>- Ayudan a entenderlas mejor lo que ven en clases.</li> </ul>
<b>Conclusión</b>	Coinciden en que el interés de los niños por estos programas, dependen de qué tan llamativos sean los elementos audiovisuales que lo componen.	Encuestas dirigidas a niños y entrevistas a sus profesores.	El programa es un complemento y refuerzo de los conocimientos que los niños adquieren en su escuela.

Tabla 2.- Conclusiones de entrevistas.

## 4.5 Resultado de grupo focal

**Número de participantes: 3 niños y 3 niñas.**

**Características:**

Alumnos de la escuela María Reina de Fe y Alegría	
Género	Edad
Hombre	1 niño de 6 años de edad. 1 niño de 7 años de edad. 1 niño de 8 años de edad.
Mujer	1 niña de 6 años de edad. 1 niña de 7 años de edad. 1 niña de 8 años de edad.

Tabla 3.- Ficha de características de integrantes del grupo focal.

Al inicio de este grupo focal, se reprodujo fragmentos de distintos programas infantiles, nacionales e internacionales, para que los niños elijan los de su agrado y con ello medir su preferencia de selección. Cabe recalcar, que entre los programas se encontraba con un mayor tiempo de duración, la reproducción de un programa de *Educa*.

Sobre su preferencia de programas de televisión, se pudo concluir que a los niños de 6 y 7 años les atraen los dibujos animados como *Doraemon*, *Los Simpson*, *Los pingüinos de Madagascar*, etc. Mientras que los de 8 años de edad, son atraídos por series cómicas y programas de entretenimiento como *El combo amarillo*, *Combate* y *Calle 7*. Es importante destacar que todos los niños que integraron este grupo focal, solo consumen programación nacional y la única producción extranjera que mencionaron conocer fue *Peppa Pig*. Sobre estos programas, mencionaron que les gustan “los personajes que ven y las historias”.

Cuando se les consultó sobre qué los llevó a ver *Educa*, 4 de los 6 niños-as, respondieron que fue porque sus profesores los hacían ver como deber de la

escuela, mientras que los 2 restantes, contestaron que lo iniciaron a consumir porque les gustó “desde la primera vez que lo pusieron en la televisión”. De forma diferente contestaron sobre el efecto que produce el programa en su aprendizaje, ya que en su totalidad, el grupo de niños respondió que “con *Educa* se aprende mejor lo que a veces veo en la clase”. Finalmente, la única consulta que obtuvo respuestas variantes fue acerca de la materia en la que más les ayuda, con lo que ven en *Educa*, ya que 2 niños contestaron que los ayudaba a “leer mejor”, 3 niñas afirmaron que “sirve mucho en Matemáticas” y 1 mencionó que “aprendo a cuidar más la naturaleza”.

Todas estas respuestas, denotan que los niños de entre 6 y 8 años de edad no prefieren ver en televisión, programas con contenido educativo. Pero al consumir un programa, como *Educa*, notan que les sirve para comprender mejor la información que reciben en sus clases de la escuela.

#### **4.6. Discusión de Resultados**

Los resultados obtenidos demuestran un bajo interés de los niños por consumir el programa *Educa*, pero cuando su selección es incitada por sus padres o maestros de escuela, su apreciación cambia y se mantienen como receptores por gusto propio. Esto conlleva, como lo declaran los profesionales entrevistados, a que los infantes que permanezcan como público del programa, mantengan un refuerzo en su aprendizaje académico. Esto significa que el programa *Educa* tiene una influencia directa en el campo educativo de sus consumidores.

Este conocimiento se relaciona con la teoría explicada por Ferrés (1994), expuesta en el Marco Teórico de esta investigación, en la que se asienta que la televisión, en un principio tiene dificultad para que el niño aprenda con ella, pero que por tener autoridad y resultar atractiva, es un eficaz instrumento para potenciar el aprendizaje de conocimientos y comportamientos.

