

Contenidos de televisión infantil: propuestas narrativas en las secciones *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas *Club 10* del Canal Caracol y *Bichos Bichez* del Canal RCN

Investigadora:

Mercy Paola Rodríguez Cañas

Tesis para optar por el Título de Magíster en Comunicación

Asesores:

Verónica Heredia Ruiz

Carlos Alfonso López Lizarazo

Universidad de Medellín

Facultad de Comunicación

Maestría en Comunicación

Medellín

2018

**PALABRAS CLAVE:** Televisión infantil – Contenidos televisivos infantiles - Propuestas narrativas – Discurso televisivo.

**RESUMEN:** La televisión es un texto comunicativo que se narra a través de sus programas; por ello, conocer los elementos que estructuran su discurso es necesario, pues toda narración actúa en niveles de signos y símbolos los cuales se diluyen en historias y sugieren a los espectadores los pasos que los conducen a completar los relatos. A través del análisis de los contenidos televisivos infantiles de las secciones de ficción, *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas Club 10 del canal Caracol y Bichos Bichez del canal RCN, se indagó lo que se le narra a los niños y niñas en las ofertas televisivas nacionales, para saber cómo se piensan y producen los contenidos infantiles para los pequeños en Colombia.

**ABSTRACT:** Television is a communicative text that is narrated through its programs; therefore, it is necessary to know the elements that structure his speech, since the whole narrative acts on the levels of signs and symbols that are diluted in the stories and suggests to the audience the steps that lead them to complete the stories. Through the analysis of the children's television content of the fiction sections, *Mi Cuarto* and *El Circo* of the Club 10 programs of the Caracol channel and Bichos Bichez of the RCN channel, it was asked what was narrated to the children in the national television offers, to know how children's content is thought and produced for children in Colombia.

## TABLA DE CONTENIDO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>CAPITULO 1 _ PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>                        | <b>12</b> |
| 1.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....                                       | 12        |
| 1.2. SUPUESTOS .....   | 21        |
| 1.3. OBJETIVOS .....   | 23        |
| 1.3.1. GENERAL .....   | 23        |
| 1.3.2. ESPECÍFICOS .....   | 24        |
| 1.4. JUSTIFICACIÓN .....   | 25        |
| 1.5. MARCO CONTEXTUAL.....   | 30        |
| 1.5.1. FORMATO DE LOS PROGRAMAS OBJETO DE ANÁLISIS.....                    | 30        |
| 1.5.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS SECCIONES OBJETO DE ANÁLISIS .....           | 33        |
| 1.6. ESTADO DEL ARTE.....  | 35        |
| <b>CAPITULO 2 _ MARCO TEÓRICO.....</b>                                     | <b>43</b> |
| 2.1. LA TELEVISIÓN INFANTIL .....  | 45        |
| 2.1.1. MARCO JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN PARA NIÑOS Y NIÑAS EN COLOMBIA..... | 47        |
| 2.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LA TELEVISIÓN INFANTIL .....                     | 51        |
| 2.1.3. AUDIENCIA INFANTIL .....  | 57        |
| 2.2. LOS MEDIOS MASIVOS Y LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE SENTIDO .....            | 62        |
| 2.2.1. EL ENTORNO SIMBÓLICO EN LA CONSTRUCCIÓN DE SENTIDO.....             | 65        |
| 2.2.2. EL RECONOCIMIENTO EN LO SOCIAL Y LO INDIVIDUAL .....                | 66        |
| 2.3. DISCURSO TELEVISIVO .....   | 69        |
| 2.3.1. ORGANIZACIÓN TEXTUAL: LO SINTÁCTICO Y LO SEMÁNTICO .....            | 72        |
| 2.3.2. ESTRUCTURA DISCURSIVA .....   | 74        |
| 2.3.2.1. Nivel Intencional: Las representaciones sociales.....             | 77        |
| 2.3.2.2. Nivel Estructural: Grados de significación.....                   | 80        |
| 2.3.2.3. Nivel Expresivo: Lenguaje Lúdico-afectivo.....                    | 83        |
| <b>CAPITULO 3 _ MARCO METODOLÓGICO .....</b>                               | <b>86</b> |
| 3.1. TIPO DE ESTUDIO.....  | 87        |
| 3.2. ENFOQUE.....  | 87        |
| 3.3. MÉTODO DE ANÁLISIS.....   | 91        |
| 3.4. UNIDAD DE ANÁLISIS.....   | 94        |
| 3.4.1. POBLACIÓN.....  | 94        |
| 3.4.2. MUESTRA .....   | 94        |
| 3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN (INSTRUMENTO) Y ANÁLISIS.....                 | 96        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>CAPITULO 4_ANÁLISIS .....</b>   | <b>99</b>  |
| <b>4.1. MI CUARTO .....</b>  | <b>101</b> |
| <b>4.1.1. ESTRUCTURA DE LA HISTORIETA .....</b>                              | <b>101</b> |
| <b>4.1.1.1. Unidad de Personajes .....</b>                                   | <b>103</b> |
| <b>4.1.1.2. Unidad de Espacio o universo del relato .....</b>                | <b>107</b> |
| <b>4.1.1.3. Unidad de Tiempo .....</b>                                       | <b>112</b> |
| <b>4.1.2. INTENCIÓN COMUNICATIVA DEL DISCURSO .....</b>                      | <b>113</b> |
| <b>4.1.2.1. Representaciones sociales.....</b>                               | <b>115</b> |
| <b>4.1.2.2. Grados de significación .....</b>                                | <b>120</b> |
| <b>4.1.2.3. Lenguaje lúdico afectivo .....</b>                               | <b>133</b> |
| <b>4.1.3. CATEGORÍAS RECURRENTES .....</b>                                   | <b>136</b> |
| <b>4.2. EL CIRCO .....</b>   | <b>138</b> |
| <b>4.2.1. ESTRUCTURA DE LA HISTORIETA .....</b>                              | <b>138</b> |
| <b>4.2.1.1. Unidad de Personajes .....</b>                                   | <b>139</b> |
| <b>4.2.1.2. Unidad de Espacio o universo del relato .....</b>                | <b>144</b> |
| <b>4.2.1.3. Unidad de Tiempo .....</b>                                       | <b>146</b> |
| <b>4.2.2. INTENCIÓN COMUNICATIVA DEL DISCURSO.....</b>                       | <b>148</b> |
| <b>4.2.2.1. Representaciones sociales.....</b>                               | <b>150</b> |
| <b>4.2.2.2. Grados de significación .....</b>                                | <b>156</b> |
| <b>4.2.2.3. Lenguaje lúdico afectivo .....</b>                               | <b>159</b> |
| <b>4.2.3. CATEGORÍAS RECURRENTES .....</b>                                   | <b>163</b> |
| <b>4.3. INTERPRETACIÓN METODOLÓGICA DE <i>MI CUARTO Y EL CIRCO</i> .....</b> | <b>165</b> |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>   | <b>173</b> |
| <b>RECOMENDACIONES.....</b>  | <b>180</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>   | <b>184</b> |
| <b>REFERENCIAS CAPÍTULOS ANALIZADOS .....</b>                                | <b>193</b> |

## INTRODUCCIÓN

La televisión tiene múltiples formas de abordarse de acuerdo con el interés o mirada de quien investiga o indaga por ella. Desde el campo de la comunicación, para algunos, se constituye en un sistema que permite la transmisión de imágenes; para otros, es un medio de información que transmite contenidos con una intencionalidad para sus audiencias; en otros casos puede analizarse como un medio con potencial de transmisión de valores culturales por ser un agente importante para la sociedad; o para otros, como un medio para comercializar y vender productos.

En este caso, la televisión fue abordada como un medio de expresión para contar historias, en donde sus contenidos se presentan de manera tal, que, expresados con un cierto orden lógico, a través de una coherencia estructural, se le da el sentido al discurso que se quiere contar. También, su narrativa fue vista como un texto en una interrelación de elementos semióticos, en donde la elección de uno u otro código, el orden en que esos signos son presentados, es decir, la estructura, y el mayor o menor tiempo de exposición que cada uno de estos tenga, permite ver cómo se conforma el discurso que se quiere presentar. Finalmente, se entendió la televisión a través de sus mensajes y contenidos, para identificar cómo la producción de sentido que se configura en el discurso televisivo, contribuye a la comprensión de lo que se narran en sus historias.

En este entorno de analizar a la televisión como un texto comunicativo a través de sus programas nació el interés por investigar los ejes que definen la estructura de los relatos, y

entender las lógicas del discurso televisivo con el fin de comprender cómo están concebidos los productos y conocer aquello que es tenido en cuenta al pensar un contenido.

El interés específico de este trabajo se concentró en el universo de la televisión infantil; especialmente, la atención estuvo centrada en el análisis de la producción nacional de los canales privados. Para ello, el estudio se hizo a través de los programas infantiles *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, con las emisiones del segundo semestre del año 2011, específicamente en las secciones de ficción *Mi Cuarto* y *El Circo*, las cuales eran historietas realizadas por actores y personajes de los programas.

La razón por la cual era interesante conocer el qué y el cómo se les estaba presentando a los niños y niñas la oferta televisiva, durante el periodo específico del año 2011, fue porque paralelamente a la emisión de estos programas, se estaban realizando diversas investigaciones sobre el público infantil y su relación con la televisión; así pues, teniendo en cuenta este panorama, era importante analizar el discurso televisivo construido, para saber cómo se estaban pensando y produciendo los contenidos infantiles para los pequeños en Colombia.

De esta manera el objetivo general de esta investigación fue analizar los contenidos televisivos infantiles y propuestas narrativas en las secciones de ficción, *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, durante las

emisiones el segundo semestre del año 2011, para indagar lo que se le narra a los niños y niñas en las ofertas televisivas nacionales.

Para responder a ello, el estudio partió desde el contexto de las normativas y políticas en las cuales se sustenta la televisión infantil en el país, en cuanto al deber ser de esta y sus características; esto, desde los órganos gubernamentales quienes legislan sobre este tema, especialmente desde la antigua Comisión Nacional de Televisión (CNTV), actual Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), instancia máxima que rige los destinos de la televisión en Colombia. También lo que diversos actores sociales como la familia, instancias públicas y privadas, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación, academia y en general la sociedad civil, puntualizaron sobre lo que es de interés para los niños y niñas en cuanto a contenidos.

Al conocer qué es lo que se ha legislado sobre este campo, se puso de manifiesto, que existe una preocupación por salvaguardar los derechos de los niños y niñas en cuanto a la televisión se refiere, pues, son las diversas autoridades en la materia quienes tienen la capacidad de transformar los propósitos de calidad de esta. De esta manera, con la descripción desde los lineamientos oficiales, por medio de las políticas públicas de infancia y adolescencia, adelantadas por el Estado, que sobre la televisión infantil se han hecho en el país, se reconoce, que hay un interés por este tipo de espacios para ellos.

También, se exploró lo que se ha descrito sobre lo que inherentemente debe contener un producto infantil audiovisual, esto desde los actores más representativos de la televisión como los creadores de contenidos, estudiosos e impulsores del tema, y gestores de políticas, puesto que existen unos rasgos distintivos en los que se es posible ubicar atributos específicos en materia de contenidos infantiles; es decir, qué debe ser y contener un producto para el público infantil.

Por ello, también fue importante conocer las características de este público específico, porque cada audiencia tiene unas necesidades diferentes por lo que los mensajes para ellas deben tener unas precisiones de carácter particular. Y si bien, este no es un estudio sobre audiencias, fue de vital importancia reconocerlas, pues estas, son la razón de ser los medios, ya que, sin público, no habría a quién transmitir los mensajes.

Posteriormente, se indagó desde los medios masivos como productores sociales de sentido, pues estos tienen la posibilidad de llegar a su público en la construcción de una determinada imagen del mundo. De esta manera, tomando como referente los entornos simbólicos de las audiencias, los medios establecen una estructura lógica que da continuidad a su discurso, construyéndolo alrededor de temáticas que les permiten a dichos públicos identificarse con los contenidos televisivos que se producen.

Así pues, se abordó el entorno simbólico en la construcción de sentido, puesto que los medios de comunicación al tener la posibilidad de posicionar o tematizar de qué es



importante hablar, es relevante y significativo percibir cómo determinadas realidades y acciones sociales crean referentes que se convierten en marcas de la memoria y la identidad para sus audiencias.

También, fue importante entender la dinámica en el reconocimiento en lo social y lo individual, puesto que los discursos televisivos proveen significaciones que van a articular la coherencia entre el mundo objetivo y la realidad subjetiva de quienes los ven.

Finalmente, desde la descripción de los elementos de la estructura narrativa desde la cual es posible analizar un discurso, pues un programa, puede ser entendido como una unidad de análisis a través del cual se puede observar la existencia de elementos de organización textual que hacen posible la construcción de un discurso.

De esta manera, era necesario conocer los elementos que estructuran un discurso, pues, la narración la cual actúa en niveles de signos, símbolos y textos los cuales se diluyen en historias, sugieren a los espectadores los pasos que los conducen a completar los relatos, los cuales se relacionaran con ellos.

La metodología utilizada fue la propuesta por Sary Calonge Cole (2006), denominada Representación Mediática (RM), la cual “se fundamenta en dos perspectivas teóricas vinculadas con la comunicación mediática: la difusión, como sistema de comunicación social y el 'contrato de lectura', como compromiso recíproco que se establece entre el emisor y la

recepción” (p 94). Para ello, el método de análisis utilizado fue el Análisis de Contenido y el Estudio de Caso, aplicados a los programas objeto de estudio en mención.

El tipo de estudio utilizado fue exploratorio y descriptivo, en donde se detallaron los tres ejes de acción que se presentan en una narración: la unidad de personaje o sujeto, la unidad de espacio o universo del relato y la unidad de tiempo (Rincón, 2006); y, a través de la estructura discursiva televisiva de Luis Mas (2001) con sus niveles estructurales del mensaje: el intencional, el estructural y el expresivo, en donde se analizaron las representaciones sociales, los grados de significación, y los lenguajes lúdico-afectivos, para de esta manera develar en el discurso televisivo, cuáles fueron los tipos de historias, mensajes, contenidos y temáticas, utilizados en las secciones *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas infantiles *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, de los programas emitidos durante el segundo semestre del año 2011.

Para ello, se elaboraron matrices que respondieron a estos objetivos específicos, con las cuales se pudo llegar a la aproximación de los programas, entrelazando a las propiedades y dimensiones de las categorías centrales del corpus epistemológico, las subcategorías encontradas a partir de los hallazgos, en donde se hizo una descripción de la estructura de cada historieta y una reflexión frente a la intención comunicativa del discurso de estas.

En consecuencia de este análisis, emergieron categorías tales como valores recurrentes abordados por los contenidos infantiles analizados en los programas investigados, los cuales

fueron elementos relevantes de este estudio, pues a partir de ellos, posteriormente se pudo concluir sobre las propuestas que estos programas tuvieron; primero interpretándolos de manera individual, y luego haciendo una comparación entre estos, en cuanto a encuentros y diferencias en las historietas estudiadas.

De esta manera, fue importante ver cómo a través de la construcción discursiva de estos relatos, se tejieron subtextos en la manera en que los programas mostraron la información, a través de los personajes y situaciones en las historias.

Finalmente, al recoger toda la información que la investigación arrojó, se plantearon recomendaciones las cuales exhortan a pensar aún más en los contenidos que la televisión infantil y sus actores requieren.

## **CAPITULO 1 \_ PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1.Pregunta de Investigación**

Desde hace 64 años, cuando apareció la televisión en Colombia, los creadores de medios han visto la necesidad de pensar la manera de comunicarse con sus diferentes audiencias. Desde sus orígenes, cuando se inauguró la televisión en el país, en el marco de la conmemoración del primer año de gobierno del presidente de la época, General Rojas Pinilla en el año 1954, los medios debían centrarse en la difusión y divulgación de la cultura, y en la creación y mantenimiento de una conciencia colectiva y un espíritu nacional, acorde con las necesidades más apremiantes del país.

Y aunque eran claras las directrices que debían tener los contenidos de este medio, el cual nacía con el espíritu de llevar la alfabetización, y, por ende, el progreso al país, la programación no tuvo una continuidad significativa. “Se intentaron hacer programas educativos, pero la programación fue poco consistente y sólo hasta mediados de los años 60 apareció un proyecto estructurado de televisión educativa dedicado a la escolarización de adultos” (Rey, 2016). Usar la televisión en función de la educación fue la primera tendencia que orientó el quehacer televisivo, en donde los primeros proyectos se cimentaron sobre la base de construir un canal educativo que reforzara la labor del maestro, siendo la televisión desde sus inicios, y a través de su evolución, pensada como un instrumento de enseñanza para las masas.

Pese a la insistencia en hacer de la televisión un medio estrictamente estatal para garantizar su carácter educativo y cultural, el Gobierno tuvo que ceder a las propuestas de las iniciativas comerciales para aliviar la carga económica que generaba este medio. Por ello, el Gobierno Nacional estimó conveniente el ingreso de algunos elementos de competencia, abriéndole las puertas a la televisión comercial.

Sin embargo, en cuanto al funcionamiento de la televisión, el Estado no renunció al control y a la vigilancia de los programas que se transmitían, sino que cedía un determinado número de espacios para que fueran producidos con patrocinio comercial denominando a este modelo de producción, sistema mixto, el cual consistía en que el Estado era el dueño del espectro electromagnético y arrendaba sus espacios a la empresa privada, la cual se encargaba de producir y financiar sus programas con publicidad, y por el que pagaba el uso de estos espacios. “Así se abre campo a la televisión de orden comercial en Colombia; las empresas interesadas en comercializar sus productos alquilan los espacios y transmiten sus programas como revistas musicales y concursos, entre otros” (Rey, 2016).

Por ello, el interés que manifestó el Estado por el carácter pedagógico y científico para los programas de finales de los 60 y principios de los 70, fue transformándose, y ya hacia la década de los 80 el concepto cambió, y los programas netamente instructivos se convirtieron en franjas compuestas por una fusión de formatos de variedades de entretenimiento y diversión.

Con esta transformación de un tipo de televisión educativa a una más comercial, aparecieron también programas infantiles. Es así como desde la década de los 80, cuando el concepto de la televisión en Colombia cambió de un escenario académico a uno comercial, que los programas infantiles se convirtieron en espacios tratados a través de una fusión de contenidos musicales y dramatizados con personajes que alcanzaran recordación en la mente de sus audiencias. Programas como *Animalandia*, y *Pequeños Gigantes* de Caracol Televisión, o *Imagínate* de Producciones PUNCH en la década de los 80; *La Brújula Mágica*, de Audiovisuales, *Oki Doky* de RCN, o *De Pies a Cabeza* de Cenpro, en la década de los 90, entre otros, son referentes de la narrativa colombiana, que se desarrollaron a través de personajes y situaciones cercanos a la realidad con los cuales el público infantil se podía identificar.

Con el transcurrir de los años, diversos escenarios tecnológicos llegaron al país trayendo consigo una serie de elementos con los que la televisión nacional debía competir, y aunque los productores y realizadores nacionales continuaban con su esfuerzo de diseñar programas que les permitieran mantenerse vigentes en el gusto de los niños y niñas, las opciones para ver y escoger contenidos eran cada vez mayores.

Es así como, hacia mediados de la década de los 80, los televidentes empezaron a enfrentarse a tentadoras ofertas como canales especializados que ofrecían los cableoperadores, “cuatro canales eran emitidos por medio de este sistema: Deportes, Latino, Familiar y Cine” (Banrepcultural, 2016), lo que permitió el acceso a una parte de los colombianos a la televisión realizada alrededor del mundo.

Con la entrada de la televisión extranjera, la cual se convirtió en una opción más económica para programar en lugar de producir, la parrilla de programación nacional corría el peligro de extinguirse en cuanto a identidad propia se trataba. En esta nueva dinámica del medio, para la década de los 90, el Gobierno Nacional legisló sobre la creación de un ente regulador que reglamentara el funcionamiento en cuanto a su programación; por ello, “el Congreso de la República, junto con el presidente César Gaviria Trujillo, en sesión ordinaria, el 15 de diciembre de 1990, aprueba la nueva legislación sobre televisión, la cual apuntaba a fomentar la industria televisiva” (Rey, 2016). Con la Ley 14 de 1991 se dictaron las normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial en Colombia.

Tras la Constitución Nacional de 1991, y la promulgación de la libertad para crear medios de comunicación y la necesidad de un ente autónomo para vigilar la televisión, bajo el gobierno del presidente Ernesto Samper Pizano, con la Ley 182 de 1995, se creó la Comisión Nacional de Televisión (CNTV)<sup>1</sup> como único órgano autónomo para regular los destinos de la televisión en Colombia.