## 4.7. Comprobación de la Hipótesis

La evidencia obtenida por la aplicación de los métodos y técnicas de investigación, permiten al autor aceptar la hipótesis:

La recepción del programa *Educa* tiene una influencia directa en el campo educativo de sus consumidores de 6 a 8 años de edad, logrando un refuerzo del aprendizaje.

Esto se valoró a través del resultado de las distintas técnicas de investigación utilizadas, como la encuesta y grupo focal, que permitieron reconocer que a los niños de este rango de edad, les es útil el contenido que reciben del programa, para su actividad de aprendizaje en las materias que reciben en su escuela; comprobándose a la vez, por declaraciones emitidas por los protagonistas de esta investigación como “con *Educa* se aprende mejor lo que a veces veo en la clase” denotando el contenido recibido es captado como un refuerzo y complemento de los saberes que el infante adquiere en su escuela. También se lo comprobó a través de las declaraciones de actores importantes de este fenómeno como la Docente y la Psicóloga escolar de los infantes, quienes por su contacto cercano y evaluaciones periódicas hacia ellos, pudieron afirmar que el programa *Educa* “sirve como complemento, porque hay ciertas partes que están relacionadas a ciertas materias que los niños están viendo en su escuela y los ayudan a entenderlas mejor” lo que refleja el efecto directo del contenido televisivo en el campo educativo de los niños.

## CONCLUSIONES

- Las principales corrientes teóricas que inciden para poder sustentar este estudio se enfocan sobre la evolución que mantiene la relación de los programas educativos de televisión y los niños que desarrolla Joan Ferrés y Ángela Liceras. También se debe tomar en cuenta, los significantes que aborda el término *Educomunicación*, que Germán Parra explica; de igual forma, se debe considerar el aporte teórico de Valerio Fuenzalida acerca del desarrollo de los contenidos educativos en la televisión latinoamericana.
- Las técnicas de investigación que permitieron abordar este estudio de forma más adecuada fueron las cualitativas, ya que a través del estudio cuantitativo es posible resaltar cifras que denoten el nivel de consumo de programas educativos de televisión por niños, como se lo hizo a través de la encuesta, pero, a través de técnicas como el grupo focal, las entrevistas abiertas y semi-estandarizadas. Con estas últimas técnicas mencionadas se logra destacar significativamente la perspectiva y valoración de los niños por estos contenidos, y a la vez, permitieron abordar y conseguir un aporte importante de expertos, como explicación de las causas y consecuencias de este fenómeno. Prácticas investigativas como el reporte de calificaciones, evaluaciones escritas o informe de actividades desarrolladas, fueron aconsejadas por los profesionales como “poco efectivas para la captación del impacto exacto que produce la televisión en los niños” ya que “dan cifras que no permiten valorar el sentimiento o visión real que tienen sobre lo que ven”, afirmó Psicóloga Ruth Baidal.
- Se pudo determinar, a través de las técnicas de investigación empleadas, que la recepción de programas educativos de televisión en niños de 6 a 8 años de edad, mantiene la necesidad de una motivación externa para

que el infante comience a consumirlo. Es decir, el niño no prioriza en su selección el contenido educativo al momento de elegir qué ver en televisión; sino, tiene que ser inducido por sus padres o maestros para que inicie su relación. Este fenómeno se comprobó con el aporte científico de la Psicóloga Educativa Juanita Escalante, y el empleo de una técnica, de su recomendación, la misma que denotó que de los niños que intervinieron (6), ninguno mantienen una preferencia de selección de programas educativos, sino de caricaturas, cómicos y de entretenimiento. (Véase en “Análisis de resultados”).

- La hipótesis fue comprobada al denotar a través de la investigación, que la recepción del programa *Educa* logra un efecto en el campo educativo en sus consumidores de 6 a 8 años de la escuela María Reina de Fe y Alegría, al tener una alta incidencia en el refuerzo del aprendizaje. Esto se valoró a través del resultado de las distintas técnicas de investigación utilizadas, como la encuesta y grupo focal, que permitieron reconocer que a los niños de este rango de edad, les es útil el contenido que reciben del programa, para su actividad de aprendizaje en las materias que reciben en su escuela; comprobándose a la vez, por declaraciones emitidas por los protagonistas de esta investigación como “con *Educa* se aprende mejor lo que a veces veo en la clase” denotando el contenido recibido es captado como un refuerzo y complemento de los saberes que el infante adquiere en su escuela. También se lo comprobó a través de las declaraciones de actores importantes de este fenómeno como la Docente y la Psicóloga escolar de los infantes, quienes por su contacto cercano y evaluaciones periódicas hacia ellos, pudieron afirmar que el programa *Educa* “sirve como complemento, porque hay ciertas partes que están relacionadas a ciertas materias que los niños están viendo en su escuela y los ayudan a entenderlas mejor” lo que refleja el efecto directo del contenido televisivo en el campo educativo de los niños.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar más trabajos de investigación sobre los efectos que logran los contenidos mediáticos educativos y el alcance que tienen los mismos en su público, para con ello evolucionar su alcance y capacidad de consumo.
- Se recomienda el uso de teorías desarrolladas por Joan Ferrés y Ángela Liceras acerca de la relación de los programas educativos de televisión y los niños. También se debe tomar en cuenta, para el desarrollo de este tópico, el aporte teórico de Valerio Fuenzalida, sobre manejo de contenidos educativos en la televisión latinoamericana.
- Se recomienda desarrollar técnicas cualitativas de investigación ya que permiten obtener resultados más detallados sobre los efectos mediáticos en el público.
- A los medios de comunicación nacionales se recomienda continuar con la evolución e incremento de la elaboración de sus contenidos educativos para transformar en hábito el consumo de los mismos.
- De igual forma, se recomienda a los productores o directivos del programa *Educa*, mantener un contacto y motivación constante con las instituciones educativas y sus docentes para incentivar en los niños el consumo de su producto y el empleo del mismo, como apoyo de enseñanza para los maestros.
- A las academias, se les recomienda instruir con mayor amplitud sobre la elaboración de contenidos educativos y fomentar la creación de proyectos que busquen educar y no solo entretener o informar.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Aguaded José & Cabero Julio. (1995). *Educación y Medios de Comunicación en el contexto Iberoamericano*.
2. Aguado, Teresa. Gil, Inés & Mata, Patricia (2005). *Educación intercultural: una propuesta para la transformación de la escuela*. Madrid: Editorial Catarata.
3. Cabero, Julio. (1996). *Nuevas tecnologías, comunicación y educación*. *Revista Edutec revista electrónica de tecnología educativa Núm. 1*. Recuperado el 22/06/2015 en el URL <http://www.uib.es/depart/qte/revelec1.html>
4. Castillo, Daniel. (1999). *La comunicación EN la educación*. Buenos Aires: Editorial Stella.
5. Castro, Martha & Ortiz, Andrea (2013). *Importancia del periodismo educativo en la formación de los niños y niñas de la escuela fiscal Mixta Dr. Carlos Moreno Arias del cantón milagro*. Ecuador.
6. Coloma, C. R. & Tafur, R. (2001, marzo) "Sobre los estilos de enseñanza y aprendizaje". *Revista Educación IX*, (17), 63. Recuperado de <http://ezproxvibib.pucp.edu.pe/index.php/educacion/article/viewFile/5255/5249>
7. Delors, Jacques. (1996). *La Educación Encierra un Tesoro*. Unesco: Editorial Santillana.
8. Ferrés, J. (1994). *Televisión y Educación*. Barcelona: Paidós.
9. Fuentes Navarro, R. (1997). Campo académico de la comunicación: Desafíos para la construcción del futuro. *Signo Y Pensamiento*, 16(31), 41 - 50. Recuperado de <http://revistas.iaveriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2857/2141>
10. Fuenzalida, Valerio. (2005). *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Bogotá: Editorial Norma.