De esta manera, con la planeación y el desarrollo de la televisión nacional en cuanto a su normativa, se destinaron las cadenas denominadas *I* y *A* para las programadoras y productoras particulares comerciales, y una tercera opción, *Señal Colombia*, para los

---

<sup>1</sup> En 2012 el Gobierno Nacional liquida la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) y mediante la Ley 1507 de ese mismo año, hasta la actualidad, sus funciones pasan a ser ejercidas por la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV).

contenidos educativos y culturales, al igual que se abrió paso a la conformación de los canales locales, comunitarios y privados.

En el desarrollo de esa nueva legislación se permitió la concesión a operadores privados del servicio de televisión y “el 24 de noviembre de 1997, la Comisión Nacional de Televisión, en audiencia pública, adjudicó la licitación a dos canales nacionales de operación privada, siendo asignada la licencia a *Caracol Televisión* y *RCN Televisión*” (Rey, 2016), quienes empezaron a operar en el primer semestre de 1998 dejando de esta manera de ser programadoras para convertirse en canales de televisión privada, lo que produjo, sin lugar a dudas una nueva etapa en la televisión en el país.

De esta manera, el concepto de cadena televisiva se transformó por el de canal de televisión. La idea de canal fue entonces ser una propuesta en sí de programación, en donde se empezó a asistir a “estilos de programación”. Como lo afirma Omar Rincón, “en la televisión de canales, el eje, es la programación como factor que otorga una identidad, un flujo, un ritmo, un tono y un estilo de interpelación propios en relación con las audiencias” (2006, p 174).

Así pues, estos nuevos canales privados nacieron con el objetivo de tener una estructura y más alternativas de programación. Por ello, “el compromiso de *RCN Televisión* fue consolidarse como una de las grandes opciones a la hora de generar la mejor información y el mejor entretenimiento” ([www.canalrcn.com](http://www.canalrcn.com)), y el de *Caracol Televisión*, “que sus



producciones fueran el reflejo de la realidad socio política, los valores y la idiosincrasia de la sociedad colombiana emocionando a diario a las audiencias con contenidos innovadores” (www.caracol.tv.com). De esta manera, con el fin informar y entretener, estos dos canales llegaron a las pantallas de los hogares colombianos para ofrecer contenidos de entretenimiento y satisfacción inagotable de programación para sus audiencias.

Por ello, pensados como un flujo de información ininterrumpida, y con el ánimo de mantener una promesa de contenidos en donde las audiencias no tuvieran que cambiar de canal, la programación de estos se pensó desde estrategias comunicativas en donde las parrillas de programación satisficieran las necesidades de sus telespectadores. “Un canal de televisión es una instancia desde la cual se produce un tipo de televisión con una intención comunicativa que se materializa en una estrategia de programación y unos estilos de interpelación de las audiencias” (Rincón, 2006, p 173). Por este motivo, estructurados por franjas, se organizaron los horarios de emisión para que conectaran a los públicos con su programación; en cuanto a la televisión infantil, esta se pensó en el horario de los fines de semana en donde fueron ubicados todos sus programas.

En consecuencia con estos nuevos propósitos de programación, los programas infantiles eran formatos de larga duración compuestos de varias secciones, programados en franjas horarias ubicados en la parrilla los días sábados, domingos y festivos en el horario de 6:00 a.m. a 12 m. Estos “contenedores”<sup>2</sup> incluían una mezcla de contenidos nacionales con

---

<sup>2</sup> Un programa es denominado 'contenedor', porque en él cabe de todo: noticias, reportajes, entrevistas, tertulias, actuaciones artísticas, sainetes, seriales, espacios educativos, etc. (Molano, 2012, p 15).

extranjeros, películas, caricaturas, concursos, musicales, conectados a través de una historia y/o presentadores ancla, que conducían y daban paso a cada una de las secciones de los programas.

En ese contexto nacieron los dos programas objeto de estudio de esta investigación: *Club 10* y *Bichos Bichez*; el primero, *Club 10*, fue un programa de televisión para público infantil de Colombia, realizado por *Caracol Televisión*, cuyo contenido incluía películas, concursos, dibujos animados, y una historieta, llamada *Mi Cuarto*, realizada por actores y personajes del programa. El segundo, *Bichos Bichez* del *Canal RCN*, contaba con, notas periodísticas, caricaturas, concursos interactivos, animaciones en tiempo real, conciertos y, en directo desde el estudio, niños invitados que ayudaban a los personajes del dramatizado *El Circo*, para darle solución a los conflictos que se planteaban en cada emisión.

Los canales entonces, con su intención de programación, esperaban que las audiencias permanecieran sintonizadas durante toda su emisión; sin embargo, al ser competencia, pues estaban enfrentados en cuanto a horarios y público objetivo, utilizaron diferentes estrategias que permitían hacer una apuesta sobre quién lograra obtener más sintonía.

La estrategia utilizada en el programa *Club 10* del canal Caracol, fue organizar sus espacios focalizados dentro del contendor, es decir, los programas eran emitidos de principio a fin y separados con el corte a comerciales; estos eran por ejemplo, dibujos animados, películas o series. En relación a la historieta *Mi Cuarto*, sección objeto de estudio, tenía una duración

aproximada de doce minutos consecutivos; la sección siempre iniciaba después de un corte comercial y terminaba también con otro corte a comerciales en el que le antecedía y seguía otro espacio diferente del contenedor.

En cuanto a *Bichos Bichez* del canal RCN y *El Circo*, la otra sección objeto de estudio de esta investigación, la historia presentada en cada emisión, era segmentada a lo largo de las cuatro horas que duraba el programa, es decir que, las escenas del dramatizado fueron separadas por medio de las producciones como caricaturas, series, películas, o videos musicales, que tenía el contenedor; de esta manera, la trama se mantenía a lo largo de toda la emisión, para que el público estuviera conectado durante todo el programa a todos los contenidos que se presentaban.

Basada en este escenario de un sistema de programación, en donde se presentaban diversos contenidos, pero anclados a producciones nacionales con las que se generaba una conexión de cercanía e identidad con las audiencias, fue que surgió la inquietud por comprender estos contenidos, en donde se hizo necesario conocer lo concerniente a la naturaleza de estas dos secciones en mención, en cuanto a sus alcances y limitaciones, es decir, lo que los realizadores determinaron en esta oferta televisiva: las tipologías, tratamiento, contenidos y géneros que crearon, ligados a estrategias comunicativas dirigidas a los niños y niñas en el país.

De esta manera, el interés por lo televisivo tuvo que ver tanto con contenidos, como con propuestas de producción de mensajes, así como de la construcción temática de lo que se

quería transmitir y cómo se transmitió; su intención comunicativa y lo que se pretendía lograr con ella. Es decir, qué tipo de historias, contenidos, temas y mensajes, se construyeron en el discurso televisivo en estos relatos.

También, indagar sobre los criterios que fundamentaron la televisión infantil en relación con el tratamiento, los recursos y lenguajes utilizados en los relatos dirigidos a los niños y niñas del país. Es decir, a través de la realidad representada en el universo simbólico de la narratividad televisiva para los niños y las niñas, cuáles fueron los recursos estéticos y narrativos utilizados en el discurso televisivo estas historias.

Y finalmente, fue importante investigar sobre la mediación existente, entre el medio y su audiencia a la hora de producir un contenido, pues al existir propósitos del deber ser de los medios hacia su público, fue importante develar qué tipo de imágenes sobre la infancia se proyectaron a través del discurso en estas secciones.

De esta manera se llegó a la pregunta principal que orientó esta investigación: ¿Cuáles fueron los contenidos televisivos infantiles y las propuestas narrativas en las secciones de ficción *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, en las emisiones del segundo semestre del año 2011?

## 1.2. Supuestos

Como base de esta investigación, fueron formulados algunos enunciados que encaminaron a indagar sobre la pregunta planteada, pues son muchas las ideas que existen sobre los contenidos que se realizan para la televisión infantil. Por eso, estos plantearon un horizonte en donde posteriormente, a través de los resultados hallados, se ratificaron o negaron, esclareciendo las ideas a priori que se tenían con respecto al tema estudiado. Estas fueron:

Detrás del tratamiento de los enunciados de los mensajes utilizados para mostrar la información, los productores de contenidos logran crear un sentido de realidad posible que establece marcas y estilos de identificación de sus programas.

Los medios como conformadores de imágenes crean estructuras simbólicas a través del discurso, pues muestran, repiten y ordenan, definiendo conceptos y presentándolos en sus programas.

Los realizadores de contenidos elaboran estructural y semánticamente sus textos basados en la consideración de una serie de signos que producen identificación, pues muestran creencias aceptadas y legitimadas socialmente.

Los criterios que existen sobre la televisión infantil se dan desde la manera en que el adulto percibe la realidad de los niños y niñas, orientando la información hacia lo que estos consideran debe ser narrado para el público infantil.

La elaboración de sentido de cómo los medios muestran la información, se manifiesta debido a la construcción de personajes y situaciones en las historias.

### **1.3.Objetivos**

Pensar en qué y cómo la televisión le habla a los niños y niñas, fue el fundamento para reflexionar sobre aquello que se produce en la televisión colombiana, pues conocer a profundidad los contenidos infantiles presentados, permitió saber y comprender, cómo se les relató los pequeños, desde qué punto de vista y con qué elementos se construyó el discurso desde el cuál se les narró.

Por ello, fueron pensados objetivos a través de los cuales se dieran acciones que condujeran a la resolución de la pregunta orientadora hasta llegar a los resultados encontrados y así lograr tener un panorama sobre lo que se les narra y cómo se les narra a los niños y niñas en la televisión nacional, por lo tanto, los objetivos planteados para indagar en esta investigación fueron:

#### **1.3.1. General**

Analizar los contenidos televisivos infantiles y propuestas narrativas en las secciones de ficción, *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, durante las emisiones el segundo semestre del año 2011 para indagar lo que se le narra a los niños y niñas en las ofertas televisivas nacionales.

### 1.3.2. Específicos

- Examinar el tipo de historias, contenidos, temas y mensajes, que se construyen en los relatos *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas infantiles *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, de los programas emitidos durante el segundo semestre del año 2011.
- Describir los recursos estéticos y narrativos utilizados en el discurso televisivo de las historias *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas infantiles *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, durante las emisiones del segundo semestre del año 2011.
- Identificar el tipo de imágenes que sobre la infancia se proyectaron a través del discurso en *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas infantiles *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN durante las emisiones del segundo semestre del año 2011.



#### **1.4. Justificación**

La televisión como escenario de lo público puede fomentar el conocimiento y reconocimiento de los niños y las niñas, de sus visiones sobre la vida, intereses, opiniones, preocupaciones, problemáticas y soluciones. Este espacio logra garantizar su derecho a la expresión y proteger sus formas de creación y sus maneras particulares, imaginativas, curiosas y divertidas de relacionarse con el mundo. Permite, igualmente, apropiarse creativamente de las memorias, promover el diálogo, el intercambio y la cooperación entre las culturas; la televisión, ha dicho Orozco, referenciando a Fuenzalida, “es un importante canal de difusión cultural, un aliado educativo, un espacio de convergencia de las diversidades”. (2012, p 83)

Los niños y niñas hablan con la televisión, se relacionan con ella desde un vínculo afectivo y demandante de interactividad, en un plano personalizado y subjetivo. Buscan una televisión que se interese por sus problemas, su realidad, sus dificultades escolares, sus carencias afectivas y sociales: es "alguien" que forma parte de sus vidas, en los sentimientos y en los hechos cotidianos.

Es en este sentido que los niños y niñas buscan reconocerse a través de la televisión, a sí mismos y también conocer el sentido del mundo que los rodea, donde ellos deben necesariamente estar insertados. El papel de la televisión en la esfera social del sujeto, interviene como agente social, pues construye un espacio de acción propio que es completamente relacional, es decir, ligado al espacio social. La televisión, en este espacio,

ejerce un campo de poder simbólico y cultural en el que se evidencian las diferencias y similitudes entre los sujetos y se establecen relaciones de cercanía o lejanía con los contextos representados en los contenidos televisivos.

Es así como cada niño y/o niña selecciona, integra y tiene una relación única y particular con la televisión, esta sería la expresión de un inconsciente individual, que depende del contexto, de su propia personalidad y temperamento; también con grupos sociales y/o culturales se da un fenómeno similar, ciertas características contextuales/culturales hacen que las relaciones con la televisión tengan similitudes.

La televisión aporta saberes para la vida familiar, las relaciones interpersonales en el hogar, el colegio o el vecindario y para los comportamientos cotidianos; las necesidades infantiles que puede satisfacer la televisión están más relacionadas con la afectividad del niño, su autoconfianza, su desarrollo emocional, su seguridad para sobreponerse a las dificultades existenciales (López de la Roche *et al*, 2001, p 385).

Pero es en el patrón de simbolismo colectivo mediado por la televisión, donde se da, el mito que explica la realidad, aquello que hace homogéneos a todos los niños y niñas que tienen experiencia televisiva. Más que una manera de mirar el mundo o a sí mismos es una forma de buscar entender la propia existencia y la del universo.

La televisión es el lugar del rito en donde se conforma la conciencia colectiva, este pensamiento permea casi la totalidad de las respuestas infantiles, en forma muchas veces explícita y otras implícita. Quizás lo más importante de esa producción de sentido apoyada por los medios, sea la representación como realidad, pues se trata de cómo los medios aportan conciencia de elementos de la realidad que son lejanos a cada uno, ya sea por distancia física, temporal, cultural o de la experiencia.

Los niños y niñas hablan desde su subjetividad, pero lo hacen desde su contexto social-cultural-económico y también se expresan desde su contexto existencial o quizá a partir de las carencias del mismo. No hablan desde la abstracción sino desde su inmersión en la realidad de pertenencia.

Y es por ello, que es importante determinar desde los medios, cómo las situaciones y los personajes que en las historias que la televisión aborda se muestra la ficción, y la forma en que esta construye su realidad, puesto que al definir la ficción como algo que no es real pero podría serlo, se permite que los televidentes recepcionen un discurso que es el que se les cuenta y relata.

Ficción es otra forma de contar la realidad, una forma lúdica, divertida, que entretiene y que muchas veces tiene más efecto que la manera directa de las noticias sobre acontecimientos de la realidad. En la ficción se muestran modelos de personas, de conductas y comportamientos, de perspectivas dentro de un clima despreocupado que no advierte al televidente sobre los fines de aquello que se muestra (Orozco, 2010, p 51).

Es por ello, y a pesar de saber que lo que ofrece la televisión en muchos casos es ficción, los niños y niñas ven como realidad estos contenidos y los asumen como verdades que deben repetir en su quehacer diario. Y es que a pesar de que los niños y niñas están más expuestos a temprana edad al mundo, no hay que olvidar que ellos “construyen el mundo – lugar no sólo físico sino simbólico, emocional, afectivo y cognitivo – de una manera lúdica, a través del juego, la fantasía y la exploración” (Calle *et al*, en Vélez, 2002, p 102), por lo que se debería implicar más en lo que allí se muestra a través de mecanismos que regulen los contenidos en los que se les lleve a la triada educar-entretener-informar.

Quando aceptamos sin reparos, tiene lugar un consumo irreflexivo y acrítico de la televisión: una *interacción televisiva pasiva*. En cambio, cuando reflexionamos sobre lo visto se despliega una actividad de “negociación” con los referentes televisivos, esto se traduce como una *interacción activa*, que eventualmente puede llevar a un consumo “crítico” de la televisión (Orozco, 2010, p 21).

La investigación sobre la televisión es hoy prioritaria para comprender cómo somos y hemos venido siendo en sociedad, pues “por ella pasan las imágenes-mundo y se reconstruyen los rostros locales” (Rincón *et al*, en Vélez, 2002, p 13). Más urgente es la investigación sobre la infancia, ya que permite saber cómo se viene pensando y produciendo desde la televisión, a los niños y niñas, “bien sea como sujetos representados, actores de los medios, audiencia que asiste masiva y compulsivamente a la televisión o pretexto para pensar política y socialmente” (Rincón *et al*, en Vélez, 2002, p 102).

Por ello, a través de los dramatizados *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas infantiles *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, de las emisiones del segundo semestre del año 2011, unidad de análisis de la presente investigación, se identificaron los componentes que permiten organizar el discurso televisivo, pues la televisión no es solo un medio de comunicación, sino que también genera las experiencias, saberes y sueños que conforman la sociedad; por lo tanto, se constituye en un espejo social que refleja la cultura que la produce, las identidades que las habitan, las estéticas de lo popular masivo y de los concesos que construyen el sentido para la vida cotidiana.

Es así como esta investigación se hace necesaria porque la infancia, su formación y bienestar siempre será importante desde todos los ámbitos, y por supuesto la televisión es también una de las instituciones que piensa en ellos, pues los contenidos infantiles están enmarcados dentro de los retos y desafíos que tanto productores, organizaciones y sociedad civil deben procurar, en cuanto a temáticas y narrativas, siendo partícipes de la configuración de los contenidos que esta ofrece, desarrollando lógicas y dinámicas que hagan parte de la construcción de sentido, a través de las narraciones que allí se relatan.

Por ello, se quiso dar la relevancia a este estudio, ya que es importante saber en el discurso presente en estos contenidos, qué mensaje le están dando los programas a los niños y niñas en su forma de narrar, pues se puede observar que la programación dirigida a los niños y niñas, tiene un lugar específico en la agenda televisiva, a través de la cual es posible, analizar y entender las dinámicas desde donde ha sido concebida, las características de las audiencias a quienes va dirigida, y los objetivos que esta debe cumplir.

## **1.5.Marco contextual**

### **1.5.1. Formato de los programas objeto de análisis**

Pensada en franjas horarias, la televisión nacional se estructuró con formatos que fueran a un menor costo, pero que generaran producciones de alta calidad. Entendiendo formato como “los modos de diseñar el producto televisivo, las formas que toma el producir, entretener, empaquetar, programar y mercadear la televisión” (Rincón, 2013, p. 46), los programas objeto de estudio, fueron estructurados bajo una lógica de programación que ubicara fácilmente a las audiencias con la oferta de los canales.

Las franjas se crean porque hay un público que se acerca a la televisión a determinadas horas, “son diseñadas por las autoridades de televisión de cada país y por los canales programadores según el comportamiento de las audiencias” (Rincón *et al*, en Vélez, 2002, p 112). En las horas durante las cuales se sabe que hay presencia masiva de niños y niñas se programa la franja infantil, que es aquella en la que se agrupan programas para los pequeños según horarios, intencionalidades, géneros y temáticas.

Sin embargo, la televisión infantil no es una, sino muy diversa según temáticas, géneros, formatos y contenidos. Los programas considerados infantiles por excelencia son los dibujos animados, sin embargo, cada vez más formatos, como comedias, dramatizados, concursos, clubes, magazines y comerciales, son diseñados con fines específicos de entretención, educación e información para el público infantil (Rincón *et al*, en Vélez, 2002, p 112).

En el caso de los programas infantiles creados por los canales privados nacionales, se utilizaron formatos en los cuales se mezclaban contenidos nacionales con extranjeros, películas, caricaturas, concursos, musicales, historias, todo en un mismo espacio comprendido en una franja y anclado a unos personajes que conducían y daban paso a cada una de las secciones del contenedor.

Los contenedores son espacios que tratan muchos temas mezclados. “Son denominados programas 'ómnibus' o 'almacén' o 'contenedor', porque en ellos cabe de todo: noticias, reportajes, entrevistas, tertulias, actuaciones artísticas, sainetes, seriales, espacios educativos, etc.” (Molano, 2012, p 15).

Todo ello pensado en costos que favorezcan al canal: llenar su parrilla de programación, además de complacer a sus audiencias en donde los canales tienen claros los gustos y estéticas que atraen a los niños y niñas consumidores de su oferta.

Los canales tienen claros los gustos y estéticas que atraen a los niños, son el contacto con lo que “está de moda”, con los personajes, películas y en general productos que consumen los niños. Especialmente, conocen que a los niños les gusta interactuar con los medios, a través de juegos, mensajes de texto, etc. Los cuales generalmente tienen un costo y se convierten por lo tanto en fuente de ingresos para el programa (Cala Matiz, 2010, p 241).

De esta manera, se generó una identidad de formato, en el que fluía la programación, haciendo de esta una oferta ininterrumpida de contenidos alternando información, entrevistas, concursos, humor, números musicales e inclusive ficción para la teleaudiencia.

Los clubes (contenedores) son una modalidad muy utilizada y se caracterizan por la participación de los niños y la combinación de diversos formatos (dibujos animados, concursos, etc.) es un espacio unificado a partir de unos presentadores o personajes en estudio que actúan como conductores del programa. Este esquema se ajusta a los ritmos de atención de los niños y atrae a los productores porque es fácil de realizar y asegura a los canales una programación propia a bajo costo (Rincón *et al*, en Vélez, 2002, p 116).