11. García, V. J. L., & Díaz, V. M. (2014). *La integración de los dibujos animados en el currículo de Educación Infantil: una propuesta teórica*. REICE: Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 12(1).
12. Holtzman, W. H. (1981) *Impacto de la televisión educativa en la infancia*. Paris. Unesco.
13. Kaplún, Mario (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Editorial de la Torre.
14. Kinneer, T. & Taylor, J. (1998). *Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado*. McGraw-Hill. V edición. Recuperado el 22/07/2015 en el URL [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lemg/lemaitre\\_w\\_n/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lemg/lemaitre_w_n/capitulo3.pdf)
15. Liceras, A. (2005). *Los medios de comunicación de masas, educación informal y aprendizajes sociales*. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia. IBER. Publicado online en [www.histodidactica.com](http://www.histodidactica.com)
16. Llorent García, V. J., & Marín-Díaz, V. (2013). *La integración de los dibujos animados en el currículo de Educación Infantil. Una propuesta teórica*.
17. Lozano, José & Frankenberg, Lorena (2008). *Enfoques teóricos y estrategias metodológicas en la investigación empírica de audiencias televisivas en América Latina: 1992-2007*. México-Guadalajara. Revista Scielo N° 10.
18. Medina, Ileana (1998) *Los estudios sobre comunicación masiva en América Latina*. Revista Latina de Comunicación Social, 1. Recuperado el 22/06/2015. En el URL <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/enero.98.iliena.htm>
19. Parra, Germán (2000). *Bases epistemológicas de la educomunicación: definiciones y perspectivas de su desarrollo*. Quito: Editorial Abya- Yala.
20. Pereira, Alberto (2010). *Comunicación, educación y ciudadanía, conocimiento y experiencia en las teorías e investigación en América Latina*. Ecuador: Editorial Consejo.

21. Popkewitz, Thomas. (1999). *La educación en el siglo XXI: los retos del futuro inmediato*. Barcelona: Editorial Graó.
22. Quintero, Carlos. (2010). *Enfoque Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS): perspectivas educativas para Colombia*. Colombia. Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte. Recuperado el 19/06/2015 en el URL <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/zona/article/view/1151/719>
23. Rincón, Omar. (2001). *Televisión pública del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Editorial Convenio Andrés Bello.
24. Salinas, Jesús. (1995). *Aspectos críticos de una reforma educativa*. España: Editorial Europa Artes Gráficas.
25. Suing, A.; Ortiz, C.; González, V.; Marín, C. (2015). La recepción de Educa TV. *Simposio Internacional de Educación y Comunicación*, 5 (5), 79. Recuperado de <http://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2015/article/view/198/194>
26. Thompson, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

## ANEXOS

### **Preguntas de entrevista a Psicopedagoga**

¿Los niños de 6 a 8 años de edad de clase socioeconómica media baja, considera tienen un menor interés en programas educativos transmitidos por televisión?

¿Qué elementos de programas educativos como *Educa* generan un interés en el infante para que este lo consuma?

¿Qué incidencia puede tener un programa educativo de televisión en un niño de 6 a 8 años de edad en su campo académico?

¿Qué técnicas de investigación recomienda aplicar para resaltar la incidencia de un programa educativo de televisión en el campo académico de un niño de 6 a 8 años de edad?

Como Psicopedagoga, ¿qué recomendaciones daría para el aprovechamiento de este tipo de programas en el campo educativo y familiar de los niños?

### **Preguntas de entrevista a Coordinadora de contenidos del programa *Educa***

¿Cómo se originó la idea del programa *Educa*? ¿A qué necesidad responde en la actualidad?

¿En qué consiste el proceso de elaboración del contenido que transmiten?

¿Qué parámetros se toma en cuenta para la elaboración del contenido?

¿En qué se basa la selección de contenidos y elementos de apoyo que utilizan (personajes, canciones, etc.) para lograr un efecto positivo en sus público?

¿Conocen si su contenido tiene incidencia en el campo educativo de los niños? ¿Cómo lo conocen?

### **Preguntas de entrevista a Profesora**

¿Un programa educativo de televisión es de utilidad para el campo académico de niños de 6 a 8 años de edad?

¿Qué beneficios o ventajas obtienen los niños de este tipo de programas?