Tal es el caso de los programas objeto de estudio de esta investigación, *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, los cuales fueron contenedores, es decir, programas de televisión de larga duración compuestos de varias secciones o programas como series animadas, películas, concursos, que fueron programados los fines de semana en el horario de 6:00 a.m. a 12 m. en los que se organizaban todos los contenidos pensados para la audiencia infantil.



### 1.5.2. Características de las secciones objeto de análisis

El objeto de interés específico de análisis de esta investigación, fueron los dramatizados *Mi Cuarto* y *El Circo*, realizados para los programas contenedor *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, las cuales, como se ha mencionado, son secciones que hacen parte de la totalidad de los programas o contenedores. En el presente espacio, se hizo una descripción general del universo de las historias para contextualizar sobre estas; sin embargo, en el capítulo del análisis de esta investigación, se encontrarán explicados en detalle todos los elementos que constituyen las historietas a mayor profundidad.

Del *Club 10* del canal Caracol, la historieta llamada *Mi Cuarto*, abordaba la historia de un papá y sus dos hijos, Jimmy y Zeta, quienes vivían en una casa junto a su mascota, el lobo Aurelio Cheveroni, y en donde un día, tocaron a la puerta dos hermanas pobres que no tenían donde quedarse, ellas eran Abril y Florecita junto a su mascota, una gatica llamada Mary Moon; el Pap y sus hijos las acogieron como familia. Posteriormente, alguien dejó abandonado en la puerta de ese hogar a Dinodoro, un dinosaurio bebé al cual también aceptaron en la familia. Luego, otro niño llegó a pedir refugio, era Rap, quien fue ayudado por todos y convertido en integrante. La familia entonces quedó conformada por El Pap, jefe del hogar; Jimmy y Florecita, los hermanos mayores; Zeta, Abril y Rap, los niños de la casa; Aurelio, Mary Moon y Dinodoro, las mascotas, que más que eso, fueron como hermanos e hijos para el resto de la familia. Finalmente llegó Juliana, una niña que se convirtió en la hermana mayor de estos personajes. Todos ellos vivieron cientos de aventuras en dicho hogar, en las que se resaltaban los principales valores familiares y de amistad, en situaciones de alegría, tristeza, suspenso y diversión ([www.caracol.com](http://www.caracol.com)).

Por otro lado, se abordó *El Circo*, dramatizado de *Bichos Bichez*, del canal RCN, historia conformada por tres personajes que siempre aparecían; Pércifal, feo pero con un buen corazón; la dulce, inocente y despistada Ámbar, y Alegría, la sobrina de Pércifal; además, de dos pulgas: Minimiliano y Microlasa, y en donde más allá de la fantasía de este programa había un interés de quienes lo dirigían por pensar en los niños y niñas como una prioridad, queriendo que estos tuvieran nuevos héroes de carne y hueso, personas en las que se pudieran reflejar y con las que se les facilitara interactuar ([www.canalrcn.com](http://www.canalrcn.com)).

De esta manera, el contexto sobre el cual se enmarcó la presente investigación, fue el escenario de estas dos secciones de programas concretos que representaron espacios televisivos programados para la televisión infantil nacional, en los dos canales de televisión privada del país.

## 1.6.Estado del Arte

Diversas investigaciones han indagado sobre las producciones de televisión infantil, lo cual denota el interés en cuanto a este tema se refiere; lo encontrado en estos documentos, mostró un panorama del punto en el que se está, y el futuro sobre el cual se quisiera pensar la televisión para los niños y las niñas en el país.

Y si bien, la mayoría de los antecedentes encontrados fueron investigaciones realizadas directamente con las audiencias, es decir, sobre sus gustos e intereses, y el de esta investigación es sobre contenidos, es decir, lo que se produce para estas; los resultados encontrados fueron tenidos en cuenta, para examinar qué se ha aplicado en los productos televisivos infantiles analizados.

El recorrido de este informe se realizó de manera cronológica, es decir, que se tuvieron en cuenta las investigaciones que se estaban realizando paralelamente a la emisión de los programas objeto de estudio, encontrando en este también, que diversas instituciones han cubierto en el tiempo la línea investigativa de la televisión infantil, mostrando avances y planteando reflexiones sobre el tema.

Ejemplo de ello fue, *De Ocho a Diez. Proyecto de Televisión Infantil Cultural: Un Acercamiento a Niñas y Niños Colombianos para hacer Televisión*, del Ministerio de Cultura de Colombia en asocio con Señal Colombia, la Pontificia Universidad Javeriana y Canal 13

en el año 2010. El Ministerio de Cultura, desde el 'Proyecto de Televisión Infantil Cultural' de la Dirección de Comunicaciones, emprendió un proceso de investigación que permitió a un grupo interdisciplinario de comunicadores y expertos en desarrollo infantil acercarse mediante el juego a niños y niñas de diversos rincones de Colombia. Este ejercicio proporcionó una mirada acerca de los temas que para los niños y niñas tienen importancia, de cómo cuentan el mundo, cómo abordan diversas situaciones y cuál es su relación con la fantasía y la realidad. De esta manera se realizó el compendio de una experiencia de encuentro con más de 300 niñas y niños colombianos de todo el país, de comunidades urbanas y rurales, recopilando sus historias para que se materializaran en producciones de calidad que impulsaran las dinámicas de dialogo intercultural entre los niños y las niñas del país.

A raíz de ese estudio realizado en el año 2010, el 'Proyecto de Televisión Infantil' hoy 'Comunicación e Infancia' con la publicación de la investigación sobre culturas infantiles en Colombia '*De 8 a 10. Un Acercamiento a Niñas y Niños Colombianos para hacer Televisión*', sirvió de base para establecer las pautas para las convocatorias dirigidas a productores y canales que se abrieron en los últimos años con el fin de estimular la generación de contenidos en temáticas relacionadas con la infancia. A través de estos resultados, se publicó la investigación titulada: *Los Niños Menores de Tres Años y la Televisión. Perspectivas de Investigación y Debate 1999 – 2010*, también del Ministerio de Cultura en 2012, el cual fue un estudio coordinado por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, que analizó estudios en Estados Unidos y Latinoamérica, que han tratado la relación de los niños, desde el nacimiento hasta los treinta y seis meses, con la televisión, desde diferentes puntos de vista como la sociología, comunicación, psicología, salud y educación.

Estos trabajos de investigación respondieron a la necesidad del sector audiovisual que necesitaba criterios y espacios para que los investigadores, directores y realizadores emprendieran búsquedas orientadas a diseñar, producir y emitir contenidos pertinentes y de calidad. De esta forma, el Ministerio de Cultura propuso que se reflexionara sobre el papel que tiene el consumo y uso de la televisión en los primeros años de vida, con el ánimo de promover el diseño y la producción de contenidos culturales para la niñez colombiana.

Otras de las entidades públicas y privadas que participan también en la televisión, mediante el 'Compromiso Nacional por una Televisión de Calidad para la Infancia', llegaron a acuerdos en diversas áreas como el fomento, la producción, la investigación y la participación ciudadana, en las que se pudieran desarrollar procesos concretos. En este último plano, se desarrolló un plan en las escuelas alrededor del tema del uso de medios, en articulación con el Ministerio de Educación y en asocio con diversas Secretarías de Educación y redes y ligas de televidentes activas y responsables del país.

Por ello, el Ministerio de Educación Nacional, llamado a desarrollar estrategias para preparar a la comunidad a enfrentarse a los medios de comunicación, a través de su Oficina de Innovación con Uso de Nuevas Tecnologías, en el año 2010, realizó una propuesta de formación en donde el objetivo del proyecto fue aprender a dimensionar de una manera amplia el uso y la creación de medios para poderlos aplicar en sus distintas áreas. Ejecutado por la Universidad del Quindío, a través del Programa de Comunicación social – Periodismo, por Mercy Paola Rodríguez Cañas, *et al*, el proyecto denominado *Uso Pedagógico de Medios Audiovisuales y Radio* a través de una cartilla como resultado final, ofreció a docentes

propuestas de trabajo con medios dentro del aula, además de elementos de reflexión que permitieran generar modelos didácticos y pedagógicos del uso de medios en el aula.

También, en ese marco del convenio establecido con el Ministerio de Educación Nacional y su Oficina de Innovación Educativa en 2010, la Universidad de Córdoba, a través del grupo de investigación EDUPMEDIA de la Facultad de Educación, realizó el proyecto *Medios y Tecnologías: espacios alternativos para enseñar y aprender*, el cual fue una propuesta de formación para docentes en uso pedagógico de medios audiovisuales en diversas Secretarías de Educación del país, con el fin de generar en los docentes la necesidad de una aproximación a una estrategia creativa y participativa que potenciara la aplicación didáctica de los medios en las Instituciones donde laboraban. El proceso de formación se sustentó en la reflexión pedagógica sobre el sentido de los medios audiovisuales y la radio en la educación y los aspectos conceptuales y metodológicos para la realización de actividades y proyectos que permitieran el desarrollo de competencias, y en donde se generaran escenarios que posibilitaran a los actores involucrados el intercambio de ideas, conceptos y el desarrollo de habilidades comunicativas y sociales.

También la investigación *Estrategias Pedagógicas para Educar en la Solidaridad*, de Bertha Ortiz de Lizcano y Mercedes Alba de Camelo en el año 2011, estuvo enfocada en formular y validar estrategias pedagógicas mediadas por la televisión para contribuir en la formación de niños solidarios que mejoraran la convivencia en Instituciones Educativas, con apoyo de docentes y padres de familia. Con la aplicación de las estrategias formuladas, los niños mostraron una actitud crítica frente a los contenidos que se vieron en televisión,

identificaron valores, antivalores y actuaciones solidarias e insolidarias; los padres de familia lograron comunicarse mejor con sus hijos sobre los programas de televisión. Los docentes apreciaron menos agresividad en los niños y más aceptación por el trabajo colaborativo. Se evidenció la importancia de que padres y docentes trabajasen de manera conjunta y permanente para lograr resultados positivos en la formación de los niños. La aplicación de estrategias pedagógicas mediadas por la televisión fue acertada en la aprehensión del valor de solidaridad en los menores.

Las Universidades, por supuesto, también fueron escenario para hacer un espacio de seguimiento al consumo y producción de medios, y si bien, las investigaciones aquí nombradas no son específicamente para un público infantil, sí hablan de estrategias discursivas para programas dirigidos a menores de edad; ejemplos como el de *Revela2, Desde Todas Las Posiciones...Análisis Desde la Perspectiva del Edu-Entretenimiento* de Laura Tatiana Castro Marín y Cesar Augusto Viera Marín en el año 2014 de la Universidad del Quindío, analizó el manejo que se le dio a la estrategia de edu-entretenimiento en Colombia, por medio de la serie audiovisual “Revela2, desde todas las posiciones”. Este producto fue realizado por la Fundación Imaginario, en el marco de una convocatoria abierta por el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y el Ministerio de Salud y Protección Social (MSPS), entre 2012 y 2013. La iniciativa de realizar este análisis partió del interés por encontrar una modalidad interactiva que permitiera combinar el entretenimiento y la educación, y de esta manera poder identificar sus características y analizar su propuesta de edu-entretenimiento. Para ello se optó por reconocer el tratamiento de los contenidos de la narración, identificar las estrategias de edu-entretenimiento y describir las características de los roles de los personajes de la serie, en donde se tuvieron en cuenta los aportes de Omar

Rincón (2006), en lo que se refiere a las competencias esenciales a la hora de narrar, la definición de los actantes por Pérez Rufí (2010) y el Eneagrama explicado por Riso y Hudson (1998), y en donde posteriormente, los datos hallados fueron analizados con base a la Teoría Social del Aprendizaje, tal cual la exponen Bandura y Walters (1974).

Otro estudio realizado fue el *Modelo Pedagógico Participativo de Formación en la Lectura Crítica del Servicio de Televisión*, realizado por José Fernando González, Elvia Lucia Ruiz, Germán Velásquez, Juan Fernando Duarte Borrero en el año 2012. La investigación realizada con estudiantes de undécimo grado del INEM José Félix de Restrepo y los realizadores del programa “Capicúa” del canal Tele-Medellín” fue realizado por el Grupo de Investigación en Comunicación de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Jaime Isaza Cadavid y contó con la cofinanciación de la Comisión Nacional de Televisión —CNTV—. En el texto se planteó la metodología, el marco de estudio y se presentaron los hallazgos en las categorías: contenidos y entretenimiento, lectura crítica de la televisión, virtualidad e interlocución, entre otras.

Si bien, este último hallazgo no se encuentra en el rango de la línea de tiempo investigativa, fue un referente muy importante para ser tenido en cuenta, por lo que no se podía omitir. Por ello, la investigación denominada *Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva* realizada por el Convenio Andrés Bello y la Fundación Antonio Restrepo Barco bajo la coordinación general de Carlos Alberto Vélez Venegas y publicada en el año 2002, es un documento que contiene los resultados de una serie de investigaciones acerca de la relación televisión y niñez. Así mismo, en la línea de pensamiento de construir una



comunidad más responsable y activa frente a la televisión y la infancia, la serie de cuatro estudios sobre la televisión infantil planteó la inquietud por explorar el tema desde distintos puntos de vista y con diferentes tipos de análisis para generar datos y conocimiento que permitieran actuar frente al tema, construir un campo específico de investigación y producción, y ahondar en el saber de las audiencias infantiles. Con esta publicación se esperaba hacer un aporte a un debate vital como el de los contenidos de la televisión desde las instancias básicas que conforman el modelo de comunicación, la producción-emisión, el mensaje y la recepción de las audiencias.

De esta manera, se puede ver reflejado el interés en cuanto a los procesos tanto creativos como de percepción de las audiencias infantiles se tiene, mostrando que hay una intención en conocer lo que sucede en cuanto a televisión infantil se refiere. La agenda promovida por las entidades públicas, privadas y de cooperación internacional ayuda a explicar la preocupación por la televisión y por la necesidad de que los niños y niñas tengan un espacio que los piense.

Los procesos enunciados aquí principalmente etnográficos, apoyaron el interés de la presente investigación en cuanto a que se puede reflejar que todos los resultados investigativos con las audiencias, pueden incidir en lo que los productores de contenidos crean.

Por ello, los resultados que todas estas investigaciones previas han dejado, sirvieron como base para que en este estudio se tuviera en cuenta que hay un interés hacia la televisión para

niños y niñas, que reconocen además que existe un precedente respecto a lo que las audiencias prefieren, y que hay un continuo observatorio hacia la programación emitida, además del interés hacia los futuros contenidos en el campo de la televisión infantil.

Por lo tanto, la línea a seguir con la presente investigación, fue indagar sobre el universo de los significados construidos que circulan en el discurso a través de los programas elegidos. Qué es lo que se mantiene y cómo se innova desde sus contenidos, qué apuestas se realizan desde la narrativa de los programas infantiles al contar sus historias para lograr convertir la televisión en un lugar de encuentro para los niños y niñas, y, de igual forma, reconocer en estos dramatizados la propuesta de los contenidos como clave para conocer, reinterpretar el saber, el sentir y el pensar del público infantil.

## CAPITULO 2 \_ MARCO TEÓRICO

Para dar cumplimiento a los objetivos de esta investigación, se propone un marco teórico compuesto por tres apartados los cuales se estructuran de la siguiente manera:

El primer apartado aborda a la televisión infantil, desde el marco jurídico en donde se sustentan las normativas del deber ser de esta, según los lineamientos oficiales de las políticas públicas de infancia y adolescencia adelantadas por el Estado. También, desde las características que se han descrito sobre lo que inherentemente debe contener un producto infantil audiovisual, según los creadores de contenidos, estudiosos e impulsores del tema, y gestores de políticas. Finalmente, desde las particularidades del público objetivo, según las características de la audiencia, pues esta tiene unas necesidades especiales, por lo que los mensajes para ellas deben tener unas precisiones de carácter específico.

El segundo apartado aborda a los medios masivos como productores sociales de sentido, desde el entorno simbólico en la construcción de sentido, puesto que los medios de comunicación crean referentes que se convierten en marcas de la memoria y la identidad para sus audiencias. También, desde la dinámica en el reconocimiento en lo social y lo individual, puesto que los discursos televisivos proveen significaciones que van a articular la coherencia entre el mundo objetivo y la realidad subjetiva de quienes los ven.

El tercer apartado aborda el discurso televisivo, desde la organización textual en lo sintáctico y lo semántico como unidad de análisis, pues es necesario observar la existencia de los elementos que hacen posible la construcción del sentido discursivo. También desde la estructura discursiva, la cual consta de niveles en los cuales se construyen los contenidos, en donde la elección de uno u otro código, el orden en que sean presentados, y el mayor o menor tiempo de exposición que cada uno de estos tenga, permite ver cómo se conforma el discurso que se quiere presentar. Así pues, desde el nivel intencional, el cual se refiere a lo que se quiere comunicar empleando las representaciones sociales que identifican a la audiencia; desde el nivel estructural, en donde se le otorga una línea de continuidad a la narración televisiva por medio de signos, índices y símbolos; y desde el nivel expresivo, en donde se pretenden crear vínculos emocionales con la audiencia. Todo ello con una intención comunicativa en donde se pueden identificar tipologías, flujos, procesos creativos, criterios de producción, etc. utilizados por quienes crean el mensaje.

De esta manera, al haber hecho el recorrido a través de la selección de autores conocedores de las temáticas de interés para esta investigación, se procura dilucidar por medio de ellos, un nuevo corpus que valide aquello que compete específicamente al tema objeto de estudio. Así pues, a continuación se entrará en detalle en los contenidos elegidos para entender mejor el universo de la televisión infantil y los elementos que estructuran su discurso.

## 2.1. La televisión infantil

La televisión es una herramienta de aprendizaje e interacción con el mundo, y por ello la importancia de establecer las características y mediaciones entre esta y sus audiencias. En el caso de los niños y las niñas, estos pasan una cantidad de tiempo considerable frente a la televisión; es por esto, que están interactuando constantemente con los contenidos que allí se emiten.

Los niños y niñas aprenden imitando, y por esta razón es importante supervisar lo que estos ven, pues a pesar de algunas temáticas con carga negativa, la televisión puede promover una sana convivencia a partir de sus contenidos. Según Omar Rincón, en entrevista realizada a realizadores del canal Señal Colombia, “todos los programas que ve un niño educan, porque los pequeños están en continuo aprendizaje” (Rincón *et al*, en Vélez, 2002, p 90).

Dentro de este proceso de comunicación efectiva, entraría también un importante factor de comunicación significativa, en donde los contenidos infantiles deben ofrecerle a los niños y niñas la capacidad para intercambiar significados y socializar con las personas de sus círculos sociales ya que en estas edades el público infantil está en proceso de socialización con el mundo que los rodea; la interacción y la socialización de lo que los pequeños ven, hace parte de una experiencia, y consolida el aprendizaje en el mundo social.

La televisión misma debe ser entonces propiciadora de estos espacios, brindándole aportes significativos al proceso de crecimiento y desarrollo de los pequeños, para que niños y niñas tengan la oportunidad de estar en constante interacción con el medio y con sus círculos

sociales, además de ver sus experiencias representadas en estos, lográndose sentir identificados.

Por ello, narrar en televisión significa activar pactos de comunicabilidad entre productores y espectadores, por lo que “para programar hay que pensar a largo plazo, garantizando que los objetivos estén por encima de los programas” (Rincón *et al*, en Vélez, 2002, p 90). Esto quiere decir que, en los contenidos de los programas, se debe destacar la correcta estructura que los componen, para que el mensaje final, sea el adecuado para el aprendizaje de los pequeños según su edad y sus experiencias personales.

Así pues, según Rincón (2006), no hay narrativa sin cultura, es decir, sin leyes, sin convenciones, estén estas establecidas o no en un código formal. Por ello, los programas de televisión infantil “tienen en cuenta en su diseño y narrativa los ritmos cognitivos, el rango de atención, los intereses y las necesidades de los pequeños” (Rincón, 2006, p 90). Se trata entonces de, “productos televisivos diseñados especialmente para ser comprendidos (entretener, informar, educar) por los niños de acuerdo con sus competencias cognitivas, afectivas y sociales” (Rincón *et al*, en Vélez, 2002, p 112).

De esta manera, en la producción de mensajes, quienes diseñan los programas dirigidos a las audiencias infantiles deben involucrar el interés social de lo que enmarca el quehacer televisivo para su audiencia, puesto que, “narramos inscritos en una tradición y narramos como colectivo o mejor aún, para conectarnos con los otros y crear comunidades de sentido” (Rincón, 2006, p 90).

Debido a ello, es importante que la opinión sobre una programación infantil idónea se construya a través de políticas de programación elaboradas por equipos cualificados, tanto de gestores de contenidos, instituciones públicas y privadas, y, por supuesto, las audiencias, estas últimas de vital importancia, pues, es para ellas hacia quienes están finalmente construyéndose esos contenidos.

### **2.1.1. Marco Jurídico de la televisión para niños y niñas en Colombia**

Según el Sistema Nacional de Bienestar Familiar se definen como políticas públicas de infancia y adolescencia, al conjunto de acciones que adelanta el Estado, con la participación de diversos actores sociales como, la familia, instancias públicas y privadas, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación, academia, y en general la sociedad civil, para garantizar la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes, para respetar sus derechos teniéndolos en cuenta en las decisiones legislativas que sobre ellos se hagan. Las políticas públicas se ejecutan a través de la formulación, implementación, evaluación y seguimiento de planes, programas, proyectos, y estrategias las cuales están obligadas a cumplirse siendo el Estado el encargado de velar para que así sea.

Este conjunto de normas fueron establecidas para marcar pautas de convivencia y tener claras las implicaciones que deben tenerse en cuenta. Por ello, es importante conocer las leyes que se crearon para la protección de la televisión infantil, puesto que con ellas se dan pautas para el bien común de los interesados en este tema.

Cabe señalar que estas leyes, normas, decretos o acuerdos no solo están dirigidos a la población infantil, sino al público en general, aunque para efectos de interés, se tuvieron en cuenta los elementos específicos para focalizar el tema de la infancia en cuanto a medios se refiere.

A continuación, se hace referencia a los principales elementos que se encuentran en la normativa vigente y que aplican al interés de lo mencionado. Se hace en el contexto nacional puesto que, aunque no se pretenden aislar los procesos macro del tema infantil en Latinoamérica y el mundo, sí es necesario entender el marco legal que rige en Colombia.

La primera ley que se toma en cuenta es la Ley 14 de 1991, por medio de la cual se dictan normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial. Se define que El Consejo Nacional de Televisión<sup>3</sup> tiene la función de clasificar los espacios de televisión, atendiendo, entre otros, los horarios y franjas de audiencia. En cuanto a la programación correspondiente a la franja infantil, se clasifica ajustándose a aquellos programas que puedan ver los menores de edad sin restricción alguna y que hay programación que deben ver con la orientación de los padres o de un mayor de edad.

En el año 1995 se crea la Ley 182, por medio de la cual se reglamenta el servicio de la televisión, se formulan políticas para su desarrollo y se define que la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) ejercerá la función de diseñar e implementar estrategias pedagógicas para

---

<sup>3</sup> El Consejo Nacional de Televisión fue el órgano para regular los destinos de la televisión en Colombia. En el año 1995 con la ley 182 fue reemplazado por la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), y posteriormente mediante la Ley 1507 de 2012, por la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV).



que la teleaudiencia familiar e infantil pueda desarrollar el espíritu crítico respecto de la información recibida a través de la televisión. También habla sobre la correspondencia de este ente para diseñar estrategias educativas con el fin de que los operadores, concesionarios y contratistas de espacios de televisión las divulguen y promuevan en el servicio, a efecto de que la teleaudiencia familiar e infantil pueda desarrollar aspectos de participación sobre lo que a la televisión se refiere.

En el año 2006 con la formulación de la Ley 1098, por medio de la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia, se instauran las normas para la protección de los niños, las niñas y los adolescentes. En esta, se exponen todas las responsabilidades especiales de los medios de comunicación en donde se deben promover, mediante la difusión de información, los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes, así como su bienestar social y su salud física y mental. También el respeto por la libertad de expresión y el derecho a la información de los niños, las niñas y los adolescentes; a adoptar políticas para la difusión de información sobre niños, niñas y adolescentes en las cuales se tenga presente el carácter prevalente de sus derechos; promover la divulgación de información que permita la localización de los padres o personas responsables de niños, niñas o adolescentes cuando por cualquier causa se encuentren separados de ellos, se hayan extraviado o sean solicitados por las autoridades competentes; así como abstenerse de transmitir mensajes discriminatorios contra la infancia y la adolescencia. Por su parte, la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) debía garantizar que en la difusión de programas y materiales emitidos en la franja infantil no se presentaran escenas o mensajes violentos o que hicieran apología a la violencia.

Con el Acuerdo 002 de junio de 2011, por medio del cual se reglamenta la radiodifusión de contenidos en el servicio público de televisión abierta, se clasifican las franjas de audiencia en infantil, adolescente, familiar y adulta. En lo concerniente a los programas que el público infantil puede consumir, su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las 07:00 y las 20:00 horas; estos programas deberán ser aptos para ser vistos por la audiencia infantil, sin la compañía de adultos. El contenido de la programación y el tratamiento de su temática, deberá ajustarse a las franjas de audiencia y a la clasificación de la programación. Cada operador de televisión abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro en cuanto a la programación infantil, debe radiodifundir un mínimo de horas trimestrales de programación infantil en el horario comprendido entre las 07:00 y las 20:00 horas, mínimo ciento ocho (108) horas trimestrales de cubrimiento nacional y de cubrimiento regional y local con ánimo de lucro, mínimo ochenta (80) horas trimestrales.

En 2012 mediante la Ley 1507, se crea la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)<sup>4</sup> ente que reemplaza a la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), en donde dentro de sus funciones, una de sus obligaciones es garantizar el interés superior de la niñez y la familia, la preservación y ampliación de las franjas infantiles y juveniles, y el contenido pedagógico de dichas franjas que asegure la difusión y conocimiento de los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes consagradas en la ley.

---

<sup>4</sup> La Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) es la Agencia Nacional Estatal de Colombia que tiene por objeto brindar las herramientas para la ejecución de los planes y programas de la prestación del servicio público de televisión.

De esta manera, se puede constatar que existe un espacio para ver todo en cuanto a la normativa de televisión infantil se refiere, también profundizar esta información a través de cada una de estas leyes, puesto que en ellas se puede comprobar que existe un marco legal desde el cual se legisla en el tema de infancia. De ahí, que, exista un interés colectivo por reconocer los derechos que tienen los niños y niñas con respecto a la televisión, y que, a través de estas normas, son muchas las acciones que se pueden llevar a cabo; por ello, es importante, conocerlas, darles cumplimiento, tenerlas presentes, hacerlas cercanas y darles sentido.

### **2.1.2. Características de la televisión infantil**

Como ya se ha apreciado, dentro del amplio espectro de la televisión, existe una programación dirigida a los niños y las niñas, la cual tiene unas características distintivas dentro de la categorización televisiva. De acuerdo a esto, la definición desde donde se toma el concepto de televisión infantil, es la promulgada, por la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), actual Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), la cual la puntualiza como:

Programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de niños entre 0 y 12 años, cuyos contenidos, narrativa y lenguaje responden al perfil de esa audiencia, que corresponde a tres grupos: Entre 0 y 5 años (lactantes y preescolares), entre 6 y 9 años, y entre 9 y 12 años (Molano, 2012, p 29).

Para ser más específicos en cuanto a este nicho infantil, la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) a su vez subdividió por franjas etarias la identificación de esta audiencia (Molano, 2012, p 30), la cual estipula por las siguientes características:

- Niños entre 0 y 5 años: Sensomotor, es decir, lo relativo a los sentidos y a la motricidad, se manejan conceptos básicos, no hay procesos lógicos, no requiere análisis, hay identificación de los objetos simples, no identifican consecuencias, hay poca socialización en el juego, no distinguen fácilmente fantasía y realidad, no existe intención moral ni social, no hay distinción entre el bien y el mal.
- Niños entre 6 y 9 años: existe una mayor socialización, hay concepto de culpa: no robo porque me pillan, lo malo es lo que les afecta su persona: es la consecuencia que más motiva, empiezan a entender el bien y el mal, pero están en torno a él mismo, siguen siendo concretos, no hay términos medios, hay pocos matices, entienden suma y resta, premisa: recompensa o castigo individual, buscan interés personal, pero ya son menos egocéntricos, se mueven por sus propios intereses, empiezan a negociar.
- Niños entre 9 y 12: existe una capacidad lógica para resolver problemas completos, comprenden espacios y tiempo, distinguen realidad y fantasía, entienden multiplicación y división, no hay desarrollo político, puede que sí haya social, los problemas dejan de ser tan familiares y egocéntricos para estar más enfocados en la socialización.

Es decir, que, a pesar de estar clasificados en un segmento determinado, hay diferencias de entendimiento y comportamiento que hacen que los niños y niñas tengan diferentes herramientas cognoscitivas para enfrentarse a un programa televisivo por lo que debe tenerse en cuenta esta escala comprensiva para pensar a quién específicamente se quiere dirigir.

Existen también otras características con respecto a los programas dirigidos a la audiencia infantil, los cuales, para ser definidos como tal, deben responder a ciertos criterios principales (Molano, 2012, p 29) como:

- Las narrativas, en cuanto a la cantidad y complejidad de personajes protagonistas, el ritmo, y el lenguaje.
- Las temáticas y tipos de conflicto, en cuanto a su naturaleza y la complejidad de estos (problema, conflicto y solución).
- El formato: en cuanto a su duración y la repetición de acciones dentro del programa.

Además, existen unos criterios auxiliares (Molano, 2012, p 29) que permean este tipo de televisión como, por ejemplo, que los actores principales representen la edad de los niños, que los programas pensados para la edad de los niños respondan a sus necesidades, que los programas puedan ser vistos sin supervisión, que los conflictos se deben resolver como los resuelven los niños, que el lenguaje tiene que ser comprendido fácilmente.

Y es que todo el interés que suscita la preocupación por producir una televisión infantil coherente con un propósito hacia los niños y niñas, hizo que se convocaran los actores más

representativos de la televisión, medios e infancia del país, para conformar un grupo de trabajo el cual tomó el nombre de *Red Colombiana de Medios para Niños y Adolescentes* que tuvo como meta inicial, formular acuerdos y consensos interinstitucionales, para generar estrategias desde varios frentes en cuanto a televisión infantil se trataba.

Instancias públicas y privadas, organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil, medios de comunicación, organismos internacionales y academia, unidos en esta red, aunaron esfuerzos para estructurar un plan de trabajo nacional, interinstitucional e intersectorial, que respondiera al proceso de formación y garantizara el respeto a los derechos que la Convención Internacional de los Derechos del Niño consagra (Compromiso Nacional: Por Una Televisión de Calidad Para la Infancia en Colombia, [Documento de trabajo], 2005).

Y es que, para conseguir esa televisión, se trazaron varias rutas de acción que se transformaron en desafíos para trabajar por este fin en común. Esto conllevó a la generación de un plan de trabajo denominado: *Compromiso Nacional: Por Una Televisión de Calidad para la Infancia en Colombia* en el año 2005, con el fin de mejorar procesos y políticas nacionales, regionales y locales sobre la infancia, familia y medios de comunicación audiovisual el cual llegó a las siguientes consideraciones:

Que, la televisión a través del entretenimiento y la información, puede aportar sin duda a la promoción y a la activación de procesos de convivencia; al fortalecimiento de nuestra identidad diversa y a la re-creación de valores que promuevan el respeto por los niños y niñas, el reconocimiento de sus derechos, de su libertad de expresión y opinión, y la responsabilidad de todos para procurar su crecimiento en las mejores

condiciones de vida y en un entorno armónico (Compromiso Nacional: Por Una Televisión de Calidad Para la Infancia en Colombia, [Documento de trabajo], 2005).

Mediante este Compromiso se llegaron a acuerdos, en donde todos los actores se comprometían para velar por los derechos de los menores de edad, a través de la creación y apoyo de producciones en los que se pudieran desarrollar procesos concretos tales como:

- Mantener siempre presente que los niños forman parte de la población televidente y en consecuencia que la generación de los contenidos busque en lo posible adecuarse a las necesidades y características de este tipo de audiencias.
- Desarrollar estrategias que permitan producir más televisión infantil nacional. Una televisión que sea atractiva para la infancia.
- Que confirme, re-cree y transmita valores como el respeto a los demás, la solidaridad y los principios éticos; que promueva la creatividad, despierte el gusto por el saber que no banalice ni la sexualidad ni la violencia.
- Considerar de manera especial el tratamiento de la noticia en los informativos, en atención a que los niños son en alto porcentaje televidentes también de este tipo de programas.
- Conformar comités de calidad y creatividad al interior de los canales, que estén en permanente observación de la programación, en particular de los contenidos, para formular propuestas y analizar el comportamiento de las audiencias infantiles.

Es así que con la firma de este documento se hizo evidente la necesidad de desarrollar diferentes acciones que condujeran a lograr un cambio significativo en el tipo de televisión para la infancia en Colombia:

Una televisión más representativa y participativa, con voces, formas y modos locales que enriquezcan el sentido de pertenencia del niño a su país y sus particularidades y que en la totalidad de la programación se considere a los niños como parte de la audiencia y, en consecuencia, los contenidos emitidos busquen en lo posible no vulnerar los derechos que los tratados internacionales y las leyes nacionales han definido para esta población vulnerable (Compromiso Nacional: Por Una Televisión de Calidad Para la Infancia en Colombia, [Documento de trabajo], 2005).

Es decir, que pensar en televisión para los niños y niñas, significó activar pactos de comunicabilidad entre productores de contenidos, generadores de políticas, estudiosos del tema, y públicos basados en la experiencia social e histórica, pues debe existir empatía cuando se reconoce algo con lo que se identifica, logrando que ciertos códigos de referencia tengan más cercanía con el objetivo que se quiere lograr.

Sin embargo, ninguno de estos propósitos tendría valor si no se tuviera en cuenta a su público para saber qué es y cómo se debe producir una televisión que les llegue; en el caso de la televisión infantil, como lo señaló, Fuenzalida, “una renovación de la TV para niños exige al productor resemantizar al televidente infantil tratándolo como sujeto activo, creativo, con destrezas y capacidades” (1994, p 17).



Por ello, a pesar de que en esta investigación no se abordará específicamente a las audiencias, se hace necesario comprenderlas, pues se debe indagar sobre sus gustos, las tendencias que siguen, los consumos culturales que tienen, y principalmente comprender el porqué de estos, para de esta manera lograr productos de calidad acordes a sus necesidades.

### **2.1.3. Audiencia infantil**

En términos generales, la televisión acude a estrategias comunicativas a través de las que puede aplicar técnicas relevantes para llegar a sus públicos y que de esa manera sus productos sean consumidos. Para lograr esto, es determinante entender a quién se le dirige la información, pues es tan amplio el espectro, que debe focalizarse en un grupo determinado el tratamiento de lo que se va a contar, pues contrario a lo que en un principio se pensó, en cuanto a que todos los mensajes llegaban a todos los televidentes, es decir, que muchos vieran un mismo programa y por lo tanto estuvieran sometidos a pensar de la misma manera, fue rebatido al entrar a analizar el sistema de mediaciones que rodean al ecosistema comunicativo.

Autores como Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2010), hablan que las industrias culturales diseñan mensajes personalizados para individuos y no para masas, es decir, para las necesidades individuales de cada cual, para necesidades concretas. El modelo de la comunicación se transforma, los individuos acceden a los medios de manera hiperindividualizadas de acuerdo con sus gustos y tiempos.

La mediación que según Martín Barbero (1998) es la instancia cultural desde donde el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo, se origina en varias fuentes: en la cultura, en la política, en la economía, en la clase social, en el género, en la edad, en la etnicidad, en los medios de información, pero también está en la mente del sujeto, en sus emociones y estilos de vida, experiencias, costumbres, etc. Por esto, es que se debe ver a las audiencias desde una perspectiva holística que encierre estos elementos y que sean ofrecidos según la necesidad de consumo televisivo que tengan.

Estas mediaciones, consideradas como la influencia que tienen las diversas Instituciones sociales sobre la lectura e interpretación que se hacen de los mensajes mediáticos, implica reconocer que no existe una sola manera de ver la televisión; esto es a lo que Guillermo Orozco (1998) denomina televidencias, para referirse a la actividad intelectual y mediadora de ser televidente; es decir, se empieza a concebir al televidente como una persona activa frente a su capacidad de aceptar, reproducir y procesar los mensajes que la televisión ofrece.

La televidencia no es reducida a la relación de la audiencia con la programación, sino que es entendida, lo más integralmente posible, como un proceso largo y complejo que rebasa el momento mismo de estar en contacto directo con el televisor; un proceso mediado desde diversas fuentes y condicionantes que involucra distintas dimensiones cognoscitivas (racionales, afectivas, estéticas, simbólicas), y se va conformando como tal a lo largo de diversos escenarios, donde a su vez transcurre y se conforma la vida cotidiana, las identidades y la producción cultural de las teleaudiencias (Orozco, 1998, p 171).

Por lo tanto, la televidencia es un proceso que se desarrolla dentro del conjunto de interacciones que realizan las audiencias y que al ser internalizado por el televidente se convierte en un recurso pedagógico importante, puesto que rebasa por mucho el momento mismo de la visualización de los programas. De esta manera, al proceso de ver televisión denominado tradicionalmente como recepción televisiva se le comenzó a reconocer en un nuevo concepto, el de la interacción televisiva:

Esta es una interacción múltiple y variada que las personas tienen con los programas, los horarios, los personajes de la televisión o sus canales. Entre los televidentes y la televisión, o cualquier otro medio de comunicación, hay un proceso mediante el cual vemos, oímos, escuchamos, nos reímos y nos emocionamos, nos aburrimos o nos enojamos, pesamos y tomamos ideas de los personajes de las pantallas (Orozco, 2010, p 18).

Esta diversidad de lecturas llevó a los teóricos de los medios y a los creadores de programación a reconocer entonces que no debían producir a un público sin conocerlo; por lo tanto, se empezaron a hacer estudios sociales y psicológicos para entender a las audiencias pues encontraron que estas no son masivas sino localizadas y con necesidades y expectativas propias.

Audiencia es aquí asumida como conjunto segmentado a partir de sus interacciones mediáticas de sujetos sociales, activos e interactivos, que no dejan de ser lo que son mientras entablan alguna relación siempre situada con el referente mediático, sea esta directa, indirecta o diferida (Orozco, 2001, p 23).

Con ello se determinó, que se generan grupos de personas afines a determinadas temáticas, pues los medios les ofrecen información de su interés actuando en el efecto emocional de estos; según Fuenzalida citado por Orozco en cuanto a audiencias infantiles se refiere:

Los niños y niñas “no están solos frente a la pantalla”. Se enfrentan a ella a partir de su formación en sus hogares y a partir de las visiones y cosmovisiones de sus familias y, por supuesto, por aquellas resultantes de su historicidad con la propia televisión. Su interlocución específica tiene por tanto mucho de “familiaridad” y de permisos y prohibiciones concretas, producto de valores y estrategias pedagógicas y a la vez mediáticas de sus padres y madres, aunque también conlleva mucho de oportunidad y contexto en el que conviven unos y otros (Orozco, 2012, p 84).

La clave se encuentra en la interacción que pueda procurar el uso del medio para consolidar procesos comunicativos con las audiencias a la hora de facilitarle información y contenidos, y más teniendo en cuenta que el público infantil pasa gran parte del tiempo frente a la pantalla.

Desde esta perspectiva, formula que la noción de televisión debe redefinirse: como medio que establece con el espectador una relación lúdico - afectiva más que analítico conceptual, la televisión cumple para las audiencias populares y medias una importante función de ofrecer aprendizajes no evaluables a la luz de criterios académicos. La televisión aporta saberes para la vida familiar, las relaciones interpersonales, en el hogar, en el colegio, o el vecindario, y para los comportamientos cotidianos: las necesidades infantiles que puede satisfacer la televisión están más relacionadas con la afectividad del niño, su autoconfianza, su

desarrollo emocional, su seguridad para sobreponerse a dificultades existenciales (López de la Roche, 2001, p 384 – 385).

Como lo indica Orozco (1998), es necesario reconocer a las audiencias como sujetos frente a la televisión y como agentes sociales que son miembros de una cultura que interactúan de múltiples formas con el medio. De igual manera como lo indica Fuenzalida “los nuevos programas muestran a niños en un rol activo y protagónico, emprendiendo actividades y tareas en donde se exhiben como capaz de iniciativa creativa y de resolución inteligente de problemas” (2006, p 42).

Los cambios en la estructura textual de los programas de ficción, así como no-ficcionales en donde aparecen niños conduciendo y protagonizando, son los que hacen posible ver las transformaciones que poco a poco se están generando.

La manera de realizar programas de televisión para niños también está cambiando, y ello implica diferentes representaciones simbólicas del niño y del adulto en el texto (...) Los nuevos programas representan simbólicamente a niños en un rol activo y protagónico, emprendiendo actividades y tareas en donde se exhiben como capaces de iniciativa creativa y de resolución inteligente de problemas (Fuenzalida, 2008, p 50).

Es así, como pensar y crear estrategias comunicativas, es el papel que desarrolla la televisión para lograr el objetivo de reconocer a los niños y niñas como audiencias.