¿Conoce usted un programa de contenido educativo al alcance de los niños ecuatorianos de 6 a 8 años de condición económica baja?

¿Qué elementos del programa educativo puede complementar a lo enseñado en clases?

¿Este tipo de programas de televisión son necesarios para el desarrollo del campo académico de los niños?

¿Qué recomendaciones daría a las personas que producen este tipo de programas para tener una mayor incidencia en el campo educativo?

### **Pregunta de entrevista a Psicóloga escolar**

¿Los niños de 6 a 8 años de edad mantienen un acercamiento o interés a los programas educativos transmitidos por televisión?

¿Qué ventajas puede abstraer el infante de este tipo de programa?

¿Tiene algún efecto negativo en el niño el consumo de este tipo de programa de televisión?

¿Conoce de algún tipo de programa producido en el Ecuador que cumpla con el acercamiento a los niños y beneficios en su campo educativo?

¿Qué recomendaciones daría a las personas que producen este tipo de programas para tener una mayor incidencia en el campo educativo?



## Temas del Grupo Focal

- Actividad: De la reproducción de fragmentos de programas infantiles de televisión, seleccionar los de su agrado.
- Programas que prefieren ver.
- Elementos que les gustan de los programas de televisión.
- ¿Qué les atrajo del programa *Educa*?
- Al ver *Educa*, ¿Aprenden cosas nuevas o aprenden más sobre lo mismo que ven en la escuela?
- ¿En cuál materia les ayuda más lo que ven en *Educa*?

## Captura de pantalla de entrevista realizada a Cecilia Novoa, Coordinadora Contenidos Buen Vivir, vía correo electrónico.

The screenshot shows a Gmail interface with an open email. The email header includes the sender's name (Cecilia Estela Novoa Ugullas), the date and time (Friday, August 28, 2015, 16:31), the recipient (Mónica Maruri), and the subject (RE: Entrevista Luis Velarde). The email body contains the following text:

Nombre: Cecilia Novoa  
Título profesional: Coordinadora Contenidos Buen Vivir

¿Cómo se originó la idea del programa *Educa*? ¿A qué necesidad responde en la actualidad?

EDUCA es la señal educativa del Ministerio de Educación y responde a la necesidad sentida de la comunidad educativa y población en general de beneficiarse de la televisión que, siendo divertida y entretenida, responde al derecho ciudadano de contenidos de calidad para la construcción de la sociedad de paz. EDUCA es la primera señal de televisión educativa en el país que acorde a la política pública y a los principios del Ministerio de Educación, gestiona la producción de contenidos para su público objetivo: niños, niñas y adolescentes; así como a padres y madres de familia, docentes y población en general.

Provee al sistema educativo ecuatoriano y a la comunidad en general, de contenidos audiovisuales multimediales para mejorar la experiencia del aprendizaje, en el marco de las normativas legales del Estado ecuatoriano relativas a la educación y comunicación, los valores institucionales del Ministerio de Educación y su Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI), aprobada el 30 de marzo de 2011, y los principios, valores y compromisos edu-comunicativos de EDUCA, televisión para aprender.

EDUCA, televisión para aprender, salió al aire el 1 de octubre de 2012 para subsanar una necesidad insatisfecha de la población ecuatoriana, toda vez que el Art. 69 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, vigente desde 1975, prescribía que: "Las estaciones de radiodifusión y televisión podrán cumplir con la obligación de destinar hasta una hora diaria, de lunes a sábado, para programas oficiales de teleeducación, educativos y didácticos elaborados por su propia cuenta o acogiendo los producidos por entidades sociales sin fines de lucro, si de los Ministerios de Educación o de Salud Pública no los proporcionan. Este particular deberá ser notificado con anticipación a la SENACOM"

¿En qué consiste el proceso de elaboración del contenido que transmiten?