## **2.2. Los medios masivos y la producción social de sentido**

El interés sobre el impacto que los mensajes televisivos ejercen, fundamentalmente, en el público infantil, cobra particular importancia, debido a la etapa de constitución como sujetos en la que los niños y niñas se encuentran. Dado que una de las características de la narración, es su potencial para generar referentes de sentido común, tanto productores y audiencias deben compartir competencias narrativas, es decir, competencias de producción, dramáticas, referenciales, y estéticas desde las cuales, lo que se produce, es posible comprender.

Por ello, al ser la televisión un medio de expresión para contar historias, el poder de interpelación que tiene en su narración, debe proponer una relación emocional y comprensible desde, y en el hecho de contar sus historias.

Así pues, los medios masivos de comunicación a través de los mensajes que transmiten, se han convertido en productores sociales de sentido de la contemporaneidad. Significativamente, gracias a su potencial de transmisión de valores culturales, la televisión se ha convertido en un agente importante para la socialización, incluyéndose dentro del grupo de agentes socializadores tales como la familia, la escuela, los pares, y otras instituciones; por ello, cuando se habla de la presencia de los medios en la cotidianidad de la sociedad, se considera que estos construyen sentidos; como afirma Omar Rincón, la comunicación es un campo cultural en donde se realizan simultáneamente varios procesos de significación social:

La comunicación es socializar y negociar significaciones en el horizonte de la cultura y las audiencias para construir una red de sentidos que permitan a los sujetos entrar en contacto y conexión y construir colectividad social (Rincón, 2001, p 29).

De esta manera se entiende que sólo a través de la comunicación, los seres humanos le dan sentido a los mensajes que reciben, constituyéndose estos como los elementos que generan los procesos de socialización esenciales para la supervivencia humana como seres comunicacionales que son. Sólo por medio del intercambio de mensajes se puede llegar a las metas y a los propósitos que las personas o las comunidades se tracen convirtiéndose en los creadores de sentido.

La producción de sentido se configura, así como fundamento de la socialización, porque el sentido viene a ser el sentimiento y/o saber compartidos, desarrollados en torno a algo dentro de la sociedad. (Yanes, 2009, p 3)

Esto quiere decir, que la producción de sentido se configura como un elemento de interacción social que produce entendimiento y genera a su vez nuevos mensajes que contribuyen a la comprensión de los contextos en que están sumergidas las personas.

La forma en que se construye la realidad es una parte fundamental y un producto integral de la manera en que la entienden los seres humanos, pero este entendimiento se da sólo a través del discurso:

Cuando a partir de una propuesta concreta perceptual (icónica, indicial o simbólica) se interpretan (intuitiva o analíticamente y cuando se trabaja profesionalmente resulta imprescindible hacerlo analíticamente) las relaciones mediante las cuales se atribuyen determinadas significaciones a determinados fenómenos sociales, estamos en presencia de un discurso (Magariños, 2008, p 47).

La producción de sentido, por lo tanto, se analiza a través de la descripción de las lógicas simbólicas aplicadas a procesos altamente connotados para volverlos denotados, que permitan explicar el significado de los fenómenos sociales a partir de la materialidad textual que los representa (debe recordarse que desde la semiótica todo es texto).

El significado proviene del `afuera'; importancia de identificar el `triángulo de saberes' que constituyen las Ciencias Sociales (economía, sociología y lingüística) a partir de la `descentración del sujeto' planteada, desde sus respectivas disciplinas y con sus específicas características, por Marx, Freud y Saussure. La identidad proviene de la tarea de atribución de existencia ontológica a las entidades del entorno; luego estas la condicionan. (Magariños, 2008, p 173).

Esto quiere decir, que se debe hablar de la producción de sentido desde la construcción del discurso como elementos que interactúan con su realidad, construyéndola y a la vez deconstruyéndola en un eterno flujo de significación.



### **2.2.1. El entorno simbólico en la construcción de sentido**

En el proceso de re-significar la realidad y representarla de forma universal para interactuar con las audiencias, es necesario resaltar que “los medios de comunicación tienen la posibilidad de posicionar o tematizar de qué es importante hablar, cómo es importante y significativo percibir determinadas realidades y acciones sociales, a través de la acumulación, la consonancia y la omnipresencia” (Petit, 2002, p 34). Es decir, los medios son los que se encargan con sus representaciones de la realidad de tematizar la conversación cotidiana y definen sobre cómo percibir la realidad social. Para lograr esto, es necesario que la construcción de sentido del mensaje tome como referente los entornos simbólicos.

Los medios se imponen en el entorno simbólico, es entonces como dice Gerbert citado por Petit que “la televisión se ha convertido en el entorno simbólico común de interacción con la mayoría de actividades que pensamos y ejecutamos” (Gerbert citado por Petit, 2002, p 24). Por lo cual se debe concebir la televisión como fuerza cultural dominante y distintiva de esta era, porque es allí donde se representa la realidad y es el resultado de una construcción basada en las actividades que se piensan y se ejecutan.

Al hablar de que una construcción de sentido es donde interactúa entre lo que se piensa y lo que se ejecuta, se está diciendo que se representa la realidad con elementos de la cotidianidad tales como los sentimientos, las emociones, los valores, etc., y se relacionan para que estas interacciones sean coherentes con lo que los públicos esperan de la representación.

Para representar la realidad, según Petit (2002), los relatos y discursos deben participar conjuntamente con las agencias socializadoras de la inscripción cultural de las creencias de los sujetos. Todo esto, para que las audiencias se identifiquen con lo que ven y lo asocien con la realidad; para que así se vean representados en los contenidos que se desarrollan. También es importante mencionar que la construcción de sentido no puede abandonar las creencias de los sujetos, ya que son parte importante de la realidad de estos y es quizás una de las mejores formas en que se sienten representados en la sociedad.

Parafraseando a Petit (2002), es importante decir, que, la construcción de sentido participa del mantenimiento de la realidad; esa realidad debe ser entendida como el conjunto de elementos que intervienen en la interacción simbólica, dado que proveen significaciones que van a articular la coherencia entre el mundo objetivo y la realidad subjetiva. De esto se desprende necesariamente que de la coherencia entre el mundo objetivo y la realidad subjetiva depende la representación de la realidad. Debe entenderse el mundo objetivo como todo lo que se ve tal cual es y la realidad subjetiva como la interpretación que se le da, según el contexto y el espacio de socialización, al mundo objetivo.

### **2.2.2. El reconocimiento en lo social y lo individual**

Para acercarse a la producción de sentido desde la representación de la realidad, es importante considerar a Ivana Marková, quien aborda la interdependencia entre lo individual y lo social:

Los componentes de las representaciones sociales, lo social y lo individual, son mutuamente interdependientes. Además, estos dos elementos son rasgos fundamentales de todos los fenómenos socioculturales institucionalizados...Si no fuese por las actividades llevadas a cabo por los individuos, el entorno social simbólico no pertenecería a nadie y por consiguiente no existiría **como** tal [*sic*].  
(Marková, 2006, p 163)

En otras palabras, si se busca describir el cómo los individuos y los grupos construyen un mundo estable y predecible partiendo de una serie de fenómenos, se está hablando de que hacen parte de un entorno social simbólico; ese entorno del que se habla se reconstruye constantemente a través de las actividades de los individuos por medio del lenguaje.

El lenguaje hace parte de los fenómenos socioculturales y constituyen una realidad con actividades desarrolladas por individuos en un entorno social; por lo tanto, las actividades de los individuos se pueden desarrollar de forma individual o colectiva en distintos espacios de socialización dándole diferentes grados de significación, y por consiguiente constituyendo lo público, que es para conocimiento de todos y lo privado, lo que se puede dejar para conocimiento de unos cuantos.

Por lo tanto, si se relaciona lo anterior con la producción de sentido, es posible encontrar un universo simbólico, en donde los individuos interactúan y comparten la realidad por medio del lenguaje. Dentro de ese universo simbólico se encuentran en constante interacción lo público y lo privado.

Dentro de lo público se puede encontrar ciertos estereotipos de la interpretación de la realidad y la interacción con el entorno entre la sociedad, esto constituye una realidad amplia dentro de los espacios de socialización que les permite a los individuos compartir elementos de la realidad y a su vez estándares a la hora de interpretarla.

En cuanto a lo privado, este se constituiría dentro de los espacios de socialización con las experiencias individuales en función de sus necesidades, intereses y usos sobre la realidad. Este es un espacio de socialización donde el entorno simbólico se constituye por experiencias individuales que se comparten con un segmento reducido y que es sólo del interés de ese segmento y que no debe afectar lo público. Por el otro lado, en lo público, todos se ven afectados por la interpretación de la realidad, ya que esta realidad es compartida por el tejido social.

Según Petit (2002), es importante mencionar que los espacios de socialización se desarrollan en la reconstrucción del proceso con que el individuo modifica su propia representación de la realidad social y por lo tanto modifica tanto lo privado como lo público. Es decir, en el entorno simbólico y la representación de la realidad, entra a jugar el criterio individual en la producción de sentido, como uno de los elementos representados que constituyen lo público; a su vez se identifica con una serie de lógicas simbólicas que le afectan directamente y que constituyen su propia realidad.

### 2.3. Discurso Televisivo

La televisión forma parte del universo de significaciones que toda sociedad construye, pues se ha convertido en el narrador de historias más común de esta era. Omar Rincón afirma que, “narramos porque queremos encontrarle sentido a nuestro estar en el mundo” (2006, p 90).

Toda persona pertenece a un grupo social en donde se comunica de forma narrativa, de lo cual, se infiere que debe seguir ciertas normas y códigos culturales que guían sus conversaciones. Rincón, dice que, “narramos inscritos en una tradición [...] porque somos herederos del impulso de narrar, que es de naturaleza transcultural y transhistórica, pero determinado por las culturas que deciden qué es lo que merece ser contado y la manera de contarlo” (2006, p 90).

Según Rincón, “la televisión siempre está cerca de los sentimientos, los valores y los pensamientos más generalizados en su comunidad de intervención; es actual en relatos, temáticas, e historias” (2006, p 171). Por ello, el papel de influencia que la televisión tiene, se debe a la carga emocional que puede ejercer sobre el televidente, ya que desde pequeños, se está recibiendo contenidos que interactúan con las experiencias personales; de esta manera, “la televisión es un relato pasional, por eso, toda historia es exitosa cuando tiene un efecto emocional en los televidentes” (Rincón, 2006, p 187) lo que hará que el contenido de un programa tenga aceptación o no, lo determinará el grado de identificación del público hacia este. Para ello, se debe tener presente en una sinergia, “las conversaciones compartidas entre productores y públicos en el modo de contar las historias” (Rincón, 2006, p 104).

Narrar en televisión significa entonces activar pactos de comunicabilidad entre productores de contenidos y públicos, basados en la experiencia social e histórica de lo que ha antecedido “como sociedades, somos audiencias y productores educados en unos géneros y en otros no... Narrar en un medio tan masivo y tan entretenido como la televisión consiste en actualizar arquetipos” (Rincón, 2006, p 182 – 183), esto quiere decir, que exista empatía cuando se reconoce algo con lo que se identifica, logrando que ciertos códigos de referencia, tengan más cercanía a quienes se les relata.

Por ello, los contenidos para televisión y los demás medios siempre están sujetos al intercambio de mensajes que son construidos con un propósito; es por esto, que dentro del discurso televisivo se debe tener como referente la intención comunicativa del mensaje emitido.

La televisión y sus mensajes siempre están presentes en lo que decimos o dejamos de decir, lo que pensamos, en lo que hacemos, en cómo nos entretenemos, en cómo nos relacionamos con los demás, e inclusive, en cómo soñamos. Es como un "ecosistema" social y cultural, al que todos estamos vinculados, por el hecho sólo de ser partícipes de esta cultura, aunque no seamos asiduos a la pantalla (Aguaded, 2010, p 654).

Teniendo en cuenta que el mensaje que se recibe de los medios influye considerablemente en la forma en que las personas se relacionan, se debe tener claro cuál es la intención comunicativa que tiene el medio y el objetivo que pretenden lograr. Es entonces, que para identificar las características del mensaje y la intención comunicativa se debe partir por

identificar la audiencia a la que está dirigido el discurso televisivo analizando su contexto y las necesidades de estas.

Como lo referencia Aguaded, la televisión y sus mensajes son como un ecosistema social y cultural donde todas las audiencias se ven representadas, y donde confluyen un conjunto de elementos semióticos que construyen un mensaje que busca comunicar, pues en esta construcción que tiene el discurso televisivo en su intención comunicativa está basado en las “formas culturales y las competencias desarrolladas por los telespectadores” (Aguaded, 2010, p 655) por lo que se debe partir por el principio de que en la televisión hay un proceso de codificación y decodificación que supera la noción de contenido televisivo y busca que el televidente interprete el mensaje transmitido. Es así como el mensaje sólo forma parte de un proceso más complejo de comunicación.

El mensaje televisivo ha de analizarse como un texto, que conlleva en sí mismo la idea de que la televisión no es una mera transmisión de datos, dentro de una tecnología específica, sino que se basa en una interacción; es lo que Vilches (1993:106) denomina, el "pacto comunicativo", dentro de la dimensión comunicativa de la televisión (Aguaded 2010, p 655).

Desde esa perspectiva se asume entonces que el mensaje deja estelas de fuerte impacto puesto que el texto trasciende en su estructura vinculándolo al contexto social y cultural de la recepción. Por ello, es a través de esta estructura discursiva de la televisión, como sistema semiótico, que el texto se construye, como “la capacidad de interconectar con los receptores,

satisfaciendo, como señala Ferrés (1994b: 114-115), la estimulación sensorial, la fabulación y la fantasía y la liberación emotiva” (Aguaded, 2010, p 657).

De esta manera, el potencial de acción simbólica desde las lógicas internas de los programas, se encaminan a producir un vínculo y conexión entre productores y audiencias, proponiendo relatos en los que hay empatía, referentes, inclusión y recordación. Por ello, en la producción televisiva, como es la creatividad en la interpelación de las audiencias, la clave del éxito y de realización del potencial de la televisión, la elección de la información que se va a transmitir, se ordena de manera tal que los textos, signos y símbolos, hagan el total del discurso, pues, a pesar de que se narra desde el fragmento que tienen significación propia, la sumatoria de estos elementos producen diversos efectos dramáticos y emocionales a través de la presentación de la coherencia estructural como un todo.

### **2.3.1. Organización textual: lo sintáctico y lo semántico**

Para lograr comprender las lógicas del discurso televisivo es necesario centrar la atención en cada producto individual, es decir, el programa en cuestión, como una unidad de análisis. Plantea Cid Jurado (2010) que en el caso de una transmisión de televisión esta requiere de un análisis de sus niveles de organización textual: el sintáctico y el semántico, pues es necesario observar la existencia de los elementos que hacen posible la construcción del sentido discursivo. De esta manera, es necesario precisar desde el inicio en qué consisten los diversos niveles a los cuales se hizo referencia el análisis del discurso para poder focalizar la interpretación de lo que allí se presenta.



Desde la sintáctica, se interesa por los sistemas formales diseñados para analizar los lenguajes en donde todo signo tiene relación con otros signos; es decir que analiza la relación de los signos entre sí.

En su interior, el programa, requiere de un análisis sintáctico que permite conocer la interacción entre los lenguajes que van más allá de la comunicación lingüística, gestual y corporal, y que incluyen factores como la decoración de la escenografía, la disposición de los muebles, la objetística. Viene después la línea estructural que sigue el orden de la narración, de la conversación, de la información transmitida que se construye con el orden los segmentos y orquestación de los elementos visuales (Cid Jurado. 2011. p. 101- 102).

Y desde la semántica que estudia el significado de los signos, de los enunciados y de cualquier texto o discurso mediático; dentro del proceso que asigna tales significados, analiza las relaciones de los signos con los objetos a los que son aplicables.

Se puede acceder al nivel de los significados, que a su vez permitirá establecer el tipo de programa al interior de una tipología más amplia de carácter genérico (el informativo, el de entretenimiento, el científico y el cultural) y el subtipo dentro de la misma tipología (el variedad, el reality show, la revista en el caso del entretenimiento, etc.) (Cid Jurado. 2011. p. 102).

Una vez hecha esa elección de información, esta se ordena de manera tal, que el discurso presenta una coherencia estructural.

### **2.3.2. Estructura discursiva**

La estructura funcional discursiva televisiva se caracteriza tanto por la continuidad de un discurso, como por su temática; en ella se toman como referente los aspectos sociales de mayor interés, lo cual permite integrar elementos cotidianos en la narración organizando su contenido de tal modo que este sea bien recibido por el público de una manera clara y concisa.

La agenda temática es un referente de las necesidades y las características de los públicos, por lo que la construcción temática para televisión debe partir de elementos semióticos que le otorguen significación y les permita a sus audiencias sentirse identificadas con lo que ven. Desde esta perspectiva, haciendo alusión a Araya (2002) la construcción temática es la interrelación de elementos semióticos que le dan significado dentro la narrativa de los medios a la realidad, para que las audiencias se sientan representadas.

La construcción temática provoca procesos de contexto y abstracción de la realidad, lo que crea una relación entre lo novedoso y el nivel de representación de la realidad, aquello que llama la atención del televidente. Podría decirse que este es el foco principal de la historia, porque le otorga la relevancia tratando de representar de lo que es importante hablar, es decir, qué es importante contar y qué no.

En cuanto al discurso, este es el resultado de la interacción entre emisor y receptor; por lo tanto, conocer el discurso es conocer a quienes participan en dicho proceso de comunicación porque tanto el emisor como el receptor dejan sus marcas en él.

El autor es el emisor del relato. Le toca diseñar una estrategia textual dotada de 'fuerza perlocutoria' para alcanzar en su destinatario los efectos que se propone...Las decisiones optativas tomadas por el autor confieren al proceso de codificación del mensaje narrativo una proporcionalidad entre la competencia del autor y su correlato, la competencia del lector, que faculta a este para cumplir mejor con los requerimientos de la estrategia instaurada (García Jiménez, 1995, p 21).

Al mirar un programa de televisión, se perciben determinados códigos sociales y estéticos lo cuales, utilizando lenguajes múltiples y códigos preexistentes como lo señala González Requena (1999), son combinados de muy diversas maneras.

La elección de uno u otro código, el orden en que esos signos serán presentados, es decir, la estructura, y el mayor o menor tiempo de exposición que cada uno de esos signos tenga, permite ver cómo se conforma el discurso que se quiere presentar.

Es entonces que el discurso televisivo consta de una estructura como lo afirma Luís Mas:

El peso específico de cada discurso varía en los tres niveles estructurales del mensaje de masas: nivel intencional (objetivos), estructural (contenido) y superestructural (expresivo). Esto es fruto del proceso experimentado por la televisión a raíz de la revolución tecnológica y los cambios sociales (Mas, 2011, p 77).

Así pues, partiendo de estos niveles se construyen los contenidos desde los cuales se estructura un discurso:

*Nivel intencional:* se refieren a lo que se quiere comunicar empleando las representaciones sociales que identifican a la audiencia, por lo cual se hace necesario tener como objetivo primario conocer muy bien al público objetivo y poner ante sus ojos los elementos de su realidad que son más significativos. Es emplear elementos narrativos para destacar aspectos sociales de la realidad.

*Nivel estructural:* es donde se le otorga una línea de continuidad a la narración televisiva. En esta línea de continuidad, interactúan elementos como signos, índices y símbolos para otorgarle grados de significación a la historia, aquí la historia es dotada de contenido para entretener a la audiencia; el contenido son detalles de los aspectos representados con el fin de exponer de forma minuciosa los aspectos que conforman la historia como la descripción de los personajes.

*Nivel expresivo:* en donde se pretende crear un vínculo con la audiencia, permite que los televidentes comiencen a identificarse con los personajes y verse representados en la historia como marco referencial de esta. Establecer vínculos emocionales, le permite al televidente sentirse parte de la historia, a la vez que le permite escapar por medio del entretenimiento de la realidad.

Es decir, que, a través de la intención comunicativa de estos niveles en el plano discursivo, se pueden identificar tipologías, flujos, procesos creativos, criterios de producción, etc. utilizados por quienes crean el mensaje desde estas estrategias comunicativas, siempre pensado en las representaciones sociales, grados de significación, y lenguajes lúdico-afectivos, para lograr un acto de comunicación con sus públicos.

### **2.3.2.1. Nivel Intencional: Las representaciones sociales**

Entendiendo que las Representaciones Sociales, según Sandra Araya (2002), constituyen una unidad de enfoque que integra lo individual y lo colectivo, lo simbólico y lo social, el pensamiento y la acción; los elementos que interactúan en la realidad producen un flujo de significación, que constituyen la pieza fundamental en la producción social de sentido tomadas desde la realidad. Por lo tanto, una unidad de enfoque “permite analizar cómo determinado grupo social <ve>, <interpreta>, <da sentido>, a una zona de sus vivencias individuales y colectivas” (Mora, 2002, p 26) y se pueden representar en los medios, logrando que las audiencias se identifiquen con lo que ven.

En otras palabras, las Representaciones Sociales, permiten tomar los fragmentos de la realidad desde los mismos grupos sociales y transfigurarlos en los medios masivos. Toman cada uno de los elementos necesarios para construir narrativas que van acorde con lo que determinada audiencia ve e interpreta; a esto se le da un nuevo sentido en una construcción elaborada desde la realidad. Cabe anotar, que los elementos tomados de la realidad pueden ser transformados y lo que la audiencia ve e interpreta está articulado para darle un sentido universal desde los imaginarios de cómo deberían ser las cosas, es decir, una idealización de la realidad social.

Esta idealización de la realidad social se torna como ejemplo universal a seguir, y se vuelve universal por el hecho de que cada uno de los elementos con los que se produce sentido, son tomados desde la realidad, son las Representaciones Sociales que la sociedad ha construido con su experiencia cotidiana. Cada una de esas experiencias confiere identidad a

las personas ya que significan experiencias individuales que les permiten entablar identidades colectivas y le otorga un significado a la realidad.

Tomando la definición de Representaciones Sociales de Moscovici, entonces se puede decir que:

La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación (Moscovici, 1979, p 18).

Aquí, se toman los poderes de la imaginación como la capacidad de transfigurar la realidad de las cosas e idealizar los contenidos en un imaginario universal que se podría llamar moraleja. Los conocimientos sobre la realidad física y social son sometidos a la imaginación para crear una interpretación de la realidad que genere un intercambio comunicativo significativo. Estos elementos obligan a acercarse a los conocimientos y abordar el imaginario colectivo que se presenta en un grupo y verlo de forma global relacionándolo con otros imaginarios.

Abordando el estudio de las Representaciones Sociales desde el enfoque de Durkheim y sus Representaciones Colectivas, una definición más reciente del concepto citada por Rodríguez basada en Moscovici sería:

Una representación social, es una red de conceptos e imágenes interactuantes cuyos contenidos evolucionan continuamente a través del tiempo y el espacio. Cómo evolucione la red, depende de la complejidad y velocidad de las comunicaciones como de la comunicación mediática disponible. Y sus características sociales están determinadas por las interacciones entre individuos y/o grupos” (Rodríguez, 2007, p 162).

Esto quiere decir que tomando como punto de partida la evolución de las comunicaciones y las características sociales determinadas por la interacción simbólica, se crean redes de conceptos; esta red de conceptos establece una relación entre el mundo real y lo que se pretende representar. Entonces, dicha red conceptual y sus imágenes, en la construcción de sentido, debe evolucionar constantemente y adecuarse a las necesidades de las audiencias y la realidad.

En consecuencia de lo anterior, es importante resaltar que, se producen cambios sustantivos en la vida de los individuos ya que los medios re-significan la realidad, la representan de forma universal y son parte de los procesos de influencia y de interacción con sus audiencias.

Continuando entonces con la importancia del papel que juega la comunicación dentro de las Representaciones Sociales, María Auxiliadora Banchs afirma que:

La forma de conocimiento del sentido común propio a las sociedades modernas, son bombardeadas constantemente de información a través de los medios de

comunicación de masas (...) en sus contenidos encontramos sin dificultad la expresión de valores, actitudes, creencias y opiniones, cuya sustancia es regulada por las normas sociales de cada colectividad. Al abordarlas tal cual ellas se manifiestan en el discurso espontáneo, nos resultan de gran utilidad para comprender los significados, los símbolos y formas de interpretación que los seres humanos utilizan en el manejo de los objetos que pueblan su realidad inmediata (Branchs, 1986, p 39).

Por lo tanto, la expresión de valores, actitudes, creencias y opiniones, es regulada por normas sociales y a su vez representadas en los medios masivos en donde se puede encontrar que los significados, los símbolos y las formas de interpretación que llegan a las audiencias tienen puntos de conversión con una significación tomada de la realidad; esta significación de la realidad es un elemento importante ya que permite una construcción de sentido en los discursos televisivos participando del mantenimiento de la realidad, dado que proveen significaciones que van a articular la coherencia entre el mundo objetivo y la realidad subjetiva.

### **2.3.2.2. Nivel Estructural: Grados de significación**

Dentro de las lógicas simbólicas se encuentran los elementos semióticos tales como los iconos, símbolos e índices, es decir, los signos que, incluidos dentro de un código, son empleados en la construcción de sentido. Estos elementos dentro de la producción del discurso son los que se constituyen fundamentales a la hora de representar la realidad y a la hora de lograr que los individuos se vean representados en el universo simbólico.



Un signo se define como la relación establecida entre los significantes y su referente, un signo es un Primero que está en una relación triádica con un Segundo, llamado su Objeto, que es capaz de hacer que un Tercero, llamado su Interpretante, asuma la misma relación triádica con su Objeto que aquella en la que está él mismo respecto al mismo Objeto. Lo que significa, que un signo, es una representación mental a través de la cual alguien puede conocer los objetos de la realidad. Según Charles Sanders Peirce (1931), los signos pueden ser de tres tipos: índices, íconos y símbolos.

Los *índices* dan cuenta de la existencia de un objeto con el que mantienen una relación, la relación con los objetos que representan es de continuidad con respecto a la realidad (de causa-efecto).

Los *íconos*, por el contrario, reproducen la forma del objeto del que son signo, sin implicar por ello su existencia real, aunque sí de alguna de sus cualidades; tienen una relación de semejanza, en tanto se parecen al objeto que representan; se caracteriza porque el significante y el significado guardan una relación de semejanza o parecido.

Los *símbolos* no dicen nada ni de la existencia ni de las cualidades del objeto, sino que lo designará a partir de su inclusión en un sistema regido por determinadas reglas.

A su vez, Roland Barthes (1966), citado por Arguello (1992, p 37-51), propuso en el análisis estructural del relato una teoría de los índices narrativos los cuales están comprendidos por:

*índices tenues*: los cuales dan informaciones sutiles y explícitas de los personajes como la psicología, el estatus, la carga biográfica, dadas en descripciones de vestuario,

de objetos, de la gestualidad, etc.; *índices embrionarios*: se dan cuando al principio del relato se presenta una unidad con intención explícita para luego integrarse y madurar más adelante en su correlato; *índices recurrentes*: son los más explícitos de la narración, pues se evidencian con su repetición constante.

Los índices pueden ser representados de manera *verbal*, es decir lo que diga un personaje puede ser premonición de lo que pasará después; *objetual*, en donde se hace énfasis en cualquier objeto que lleve o sea de posesión del personaje; *ambiental*, se hace una descripción de objetos que rodean al personaje, que indican estatus o psicología del personaje; *icónico*, elementos como fotos, cuadros, afiches que se muestran con alguna intención significativa.

De esta manera, un código, puede ser entendido de formas diferentes; por una parte, define un simple conjunto de correspondencias; por otra, puede indicar un repertorio de señas dotadas de significado fijo tanto de forma individualizada como en combinación con otras señas; por último, puede ser un conjunto de reglas de comportamiento, es decir:

Un *código* posee tres rasgos definitorios (correspondencia, función de repertorio e institucionalización) según los cuales es siempre: un sistema de equivalencias, una serie de posibilidades dentro de las cuales escoger por referencia a un canon, o un conjunto de comportamientos ratificados por una comunidad, según el cual emisor y destinatario pueden establecer contacto, sabiendo que ambos hablan el mismo lenguaje (Carmona, 2010, p 85).

Dentro de esta valoración se puede encontrar que, en la producción social de sentido para configurar la realidad, es necesario analizar y clasificar los elementos que la conforman y hacer un análisis semiótico de la situación.

Por lo tanto, con estos elementos semióticos, cuidadosamente elegidos para que los públicos reconozcan como propios, de manera consciente o no, es que los medios organizan sus contenidos; pues, como diría Valerio Fuenzalida citado por Orozco “en la producción televisiva, es la 'creatividad en la interpelación' de las audiencias, la clave del éxito y de realización del potencial de la televisión” (Orozco, 2012, p 85).

### **2.3.2.3. Nivel Expresivo: Lenguaje Lúdico-afectivo**

Según Valerio Fuenzalida (1994) muchos estudios de recepción televisiva demuestran de modo consistente que el televidente se relaciona más afectivamente que de modo analítico o conceptual con los programas de televisión; la explicación de esa relación emocional es, que el lenguaje audiovisual es elaborado de una manera dinámica, afectiva y asociativa, es decir, de una manera holística.

A continuación, se presentan algunas características de los signos audiovisuales, los cuales dan cuenta de una clasificación a través de la cual se puede analizar los elementos utilizados en un discurso:

*Signos concretos:* los signos audiovisuales son imágenes de personas o cosas concretas. La imagen agrega una fuerte dosis de realismo y concreción; y es por su característica concreta que las imágenes son más apropiadas al espectáculo visual y a la comunicación no-verbal las cuales tienen una fuerte incidencia afectiva. (p.99)

*Signos dinámicos:* los signos audiovisuales aparecen en una secuencia temporal, este dinamismo temporal diferencia a los mensajes audiovisuales de una fotografía, una pintura, una imagen gráfica, un diario o revista, o una escultura. Por esta característica dinámico-temporal, el lenguaje audiovisual es muy apto para narrar historias. (p.99)

*Riqueza informativa:* la imagen es portadora de una gran cantidad de signos y por tanto tiene una enorme riqueza potencial de comunicación. (p.99)

*Potencial afectivo:* provocan recuerdos, asociaciones, sentimientos y emociones. La imagen visual privilegia la comunicación a través de signos gestuales y no-verbales, que impactan más afectiva que analíticamente. (p.99)

*Musicalización:* La banda sonora musical orienta hacia el adecuado tono afectivo que debe rodear a una imagen. La música acentúa emocionalmente las escenas, al actuar sobre un registro humano emocional, provoca asociaciones e identificaciones. (p.100)

*Percepción asociativa:* El televidente asocia entre sí imágenes, palabras, sonidos. Construye una síntesis juntando imágenes polisémicas con información articulada en palabras y con música. (p.100)

*Polisemia:* implica una cadena de significados a través de la riqueza informacional, entre los cuales el espectador puede elegir algunos e ignorar otros. Está compuesta por el texto lingüístico -escrito u oral-, la imagen y la música. (p.100)

De esta manera el lenguaje lúdico afectivo de la televisión es un modo asociativo de percepciones, pues asocia sincrónicamente varios códigos generando expresiones e interpretaciones culturales. El lenguaje televisivo es objetivado más adecuadamente a la entretención lúdica, al espectáculo y a la narración de historias, siendo este lenguaje polisémico más cercano a la fantasía y a la afectividad que a la racionalidad de las personas.

### CAPITULO 3 \_ MARCO METODOLÓGICO

Para el análisis de las secciones *Mi Cuarto* y *El Circo*, de los programas infantiles *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, emitidos durante el segundo semestre del año 2011, la propuesta metodológica que esta investigación utilizó, fue la planteada por Sary Calonge Cole (2006), denominada *Representación Mediática (RM)*, en donde lo esencial es comprender cómo el conocimiento y la acción sobre el objeto social son susceptibles de ser representados en discursos mediáticos.

Para ello, el procedimiento realizado fue como primera instancia la recolección del material audiovisual a analizar; luego, para resolver los objetivos trazados, se crearon matrices de análisis en donde se recogió la información encontrada, para posteriormente interpretar los datos arrojados por estas a la luz de los tres ejes de acción que se presentan en una narración: la unidad de personaje o sujeto, la unidad de espacio o universo del relato y la unidad de tiempo (Rincón, 2006), y, de la estructura discursiva televisiva de Luis Mas (2011) con sus niveles estructurales del mensaje: el intencional, el estructural y el expresivo, en donde se analizó la intención comunicativa en las representaciones sociales, los grados de significación, y los lenguajes lúdico-afectivos, en los programas objeto de estudio en mención.

A continuación, se encontrará la descripción de todo el proceso metodológico utilizado para el análisis de los programas.

### **3.1. Tipo de Estudio**

El tipo de estudio utilizado fue de tipo mixto: exploratorio y descriptivo. Se utilizó la Investigación Exploratoria, pues esta pretende dar una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad<sup>5</sup>; también se utilizó la Investigación Descriptiva, pues el propósito de esta, es que se describan situaciones y eventos, esto es, decir cómo es, y se manifiesta determinado fenómeno<sup>6</sup>.

### **3.2. Enfoque**

El enfoque de esta investigación es cualitativo, por cuanto describe un fenómeno social con el fin de descubrir un patrón de comportamiento dentro del fenómeno a estudiar<sup>7</sup>. Este enfoque se pregunta por la naturaleza de la realidad, así como por la construcción humana de los significados, sin ignorar que en cada acción humana hay una simultaneidad de circunstancias que deben ser consideradas, puesto que, como sujetos sociales el comportamiento y los sistemas de interpretación del mundo son variados según el contexto<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Los estudios exploratorios sirven para obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables.

<sup>6</sup> Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis; miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes de los fenómenos a investigar.

<sup>7</sup> El enfoque cualitativo también revela factores que funcionan como puente para estudios más detallados, acude a la búsqueda de patrones, a la triangulación de la información que permiten la organización y análisis de datos.

<sup>8</sup> Trata de transmitir el mundo focalizándola en la experiencia de vida actualizada a través de la creación de significados que se formulan con la interpretación que hacen los individuos involucrados en un contexto de lectura; esto hace que la investigación cualitativa cree su propia dirección, ya que es emergente y cambiante desde el punto de vista que depende de los hallazgos por las características propias de las personas y los objetos a investigar.

Por ello, y para interpretar el discurso televisivo construido en las secciones de ficción, *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas de televisión infantil *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, durante las emisiones el segundo semestre del año 2011, se utilizó la propuesta de Sary Calonge Cole (2006), la cual realiza un estudio con bases teóricas y metodológicas denominado Representación Mediática (RM), en donde lo esencial es comprender cómo el conocimiento y la acción sobre el objeto social, son susceptibles de ser representados en el discurso a través de sistemas y operaciones cognitivas que se colman del contenido y del sentido dado a los objetos<sup>9</sup>.

Con el fin de caracterizar la Representación Mediática en los programas de televisión objeto de estudio, Calonge (2006) propone dos grandes dimensiones de análisis, a saber: la Dimensión Pragmática y la Dimensión Cognitiva, las cuales son importantes profundizar, para posteriormente, tener una mayor comprensión de su uso.

En la Dimensión Pragmática, se reúnen los trazos relativos a la acción de los individuos en vinculación con el medio de comunicación. Estos están constituidos por cuatro elementos: en primer lugar, *el rol de medios de comunicación*<sup>10</sup>, el cual se refiere al tipo de narración desde el punto de vista de los medios; en segundo lugar, *las condiciones de producción*<sup>11</sup>, en donde los productores de los medios se interesan en sus consumidores, pues es esencial tomar

---

<sup>9</sup> La Representación Mediática es fundamentada en la teoría de la Representación Social, la cual, crea las bases para un campo de investigación que tiene que ver con la construcción social de la realidad, la cual se arraiga en las actividades cotidianas que son compartidas, inteligibles, descriptibles y analizables.

<sup>10</sup> Se ofrece a los diferentes grupos sociales la posibilidad de conocer y comprender las visiones y las interpretaciones de los acontecimientos, desde el pensamiento mediático. (Calonge, 2006, p 79)

<sup>11</sup> La producción-recepción de los medios presenta dos fuentes de complejidad: de un lado, la oferta discursiva de los medios aparece como muy diversificada y, del otro lado, la modalidad discursiva de un mismo medio no tiene la misma resonancia en los diferentes receptores o consumidores. (Calonge, 2006, p 80)



en cuenta el perfil económico, social y demográfico de los receptores; en tercer lugar *los espacios urbanos de masa*<sup>12</sup>, el cual alude la existencia de características vinculadas a la permanencia y disponibilidad de los públicos; y en cuarto lugar, *el discurso mediático*<sup>13</sup>, el cual se refiere al contexto que se pretende representar. En el caso de los programas objeto de estudio, se pretende encontrar cuáles fueron los elementos utilizados por los creadores de contenidos para atraer a su público y con qué elementos se conectaron para generar empatía.

En la Dimensión Cognitiva, se reúnen los trazos del orden socio-cognitivo de la representación, los cuales está constituidos a su vez, por rasgos cognitivos específicos de los cuales uno, es la *focalización de contenidos*<sup>14</sup>, el cual se refiere al proceso de selección de temas y de personajes, de guías de opinión y que pasa, por lo menos, por cuatro mediaciones que son, la intención o la “línea editorial” del medio de comunicación, el periodista que cubre la información, la fuente de información y, el deseo del medio de difusión de complacer a su audiencia. Y por la *cognición polifacética*<sup>15</sup>, en donde la selección se realiza de manera consciente, pues se deben tomar decisiones en función de los objetivos del medio y de las

---

<sup>12</sup> Tal y como existen actualmente en casi todas las sociedades del mundo, sugieren la existencia de tres características vinculadas a la permanencia y la disponibilidad de las masas: a) la concentración de la población ligada a la urbanización creciente; b) el desarrollo de la comunicación formalizada que aumenta la rapidez de la transmisión y multiplica el número de destinatarios; y c) la economía de consumo orientada hacia la mundialización. (Calonge, 2006, p 80)

<sup>13</sup> El contenido se refiere a los objetos sociales que circulan entre los diferentes grupos sociales; el discurso se refiere a un mundo que él pretende describir, expresar, construir. (Calonge, 2006, p 81)

<sup>14</sup> Es lo dicho y lo no dicho, la realidad expresada u ocultada, los eventos y los personajes escogidos y los no tomados en cuenta ¿por qué esa presencia o esa ausencia? Esas zonas de “no existencia” de la actividad discursiva se origina porque la representación deduce sus contenidos de variados dominios de la actividad social donde la selección se impone. (Calonge, 2006, p 83)

<sup>15</sup> La selección se realiza de manera más o menos coercitiva (consciente o lúcida), porque ella debe escoger no solamente los contenidos sino también las fuentes de información, decidir sobre la extensión del texto, la manera de ver esos objetos seleccionados en función de las intenciones del medio y de las preferencias adjudicadas de sus lectores. (Calonge, 2006, p 84)

preferencias de sus consumidores. Esto quiere decir, cuál fue la selección de temas y personajes de las narrativas elegidos en los programas analizados.

También están constituidos por las formas de conocimiento social y mediática, la cual posee tres acciones cognitivas en el discurso que elaboran los medios sobre objetos sociales. La primera de ellas son *los nexos*<sup>16</sup>, que son los referentes que comprenden la memoria colectiva de una sociedad; la segunda, es *la categorización social*<sup>17</sup>, la cual agrupa similitudes y diferencias en las estructuras sociales; y la tercera es *la atribución causal*<sup>18</sup>, la cual da cuenta de la producción, por inferencia, de ciertas cogniciones a partir de lo percibido en las situaciones y en las personas.

Finalmente, Calonge (2006) sugiere, que cuando el interés en investigar un objeto social a través de un medio de comunicación, cuando se quiere saber cómo es transmitido un contenido en especial por los medios, hay dos variables que deben tomarse en cuenta; la fuente de información, ¿quién habla?, y el contenido tratado, ¿de qué se habla?, siendo estas estudiadas y puestas en relación.

---

<sup>16</sup> Cognitivamente hablando, los nexos constituyen una especie de “nudos afectivos pre-lógicos”, comunes a un gran número de individuos de una sociedad particular; ellos engloban, entonces, la memoria colectiva de esa sociedad. (Calonge, 2006, p 89)

<sup>17</sup> Está ligado a las pertenencias sociales de esos sujetos u objetos situados en las estructuras sociales particulares y tiene como fin inventariar y ordenar muchos trazos para establecer similitudes y diferencias. (Calonge, 2006, p 91)

<sup>18</sup> En ese proceso, los individuos y los grupos van más allá de los datos percibidos buscando dar un sentido a los eventos, a las conductas, a las interacciones. (Calonge, 2006, p 92)

### 3.3. Método de análisis

El método de análisis utilizado fue mixto, en el que se mezcló el Análisis de Contenido con el Estudio de Caso, en donde para la investigación en particular, se aplicó por medio de los tres ejes de acción que se presentan en una narración: la unidad de personaje o sujeto, la unidad de espacio o universo del relato y la unidad de tiempo (Rincón, 2006), y a través de la estructura discursiva televisiva de Luis Mas (2011), la cual consta de los tres niveles estructurales del mensaje: intencional, estructural, expresivo, para así identificar las tipologías, flujos, procesos creativos, criterios de producción, etc., utilizados por quienes crean el mensaje, analizando así la intención comunicativa en las representaciones sociales, los grados de significación, y los lenguajes lúdico-afectivos, en el acto de comunicación con sus públicos.