Un equipo profesional multidisciplinar participa en la elección de contenidos hasta concretarse en la producción de los productos comunicacionales, para diferentes grupos: niñas, niños, adolescentes, familiar, docentes y comunidad en general. Se priorizan los ejes transversales del Buen Vivir del Currículo Nacional

- **La interculturalidad.** El reconocimiento a la diversidad de manifestaciones étnico-culturales en las esferas local, regional, nacional y planetaria, desde una visión de respeto y valoración.
- **La formación de una ciudadanía democrática.** El desarrollo de valores humanos universales, el cumplimiento de las obligaciones ciudadanas, la toma de conciencia de los derechos, el desarrollo de la identidad ecuatoriana y el respeto a los símbolos patrios, el aprendizaje de la convivencia dentro de una sociedad intercultural y plurinacional, la tolerancia hacia las ideas y costumbres de los demás y el respeto a las decisiones de la mayoría.

Google

Gmail - 3 de 1.611

REDACTAR

Recibidos

Destacados

Importantes

Enviados

Borradores

Círculos

- Amigos
- Familia
- Conocidos

luis

No tienes contactos de Hangouts

Buscar a alguien

Johanna Cedeño

Añadir a círculos

Mostrar detalles

- La protección del medioambiente.** La interpretación de los problemas medioambientales y sus implicaciones en la supervivencia de las especies, la interrelación del ser humano con la naturaleza y las estrategias para su conservación y protección.
- El cuidado de la salud y los hábitos de recreación de los estudiantes.** El desarrollo biológico y psicológico acorde con las edades y el entorno socio-ecológico, los hábitos alimenticios y de higiene, el empleo productivo del tiempo libre.
- La educación sexual integral.** El conocimiento y respeto por la integridad de su propio cuerpo, el desarrollo de la identidad sexual y sus consecuencias psicológicas y sociales, la responsabilidad de la paternidad y la maternidad.

¿Qué parámetros se tome en cuenta para la elaboración del contenido?

Algunos de los parámetros son:

- Los contenidos educativos forman los hábitos de consumo televisivo de las audiencias a favor de la demanda de calidad. El tratamiento de los contenidos hace un uso creativo de los recursos y formatos televisivos que modelan el gusto estético de productos televisivos de calidad, de esta forma realiza una educación estética de las audiencias que ejercen su derecho a la televisión de calidad.
- Fortalece la producción de televisión de calidad. Las empresas y personas naturales tienen la oportunidad de acceder al presupuesto del Ministerio de Educación para generar productos de televisión educativa.

Por otra parte, la producción televisiva de los canales comerciales cambia su estrategia de producción al entrar en competencia con programas educativos de alta calidad y preferencia de la comunidad educativa y población en general.

¿En qué se basa la selección de contenidos y elementos de apoyo que utilizan (personajes, canciones, etc.) para lograr un efecto positivo en sus público?

¿Conocen si su contenido tiene incidencia en el campo educativo de los niños? ¿Cómo lo conocen?

La propuesta televisiva nace de la investigación de las audiencias, pues realiza la investigación de las mismas, así como el impacto de los productos televisivos, con la generación de data cuantitativa y cualitativa que direcciona la gestión de producción y difusión televisiva.

Google

Gmail - 3 de 1.611

REDACTAR

Recibidos

Destacados

Importantes

Enviados

Borradores

Círculos

- Amigos
- Familia
- Conocidos

luis

No tienes contactos de Hangouts

Buscar a alguien

Johanna Cedeño

Añadir a círculos

Mostrar detalles

¿Conocen la producción del gobierno de canales comerciales y personas naturales cuando se ejecutaron con el presupuesto del Ministerio de Educación para generar productos de televisión educativa?

Por otra parte, la producción televisiva de los canales comerciales cambia su estrategia de producción al entrar en competencia con programas educativos de alta calidad y preferencia de la comunidad educativa y población en general.

¿En qué se basa la selección de contenidos y elementos de apoyo que utilizan (personajes, canciones, etc.) para lograr un efecto positivo en sus público?

¿Conocen si su contenido tiene incidencia en el campo educativo de los niños? ¿Cómo lo conocen?