En el Análisis de Contenido, se trata de generar un sistema de análisis que aborde soportes de comunicación dentro de los cuales se construyan mensajes a partir de imágenes, sonidos o letras, y cree un método propio para cada sistema. Esa búsqueda de sistemas de lectura que se ajusten a la gramática de cada soporte de comunicación, ayudan a entender las palabras de Roberto Hernández Sampiere (1991) cuando dice que:

La validez de contenido se obtiene contrastando el universo de ítems con los ítems presentes en el instrumento de medición. La validez de criterio se obtiene comparando los resultados de aplicar el instrumento de medición contra los resultados de un criterio externo. (Hernández Sampieri, *et al*, 1991, p 343)

Por lo tanto, se trata de construir un metatexto analítico que permita comprender en la integralidad los elementos y los sistemas de organización que forman el mensaje.

La objetividad del investigador se logrará siempre y cuando no le haga ´decir al texto´ más que lo que el texto dice y conserve la definición de la autoría intelectual del enunciador sin teñirla de sus sesgos, ya sea como especialista en la materia, ya sean por ´impulso de creatividad interpretativa´, vale decir, el metatexto no debe convertirse en un acto ´creativo´ que distorsione los textos que conforman el corpus” (Reguera, 2008, p 108-109).

Pinto y Grawitz (1967) consideran que hay varios tipos de análisis de contenido<sup>19</sup>, sin embargo, esta investigación se adhiere al *Análisis de Contenido Indirecto*, el cual consiste en que el investigador busca extraer el contenido latente que se escondería detrás del contenido manifiesto, recurriendo a una interpretación del sentido de los elementos, de su frecuencia, de su agenciamiento, de sus asociaciones, etc.; por cuanto se pretende encontrar el sentido de los mensajes que constituyen la gramática del medio analizado.

Por otra parte, es un Estudio de Caso por cuanto es una vía de indagación centralizado en un solo sujeto u objeto de estudio que funciona como caso prototípico del fenómeno, sin

---

<sup>19</sup> (a) *Análisis de exploración de contenido*: se trata de explorar un campo de posibilidades, de investigar las hipótesis, las orientaciones o aún, de servirse de sus resultados para construir cuestionarios más adaptados. (b) *Análisis de verificación de contenido*: pretende verificar el realismo y la fundamentación de las hipótesis ya determinadas. (c) *Análisis de contenido cualitativo*: permite verificar la presencia de temas, de palabras o de conceptos en un contenido. (d) *Análisis de contenido cuantitativo*: tiene como objetivo de cuantificar los datos, de establecer la frecuencia y las comparaciones de frecuencia de aparición de los elementos retenidos como unidades de información o de significación (las palabras, las partes de las frases, las frases etc.) (e) *Análisis de contenido directo*: se limita a tomar el sentido literal de lo que es estudiado; no se busca descubrir un eventual sentido latente de discurso, se permanece al nivel de sentido manifiesto. (Pinto y Grawitz, 1967, p 461)

llegar a olvidar el contexto que lo produce. Se caracteriza por dividir en unidades de estudio el fenómeno particularizándolo para llegar a detallar de manera exhaustiva su composición.

Según Muñoz Serván (2001), un estudio de caso se puede enfocar en uno o varios casos según sea el propósito fundamental de búsqueda, si es reconocer sus particularidades, comprender la identidad de sus componentes y/o sus interrelaciones. La finalidad de aplicar este método, es el de describir e interpretar un fenómeno, pero más que eso es, posibilitar la formulación de generalidades que permitan entender la casuística del fenómeno.

Según Irene Barrio del Castillo, *et al.* (2010), existen diferentes tipos de casos<sup>20</sup>; aquí se utilizó el *Estudio Instrumental de Casos*, pues su propósito es analizar para obtener una mayor claridad sobre un tema o aspecto teórico, pues el caso, es el instrumento para conseguir otros fines indagatorios ya que se quiere hacer claridad sobre la manera en que se expresan los medios de comunicación a su audiencia específica.

---

<sup>20</sup> (a) *Estudio intrínseco de casos*: su propósito básico es alcanzar la mayor comprensión del caso en sí mismo. Queremos aprender de él en sí mismo sin generar ninguna teoría ni generalizar los datos. El producto final es un informe básicamente descriptivo. (b) *Estudio colectivo de casos*: el interés se centra en indagar un fenómeno, población o condición general a partir del estudio intensivo de varios casos. El investigador elige varios casos de situaciones extremas de un contexto de objeto de estudio. Al maximizar sus diferencias, se hace que afloren las dimensiones del problema de forma clara. Este tipo de selección se llama múltiple: se trata de buscar casos muy diferentes en su análisis pero que al menos al principio serán relevantes. (Barrio del Castillo, *et al.*, 2010, p 3)

### **3.4. Unidad de análisis**

#### **3.4.1. Población**

La población de esta investigación la constituyen dos programas creados para la audiencia infantil por los canales nacionales privados en Colombia, los cuales se programaron en la parrilla los fines de semana: sábados y domingos, (también para los días festivos), en el horario aproximado de las 7:00 a.m. hasta las 12 m.

En este caso, la población considerada fueron los programas *Club 10* dirigido a un público infantil, creado en 1998 y emitido hasta el año 2015 por el canal privado nacional colombiano Caracol, en donde el número de emisiones, fue de aproximadamente 450 programas.

También el programa *Bichos Bichez* de tipo infanto-juvenil del canal privado nacional RCN, creado en el año 2004 hasta el año 2010, tuvo un número aproximado de 300 emisiones.

#### **3.4.2. Muestra**

El tipo de muestreo elegido fue la Muestra Intencional, la cual se refiere a una selección realizada por conveniencia para la investigación, lo que implica un conocimiento amplio de

la población para determinar cuáles son los elementos y las categorías que se necesitan y son consideradas fundamentales para poder realizar el estudio.

Por la extensión de la franja horaria de los programas seleccionados por su formato de larga duración compuesto de varias secciones, se eligió intencionalmente, la sección de los dramatizados denominados *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas infantiles *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, pues el interés de la investigación se basó en los contenidos propios, los cuales eran los productos realizados especialmente para los niños y niñas del país.

Así pues, el interés partió porque estas secciones eran la producción ficcional nacional de los contenedores, es decir, fueron los espacios infantiles de los canales nacionales más vistos, puesto que para la fecha analizada, los canales tenían un periodo de maduración en donde tenían un estilo y una estrategia de programación definida.

Para ello, se tomó una muestra intencionada, de 10 programas, emitidos y recolectados durante el segundo semestre del año 2011, tiempo de maduración de estos programas desde su creación.

### **3.5. Técnicas de recolección (Instrumento) y análisis**

La recolección de los programas se hizo, a través de la grabación en DVD, cuando estos fueron emitidos por la señal abierta de televisión, durante los fines de semana de los meses de junio, julio, agosto y septiembre del año 2011; de esta manera, el acceso al material para realizar el análisis se hizo a través de la reproducción en este formato.

Posteriormente, para analizar esta información, se utilizaron dos técnicas, la Observación y la realización de una Matriz de Datos, para describir lo encontrado en los programas.

La técnica de la Observación permitió la acumulación sistemática de datos sobre el hecho que motivaba la investigación, como se trató de un Estudio de Caso con Análisis de Contenido, esta es una técnica en la que el investigador registra lo observado mas no entrevista a los individuos involucrados en el hecho social, ya que se está analizando el mensaje de un producto terminado y no su construcción ni los efectos en la audiencia.

La Matriz de Datos es una técnica en la que se organizan y se sistematizan los datos recogidos de manera que permitan describir, explicar, relacionar e incluso predecir el comportamiento de los hechos observados, con el fin de alcanzar el conocimiento científico del caso analizado. Por ello, para la recolección de la información, se diseñaron dos Matrices de Datos, de manera que respondieran a los objetivos específicos, y así al final, al reunir los resultados, se alcanzara a dilucidar el objetivo general.



Por lo tanto, la primera matriz creada fue aquella que mostrara la descripción de los elementos semióticos, es decir, los elementos estéticos y narrativos de una manera tangible, utilizados en el discurso de las secciones; la segunda matriz, fue pensada para que diera muestra de modo asociativo de lo que en las secciones se presentara, es decir, lo que representaban las situaciones y los personajes a través de sus acciones y reflexiones.

A continuación, se presentan los instrumentos creados para el análisis:

| <b>MATRIZ 1_Capítulo X</b>                              |              |   |         |        |               |
|---|--------------|---|---------|--------|---------------|
| <b>OBJETIVO 2</b>                                       |              | Describir los recursos estéticos y narrativos utilizados el discurso televisivo de las historias <i>Mi Cuarto</i> y <i>El Circo</i> de los programas infantiles <i>Club 10</i> del canal Caracol y <i>Bichos Bichez</i> del canal RCN, durante las emisiones del segundo semestre del año 2011. |         |        |               |
| NOMBRE DEL PROGRAMA                                     |              |   |         |        |               |
| SECCIÓN ANALIZADA                                       |              |   |         |        |               |
| REFERENCIA CAPÍTULO                                     |              |   |         |        |               |
| SINOPSIS  |              |   |         |        |               |
|   |              |   |         |        |               |
| PERSONAJES QUE APARECEN                                 | ESCENOGRAFÍA | VESTUARIO   | DIÁLOGO | SONIDO | OBSERVACIONES |
|   |              |   |         |        |               |
| TIPO DE SIGNO (Clasificar si es símbolo, ícono, índice) | ESCENOGRAFÍA | VESTUARIO   | DIÁLOGO | SONIDO | OBSERVACIONES |
|   |              |   |         |        |               |

| MATRIZ 2_Capítulo X                                    |   |                  |               |
|--|---|------------------|---------------|
| OBJETIVO 1   | Examinar el tipo de historias, contenidos, temas y mensajes, que se construyen en los relatos <i>Mi Cuarto</i> y <i>El Circo</i> de los programas infantiles <i>Club 10</i> del canal Caracol y <i>Bichos Bichez</i> del canal RCN, de los programas emitidos durante el segundo semestre del año 2011. |                  |               |
| OBJETIVO 3   | Identificar el tipo de imágenes que sobre la infancia se proyectan a través del discurso en <i>Mi Cuarto</i> y <i>El Circo</i> de los programas infantiles <i>Club 10</i> del canal Caracol y <i>Bichos Bichez</i> del canal RCN durante las emisiones del segundo semestre del año 2011.               |                  |               |
| NOMBRE DEL PROGRAMA                                    |   |                  |               |
| SECCIÓN ANALIZADA                                      |   |                  |               |
| REFERENCIA CAPITULO                                    |   |                  |               |
| SINOPSIS   |   |                  |               |
|  |   |                  |               |
| PERSONAJES QUE APARECEN                                | ACCIÓN SUGERIDA   | ACCIÓN REALIZADA | OBSERVACIONES |
|  |   |                  |               |
| TIPO DE HACER AL QUE HACE REFERENCIA (modo asociativo) |   |                  |               |
|  |   |                  |               |

Para la organización de los datos se utilizó la Codificación Axial, entendida esta como el proceso de relacionar las categorías a sus subcategorías. Se denomina axial, porque la codificación ocurre alrededor del eje de una categoría, y enlaza las categorías en cuanto a sus propiedades y dimensiones.

Finalmente, para el análisis, se utilizó la Codificación Selectiva, entendida como el proceso de integrar y refinar las categorías (Strauss, 2002); en esta etapa de la investigación, se entrelazaron las categorías centrales y subcategorías a partir de los hallazgos, para formar un corpus epistemológico.

## CAPITULO 4 ANÁLISIS

Las secciones *Mi Cuarto* y *El Circo*, de los programas de televisión infantil *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, de las emisiones del segundo semestre del año 2011, fueron analizadas como historias que se narran a través de la elaboración de tramas<sup>21</sup>, las cuales, en su conjunto, crean la totalidad de la obra.

Partiendo de los datos arrojados por los instrumentos, se inició la indagación estructural de las historietas, por medio de la descripción de los tres ejes de acción que se presentan en una narración: “la unidad de personaje o sujeto, la unidad de espacio o universo del relato y la unidad de tiempo”<sup>22</sup> (Rincón, 2006, p 98).

De esta manera, al conocer el contexto de las historias, se profundizó en el análisis de los programas, en cuanto a su intención comunicativa, desde de la estructura discursiva televisiva de Luis Mas (2011), que consta de los tres niveles estructurales del mensaje: el intencional, el estructural, y el expresivo, respecto a las representaciones sociales, los grados de

---

<sup>21</sup> Según Omar Rincón (2006), las tramas se expresan en cuatro intervenciones: 1. Selección y disposición de los acontecimientos y de las acciones narradas, que hacen de la fábula una historia entera y completa que consta de principio, medio y fin; 2. Acciones que provocan un cambio de suerte, un “nudo” por deshacer, una “peripezia” sorprendente, una sucesión de incidentes “lamentables” u “horrorosos”; 3. Producción de historias, en la medida en que compensa la peripezia mediante el reconocimiento, que sella el destino del héroe mediante un último acontecimiento que aclara toda la acción; 4. La narración se basa en el conflicto como función comunicativa, dependiendo de ello, los personajes se convierten en tipos de héroes o antihéroes (p 99).

<sup>22</sup> “La narrativa se concreta en su 'adentro' como una serie de formas efectivas de conexión de los acontecimientos (relaciones de causalidad o contradicción), construcción de la temporalidad (orden, frecuencia, duración), relato desde el espacio (relaciones de elementos, ambientación y montaje) y constitución del estilo (procedimientos técnicos, lingüísticos y estéticos)” (Rincón, 2006, p. 98).

significación, y los lenguajes lúdico-afectivos, tomándolos como categorías; y de esta manera develar en el discurso televisivo construido en estas secciones: cuáles fueron los tipos de historias, mensajes, contenidos y temáticas, utilizados en cada uno de estos programas.

Finalmente, se interpretaron los hallazgos desde la aplicación metodológica de la Representación Mediática (RM.), a través de la cual se sugiere, que cuando el interés en investigar un objeto social a través de un medio de comunicación, se quiere saber cómo es transmitido un contenido en especial por los medios, hay dos variables que deben tomarse en cuenta, la fuente de información (quién habla), y el contenido tratado (de qué se habla), y ponerlas en relación, para finalmente develar el objetivo de la investigación el cual analizó el discurso televisivo construido en las secciones de ficción, *Mi Cuarto* y *El Circo* de los programas de televisión infantil *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, durante las emisiones el segundo semestre del año 2011.

A continuación, se abordarán las secciones *Mi Cuarto* y *El Circo*, cada una de manera independiente, para posteriormente establecer relaciones y/o diferencias entre ellas.

## **4.1. Mi Cuarto**

### **4.1.1. Estructura de la historieta**

En referencia a la sección *Mi Cuarto* del programa Club 10 del Canal Caracol, de las emisiones del segundo semestre del año 2011, esta fue contada a través de capítulos unitarios, es decir, que se mantenían los mismos personajes, en el mismo contexto, en todas las emisiones, pero abordando temas diferentes, los cuales tenían un inicio y un fin en cada emisión.

En cuanto a la narración de la trama, se contaba una historia que presentaba un conflicto, en donde los personajes debían tomar decisiones para resolverlo y enfrentarse a las consecuencias; cada uno de ellos tomando una posición, generaba un desenlace que dejaba una reflexión en la que se explicaba lo relativo a “lo bueno y a lo malo”, y cómo esto afectaba a las personas de su entorno y a ellos mismos. De esta manera, la historia estaba construida en cuatro momentos: primero, el inicio y su contextualización; el segundo, el planteamiento del conflicto; el tercero, en el que se tomaban decisiones y/o acciones para resolverlo; y finalmente el desenlace, consecuencia del camino elegido en la resolución de este.

Estas historias tenían una duración aproximada de doce minutos consecutivos, es decir, sin cortes comerciales. La sección siempre iniciaba después de un corte comercial y terminaba también con otro corte a comerciales en el que seguiría otro espacio diferente del contenedor.

De esta manera, la información estaba focalizada en un solo bloque, lo que permitía que se mantuviera la atención por parte de los espectadores.

La sección siempre iniciaba con una cortinilla, la cual cumplía con las funciones de presentar la sección, y, de indicar que estaba empezando la historieta; además, de contextualizar que esta se desarrollaba en un escenario concreto, una habitación. De esta manera se daba inicio a la historia, la cual se contaba consecutivamente hasta que esta llegara a su fin.



Foto 1. Imagen de presentación de la sección. Representa la chapa de la puerta de la habitación en donde se encontraban los personajes reunidos y en donde se desarrollaba la historieta. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), “cortinilla de presentación sección Mi Cuarto” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

#### 4.1.1.1. Unidad de Personajes

Con las transformaciones hechas a lo largo del tiempo en el programa, para el año 2011, los personajes que hicieron aparición física durante estas emisiones siempre fueron cuatro hermanos (todos menores de edad), muy diversos en cuanto a sus personalidades. De esta manera, en cuanto a la caracterización de los personajes, en la muestra analizada, se identificaron diferentes roles y estereotipos:



Foto 2. Personajes de *Mi Cuarto*: Dinodoro (Dinosaurio), Mery Moon (Gata), Aurelio Cheveroni (Lobo), títeres tipo puppet, y Juliana (Niña humana). *Club 10* (2011), “protagonistas Club 10” [fotografía], recuperado de [www.caracoltv.com](http://www.caracoltv.com)

Juliana, una niña “de carne y hueso”, representaba a la hermana mayor; se caracterizaba por ser responsable de sí y de la orientación de sus hermanos menores, pues en casi todos los momentos era quien daba las órdenes de lo que se debía hacer, o era quien tomaba la iniciativa en los momentos de proponer alguna conciliación.

Mery Moon, era una gatica consentida y vanidosa, pues siempre estaba a la moda con las últimas tendencias, y aunque en algunos momentos pareciera frívola por sus hobbies como el arreglo de sus uñas, a las que continuamente les hacía “el garriquiur”, siempre estaba dispuesta a ayudar en todo aquello lo que sus hermanos necesitaran.

Dinodoro un dinosaurio bebé, muy inocente por su edad, tierno, juicioso, responsable, ingenuo, y lleno de bondad, muchas veces era “rescatado” por sus hermanas de las pilatunas que le hacía su hermano Aurelio.

Aurelio Cheveroni, un lobo irreverente, representaba al travieso de los hermanos y quien muchas veces pensaba solo en sus intereses particulares; él, era el personaje antagonista de la historia, pues en casi todas las oportunidades le hacía maldades a sus hermanos recibiendo el correspondiente castigo frente a lo malo que hacía; sin embargo, luego de la reflexión y del arrepentimiento de sus actos, recibía el perdón por parte de estos.



Foto 3. Las personalidades de los personajes, Juliana, Mery Moon, Dinodoro y Aurelio, atravessaban por un arco de transformación en el aprendizaje de las situaciones vividas, a pesar de poseer características particulares que los definían. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Fútbol”

[emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.



De esta manera, a través de estos personajes, los cuales fueron creados en el universo de la ficción, permitiendo que la “realidad” construida fuera una mixtura de la fantasía con lo real, fueron semana a semana, a través de quienes se narró este dramatizado. Sin embargo, siempre se nombró, de manera verbal, a figuras de autoridad u otros personajes que completaban la historia, como sus padres o profesores, denotando que había un contexto más allá de las cuatro paredes de donde estos se encontraban, y que estaban insertos en una familia y en una comunidad.



Foto 4. También el tipo de animal que representaban los personajes, como el lobo, sigiloso y travieso; la gata, dulce; y el dinosaurio, ingenuo; fueron características particulares que enriquecían el simbolismo de las personalidades los cuales ayudaban a fortalecer la historia. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Cambio de Piel” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

Por medio de los recursos estéticos y narrativos de la historia, elementos como el vestuario de los personajes, reforzaban la personalidad de estos, pues expresaban sus personalidades. Juliana permanecía en ropa informal, aunque en algunas ocasiones estaba en uniforme, lo que denotaba tanto una actividad, como temporalidad. Mery Moon, vestía jardineras y siempre una flor en su cabeza la cual denotada mucha feminidad. Dinodoro, utilizaba overoles y Aurelio, vestía camisas de colores fuertes, lo cual era acorde a lo utilizado por los niños y niñas en general.

Foto 5. Los personajes manifiestan que sus vestuarios y accesorios reflejan sus personalidades. Mery Moon dice que su sombrero es “elegante, glamuroso y perfecto como ella”, Aurelio que el suyo es como él, “expresa rumba, fiesta y sabrosura” *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “La Torre de Babel” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.