La propuesta televisiva nace de la investigación de las audiencias, pues realiza la investigación de las mismas, así como el impacto de los productos televisivos, con la generación de data cuantitativa y cualitativa que direcciona la gestión de producción y difusión televisiva.

La televisión educativa abarca al territorio nacional. De acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación (2010), se llega "a través de los canales regionales a la población que no dispone de producción de programación educativa de calidad, a causa de los bajos presupuestos".


**Cecilia Novoa Uquillas**  
 Coordinadora Contenidos Buen Vivir  
 TeleEducación  
 Telf: +593 (0) 3961907  
[cecilia.novoa@educacion.gub.ve](mailto:cecilia.novoa@educacion.gub.ve)  
 Amazonas (04-85) y Atacualpa,  
 Quito - Ecuador  
 Reducir, Reusar y Reciclar.

La información contenida en cada mensaje de correo electrónico y sus anexos puede contener información confidencial o privilegiada y sólo puede ser utilizada por el destinatario a quien está dirigida. Si usted no es la persona que debe recibir este correo electrónico, cualquier revelación, u otros usos de esta información, se encuentran prohibidos. Si usted recibió este mail por error, por favor informe inmediatamente a la persona que se lo envió y borre el correo electrónico y sus copias de su computador.

Esta información no debe ser distribuida, ni copiada total o parcialmente por ningún medio sin la autorización del MinEduC, mismo que no assume responsabilidad sobre la información, opiniones o intenciones contenidas en este correo electrónico.



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Velarde Freire Luis Fernando, con C.C: # 0923384614 autor/a del trabajo de titulación: Influencia de la televisión educativa en el aprendizaje de niños de 6 a 8 años. Estudio de recepción del programa Educa previo a la obtención del título **LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 18 de enero del 2016

f.   
Nombre: Velarde Freire Luis Fernando  
C.C: 0994331799





## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Influencia de la televisión educativa en el aprendizaje de niños de 6 a 8 años. Estudio de recepción del programa Educa.		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Velarde Freire, Luis Fernando		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Castaño Olivares, Rafael		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
<b>CARRERA:</b>	Comunicación Social		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado en Comunicación y Periodismo		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	18 de enero del 2016	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	71
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comunicación, Educación.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Comunicación, Estudio de recepción, Televisión Educativa, Educación, Aprendizaje, Escuela, Niños.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>			
<p>Esta investigación se enfocó en determinar el nivel de influencia de la recepción del programa educativo de televisión Educa en sus consumidores de 6 a 8 años de edad. En su desarrollo, se realizó una búsqueda bibliográfica sobre la televisión educativa y su efecto en niños. Posteriormente, se aplicó una encuesta a estudiantes de la escuela María Reina de Fe y Alegría para recoger datos sobre la recepción que mantienen los infantes, del programa educativo. También se efectuó entrevistas a expertos en Comunicación, Psicología escolar y Pedagogía para recopilar información, que reveló la incidencia que mantiene el programa de televisión en el aprendizaje de los niños, como uno de los alcances que posee en sus consumidores. Luego, se desarrolló un grupo focal con los niños, para detallar la información sobre las razones de su preferencia de consumo del programa Educa y acerca de sus efectos puntuales que tiene en su aprendizaje. Finalmente, esta investigación tuvo como resultado que, la recepción del programa Educa tiene un efecto directo en el campo educativo de sus consumidores, logrando un refuerzo del aprendizaje.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-2308084 / 0994331799	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:luis.velarde01@cu.ucsg.edu.ec">luis.velarde01@cu.ucsg.edu.ec</a> / <a href="mailto:luisvelarde91@gmail.com">luisvelarde91@gmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE</b>	<b>Nombre:</b> Yáñez Blum, Sonia Margarita		
	<b>Teléfono:</b> 0991923729		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:sonia.yanez01@cu.ucsg.edu.ec">sonia.yanez01@cu.ucsg.edu.ec</a> / <a href="mailto:svanez.rpp@gmail.com">svanez.rpp@gmail.com</a>		

### SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	

*Luis Velarde Fr.*