También dependiendo de la historia, se caracterizaba a los personajes con ropas alusivas a la temática desarrollada en cada capítulo; pero a pesar de utilizar en algunos momentos vestuarios adicionales, estos no eran usados como disfraces, sino que los personajes representaban a su vez un rol a través de los que se identificaban y asumían como propios haciendo más creíbles las historias que se estaban narrando.

Ejemplos como el de estudiar medicina, utilizando una bata blanca, utilizar una cofia representando a una enfermera, fueron elementos adicionales que reforzaban las historias que se estaban contando. De esta manera, los personajes vivían sus experiencias apoyadas a través de estos recursos, los cuales consolidaban la credibilidad de las historias narradas.



Foto 6. Los personajes se caracterizaban interpretando diferentes roles dependiendo de la temática particular de cada capítulo para reforzar el concepto de las historias. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Concurso Comida” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

#### **4.1.1.2. Unidad de Espacio o universo del relato**

En cuanto a la unidad de espacio o el universo del relato de los capítulos analizados, estos siempre iniciaban con la ubicación de la locación en la cual se encontraban los personajes. Para ello, se mostraba la fachada de un edificio, en donde estaba el apartamento con el cuarto en donde se desarrollaría la historieta. Posteriormente, los personajes aparecían en escena y se empezaba a desarrollar el capítulo que se abordaría ese día.



Foto 7. Con la fachada de un edificio en plano general, el cual denotaba ubicación, y a través de un zoom in o acercamiento, se indicaba que los personajes estaban en uno de los apartamentos. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), “Cortinilla de inicio sección Mi Cuarto” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

Sin embargo, y a pesar de que la historia ocurría al interior del cuarto, se mostraba el exterior del edificio, para contextualizar el sector en donde vivían los personajes, denotando que la historia se desarrollaba en la ciudad y que estaban en una zona de estrato alto y residencial.

El lugar en donde los personajes vivían sus historias era una habitación amplia, dividida en ambientes; uno, era el espacio para el descanso el cual tenía una cama; otro espacio, era un escritorio que representaba el lugar de estudio; otro era una especie de sala con juegos de mesa y juguetes el cual representaba la recreación. Entre estos espacios los personajes se desplazaban; esto con el fin de que, a pesar de estar en una sola locación, no se sintiera un

lugar cerrado. Allí, se podía observar un variado mobiliario que siempre permanecía ordenado y limpio. Los colores eran alegres y vivos, y los elementos decorativos eran alusivos al universo infantil.



Foto 8. Diferentes ángulos de la habitación en donde siempre se desarrollaba la historieta ambientada con elementos alusivos a la edad propia de niños y niñas. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), “habitación: Mi Cuarto” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

La decoración de la habitación eran juguetes, desde peluches hasta juegos didácticos o electrónicos, además de elementos escolares los cuales representaban la etapa en la cual los niños y niñas de la historia atravesaban. En cuanto al contexto general de la atmósfera, la suma de todos estos elementos, podían ser usados tanto por una niña, como por un niño, es decir, los colores o elementos como un cuaderno o un juguete, representaban una etapa etaria, mas no el género de algún personaje bien fuera femenino o masculino.



Foto 9. Los objetos que decoraban la habitación representaban elementos que servían para explicar aún mejor el tema que se estaba abordando y eran utilizados por los personajes, de manera que no estaban simplemente puestos como piezas decorativas. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Cambio de Piel” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

La ambientación adicional, dependía del tema que se estuviera tratando en cada capítulo en particular; esta contextualizaba y realzaba el universo concreto de lo que se estaba contando; es decir, ningún elemento estaba puesto al azar, sino que reforzaba la totalidad de lo que se estaba narrando.



Foto 10. Los objetos como banderas, balones, boletas; los símbolos como escudos, camisetas, colores alusivos a diferentes equipos; representaban como índice ambiental el escenario del fútbol.

*Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Fútbol” [emisión por televisión], Bogotá, Canal

Caracol.

También los elementos indicaban el desarrollo de la historia a través de pistas que más adelante harían relación a lo que anteriormente se había mostrado.



Foto 11. El álbum indicaba que se necesitarían fotografías para llenarlo. Estos elementos por correlación explicaban el contexto de la historia. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Makako” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

Así pues, se pudo observar que todos los elementos utilizados para recrear situaciones, fueron cuidadosamente dispuestos para reforzar lo que se estaba narrando. Los personajes siempre utilizaban estos elementos que acentuaban el porqué de su presencia; es decir, no fueron simplemente objetos decorativos o de relleno, sino que reforzaron las temáticas abordadas expresando aún mejor lo que se quería transmitir; también estos objetos eran personalizados por los personajes, lo que hacía que se convirtieran en una extensión de sus personalidades.

### 4.1.1.3. Unidad de Tiempo

En cuanto a la unidad de tiempo, como la historia se desarrollaba en una sola locación, a través de las intervenciones de los personajes, ubicados en algún espacio diferente del cuarto, se generaba un cambio en lo que estaba sucediendo. Sin embargo, el paso del tiempo se hacía a través de efectos visuales como disolvencias, fundidos, desenfoces, lo que indicaba flash backs, flash forward o elipsis. También se manejó el uso de imágenes del exterior del cuarto, utilizadas como cortinillas, para dar la sensación de una pausa o cambio de situación.



Foto 12. Como no había corte a comerciales, la atención y el ritmo de la historia permanecía siempre, sin embargo, a través de este espacio, en el cual se aceleraban las imágenes, se generaba descansos en la narración, lo cual indicaba cambio de situación. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), “Cortinilla paso de tiempo” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

De esta manera, la totalidad de la historia quedaba consolidada en un único bloque el cual, a su vez, hacía parte del contenedor del programa.





Foto 13. La sección que estaba incluida en un contenedor, tenía una presentación continua sin corte a comerciales. A medida que el programa avanzaba, se anunciaba el orden de los contenidos. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), “cortinilla a comerciales de las secciones del Club 10” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

#### 4.1.2. Intención comunicativa del discurso

Tomando como categorías a las representaciones sociales, los grados de significación, y los lenguajes lúdico-afectivos, se indagó, la muestra analizada, para identificar en ella, las características propias de la sección, las cuales, en su conjunto, develarían la intención comunicativa del discurso en este programa.

Para saber ello, se apeló a los criterios principales que según la CNTV (Molano, 2012) se deben responder para que un programa infantil sea definido como tal.

Así pues, a través del formato, en cuanto a su duración y la repetición de acciones dentro del programa, lo cual quiere decir que, tanto los comportamientos, como las situaciones que

se presenten, así como la reiteración y el tiempo que se les destine, darán una idea general de cómo están organizadas las ideas que se quieren contar.

También, por medio de la cantidad y complejidad de personajes protagonistas, el ritmo, y el lenguaje; pues, a través de las personalidades, el carácter, las actitudes y conductas, se determinará la resolución de las situaciones a las cuales se vean enfrentados, de acuerdo a lo que ellos creen, sienten y valoran.

Finalmente, en los tipos de conflicto, en cuanto a su naturaleza y la complejidad de estos (problema, conflicto y solución), es decir, las temáticas abordadas, puesto que es a través de ellas que se mostrará el tipo de situaciones que pueden vivenciar los pequeños a quienes se les está narrando el programa.

De esta manera, con estos elementos, a través de las categorías, se pretendió descubrir el sentido del discurso de la sección, la cual se ha basado en valores, los cuales aluden a los principios que les permiten a las personas, mediante su comportamiento, realizarse como mejores seres humanos, a través de la correspondencia en las acciones o comportamientos correctos o incorrectos, permitiendo diferenciar el bien del mal. A través de ejemplos como explicar el respeto hacia el otro así no se esté de acuerdo con determinada postura, o explicar que el bien colectivo debe primar sobre el propio, cada individuo identifica sus valores, y al hacerlo, se da cuenta de lo que realmente es importante para cada quien, siendo aún más valioso por lo que puede llegar a significar o representar en la sociedad.

#### **4.1.2.1. Representaciones sociales**

En cuanto a las representaciones sociales en este dramatizado, las situaciones y personajes lograron ser referentes de la cotidianidad a través del uso de lugares comunes y cercanos por medio de los comportamientos acordes con la edad de los personajes, transversalizando todas las historias por lo que representaba el bien y el mal en el actuar. A través de casos como el enfrentarse a nuevas situaciones, conocer o reconocer comportamientos, o, la resolución de conflictos, se mostraron actitudes a través de las cuales era posible sentir empatía o no, creando un horizonte reflexivo, e inculcando por medio de actitudes y situaciones, un norte en formación de valores, a través de los cuales se podría dilucidar, se estaba creando conciencia en un futuro, para construir una mejor sociedad.

A través de capítulos como “Cambio de Piel” (Club 10, junio-septiembre 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol), en donde se mostró cómo cada persona tiene unas características y valores que lo identifican en su personalidad, y que dependiendo de las creencias de cada quien y de su actuar, el bien y el mal se premian o castigan, se contaba la historia de cómo a raíz de la muda de piel que tienen los dinosaurios cada cierto tiempo y del cual Dinodoro no tenía conocimiento, fue engañado por su hermano Aurelio, haciéndole creer que su nuevo estado físico lo haría cambiar también en su personalidad, en este caso a una malvada.

- Aurelio:** Lección número uno
- Dinodoro:** Lección número uno
- Aurelio:** Lo primero que tienes que hacer para portarte como malo es un cambio de identidad
- Dinodoro:** ¿Cómo así Aurelito?
- Aurelio:** A ver... no te vas a ver malo si sigues con esa carita de ternura, de yo no fui, carita de ternura y usando pañales...
- Dinodoro:** ¡Ay! ¡ya sé! ¿Y si soy un malo muy bueno?
- Aurelio:** ¡Ay por favor! no seas puntos medios, o eres bueno o eres totalmente malo, necesitas un cambio de personalidad, de cara.
- Dinodoro:** ¿De cara? ¿Qué le vas a hacer a mi carita?
- Aurelio:** Es un decir...es un decir... lo que quiero decir, es que hay que cambiar de actitud en la cara.
- Dinodoro:** No te estoy entendiendo es nadita Aurelito
- Aurelio:** ¡Maldición ciega!, ¡qué difícil es cambiar de un dinosaurio bueno a uno malo!”

Tomado de: “Cambio de Piel”. Minuto 2:35 - 3:23 (Club 10, junio-septiembre 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)

Como este no sabía cómo comportarse de acuerdo a su nueva personalidad, Aurelio se ofreció para enseñarle, haciendo que este les hiciera pilatunas a sus hermanas. Cuando Dinodoro es descubierto por ellas, estas le preguntan el porqué de su actuar, a lo que él les explicó que fue porque Aurelio le dijo que así debía hacerlo. De esta manera, las hermanas buscaron a Aurelio para que le explicara a Dinodoro que este era un cambio físico normal, pero que no por ello su personalidad debía cambiar. Finalmente, Aurelio es castigado y debió arreglar todo el desorden que hicieron y Dinodoro volvió a actuar como siempre había sido.



Foto 14. El bien y el mal, fue un aspecto recurrente en todas las emisiones inculcando siempre que se debe hacer el bien; a pesar de que los mismos personajes expresaban frases como “La peor parte de mal es el castigo” pues sabían que habría consecuencias por su actuar, era importante exponer estas situaciones para mostrar el valor de lo que se quería comprobar. *Club 10* (junio-septiembre 2011), capítulo “Cambio de Piel” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

Otro ejemplo de ello se observó también en el capítulo “Makako” (*Club 10*, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol), en donde debían custodiar un peluche (inanimado) que no era de ellos, pues era un juguete que le fue encargado a Juliana en el colegio para cuidarlo durante el fin de semana. Juliana quería compartir la experiencia de lo que significa proteger, compartir y cuidar a los demás, además de conocer a otras personas; para ello, asignó horarios para que todos en la casa pasaran tiempo con *Makako*, el peluche invitado.

**“Juliana:** ...Lo último es entonces que cada vez que suene la campana ustedes tienen que cambiar de turno, ¿listo?

**Mery Moon:** Listo

**Dinodoro:** Listo

**Juliana:** Bueno saquen los papeles y que gane el mejor

**Mery Moon:** ¡Ay! ¡No lo puedo creer!, ¡primis!

**Juliana:** Arelito ¿y tú no vas a sacar?

**Aurelio:** No, yo tengo cosas más importantes que hacer

**Mery Moon:** Ay bueno, déjalo... ¡a mí me toco primero!

**Dinodoro:** El turno 2, estaré pendiente de la campana

**Juliana:** Bueno listo, entonces siendo así, te presento a Makako

**Mery Moon:** ¡Ay! ¡Tan lindo Makako!

**Juliana:** Comenzó el turno” (se escucha la campana)

Tomado de: “Makako”. Minuto 1:50 – 2:40. (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)

Para saber qué momento les correspondería compartir con *Makako*, sonaría una campana para cambiar de turno; todos estaban muy emocionados menos Aurelio quien quería que mejor le prestaran atención a él. A medida que pasaron los turnos todos estuvieron muy felices, pero mientras esto sucedía, Aurelio hacía un plan para vengarse de *Makako*, pues este le había quitado la atención de todos los de la casa.

Cuando fue el momento de que Aurelio compartiera con *Makako*, todos se pusieron muy nerviosos, pues temían que le pudiera pasar algo; cuando los fueron a buscar, se dieron cuenta que ellos dos también se habían hecho amigos, pues Aurelio recapacitó y se dio la oportunidad de conocerlo, descubriendo que *Makako* era una gran persona. De esta manera, tanto Juliana, Mery Moon y Dinodoro se dieron cuenta que Aurelio no se había portado mal, pues a pesar de haber expresado sus malas intenciones, este había reflexionado entendiendo que es importante compartir el tiempo y la amistad con otros.



Foto 15. Además de la amistad, se promueve la responsabilidad por el bienestar y el cuidado de los demás. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Makako” [emisión por televisión], Bogotá,

Canal Caracol.

De esta manera el tipo de imágenes que sobre la infancia se proyectó, a través de los personajes en este relato, es que los niños y niñas fueron descritos desde su capacidad de discernimiento frente a las situaciones planteadas, es decir, de que, a pesar de ser pequeños, manifestaban criterio frente a las situaciones en relación a los conflictos que se les presentaban. De esta manera, acudiendo al razonamiento, al carácter que cada uno tenía, y a la interpretación de las circunstancias, ellos por sí solos enfrentaban las situaciones dándoles la mejor solución, buscando siempre lo mejor para el bien común, claro está, todo esto enmarcado dentro del aprendizaje propio de su edad.

#### **4.1.2.2. Grados de significación**

A través de la descripción de las lógicas simbólicas, se analizó la producción de sentido en los capítulos objeto de estudio, ya que esta permitió explicar el significado de los fenómenos a partir de la materialización textual de lo que se estaba representando. Así pues, la forma en que se construyó la realidad en este programa fue una parte fundamental de la manera en que se mostró lo narrado a través del discurso, pues, como lo afirma Magariños, (2008) se debe hablar de la producción de sentido desde la construcción del discurso como los elementos que interactúan con una realidad.

Por medio de los diálogos, se evidenció el contenido de las historias, pues a través de las interlocuciones se expresaba aquello que los personajes pensaban y sentían. Así pudo verse en el capítulo “Cambio de Piel” (Club 10, junio-septiembre 2011, [emisión por televisión],



Bogotá, Canal Caracol), en donde por medio de lo que se decía, la historia se iba desarrollando.

**Aurelio:** Ay Santa Lobita bendita, ¿qué te está pasando? ¿Te estás despellejando? Mínimo es el mugre que te está saliendo por capas.

**Dinodoro:** No sé Aurelito, me estaba bañando y cuando me estaba secando se me empezó a caer la piel.

**Aurelio:** Bueno, tranquilo, a ver veamos qué es lo que le pasa a nuestro amigo Unicornudo... algunos dinosaurios cambian de piel con el cambio de la luna en eclipse...claro, eso es lo que le pasa...el eclipse... y el pobre Dinolento lo que está pensando con el cambio de piel es que está enfermito...claro que podríamos hacerle creer que...Aurelio Cheveroni, eres un genio, regenio...qué buena broma...

**Dinodoro:** Aurelito, menos mal llegaste

**Aurelio:** Si nene, averigüé algo...ni porque fuera un mal amigo...

**Dinodoro:** ¿Y qué?, ¿qué tengo, ¿por qué se me está cayendo la piel?

**Aurelio:** Nene, siento decírtelo, pero te tengo malas noticias.

**Dinodoro:** Lo sabía, llegó el momento de extinguirme, se apagará la luz del último dinosaurio sobre la faz de la tierra.

**Aurelio:** Pues no te vas a extinguir, es algo ¡peor!

**Dinodoro:** ¿Peor que eso?

**Aurelio:** Sí, el cambio de piel significa, no que te vas a extinguir, sino que te vas a convertir de un dinosaurio bueno a uno malo.

**Dinodoro:** ¿yo malito? Jesusaurio bendito, ¿por qué a mí? ¿por qué me tocan estas pruebas a mí?

**Aurelio:** No te preocupes, yo te puedo dar unos tips para que te conviertas en un verdadero dinosaurio malo.

**Dinodoro:** Pero yo no quiero ser malito Aurelito.

**Aurelio:** Lo siento nene, pero ese es el destino.

**Dinodoro:** Destino, cruel destino...”

Tomado de: “Cambio de Piel”. Minuto 0:28 -2:33. (Club 10, junio-septiembre 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol).

A través de los diálogos, sumado a las características bien fueran físicas u objetuales, se ayudaba a reforzar lo que se estaba narrando, para de esta manera, resolver la historia que se estaba contando:

**“Dinodoro:** Yes, yes, yes, soy el dinosaurio de cara mala.

**Juliana:** Dino, ¿fuiste tú?

**Dinodoro:** Sí Julianita, digo, si Juliana eso es lo que hacemos los malos.

**Mery Moon:** Pero un momento, ¿y a ti quien te dijo que eras malo?

**Dinodoro:** Ah, eso me pasa cada vez que cambio de piel, y como ahora estoy cambiando de piel, estoy pasando de bueno a malo.

**Juliana:** Dinito eso no es cierto, tu cambias de piel cada vez que hay eclipse de luna, es más una vez ya había pasado, pero como eras muy chiquitico para acordarte.

**Dinodoro:** ¿Eso quiere decir que yo no tengo que ser malo?

**Aureilo:** No.

**Dinodoro:** Ay menos mal porque la verdad no me gusta mucho.

**Juliana:** Un momento, ¿y a ti quien te dijo que te ibas a volver malo?

**Aurelio:** Ay no, no, no, cambiemos el tema.

**Juliana:** ¿Tú le dijiste eso a Dino? entonces quédate solo Aurelio.  
¿Sabes qué Dinito? vamos a comer un helado y a volar cometa y a jugar ¿sí?

**Mery Moon:** Vamos los tres.

**Aurelio:** ¿Por qué me pasa esto a mí? la peor parte, lo malo de ser malo es el castigo”.

Tomado de: “Cambio de Piel”. Minuto 9:32 – 11:08. (Club 10, junio-septiembre 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)

O como el capítulo de “Makako” (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol), en donde textualmente sus personajes lo hablan:

**“Mery Moon:** ¡My Good!, ¡que alguien haga algo!, ¡iba a ahorcar con una corbata a Makakito!

**Dinodoro:** No Aurelito, no cometas un delito, ¡no lo hagas!

**Aurelio:** Un momento, ¿de qué están hablando?

**Juliana:** ¿Cómo que de qué estamos hablando?, sínico, ¡pues de que ibas a ahorcar a Mako con la corbata!

**Aurelio:** Pero ¿qué? ¿cómo? noooo, yo solamente le estaba poniendo esta corbata es para hacerme tomar una fotografía con él.

**Mery Moon:** No, no seas mentiroso que tú estás celoso desde que lo viste y has querido desaparecerlo.

**Aurelio:** Bueno, pues, al principio sí, pero ya después no, o sea sí, pero no.

**Dinodoro:** ¿Si ves? ¿Si ves? está aceptando su culpa Julianita.

**Aurelio:** Pues sí acepto mi culpa, al principio yo lo quería desaparecer, pero luego me di cuenta lo abullonadito que

es, y lo buena gente que es con todos tus amigos del colegio y yo también quise apapacharlo.

**Juliana:** Es que de eso se trata Aurelito, por eso yo lo traje aquí a la casa, porque quiero mostrarle lo que más me gusta y es estar con Ustedes.

**Aurelio:** ¿Ven? ¿Ven? esas eran mis intenciones... ¿ven?

**Juliana:** Bueno, pues ya que todo está claro y ya sabemos que Aurelito nunca quiso ahorcar a Makako, ¿qué les parece si nos tomamos una foto con él sí?

**Todos:** ¡Buena idea!”

Tomado de: “Makako”. Minuto 10:20 – 11:30. (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol).

A partir de esta propuesta simbólica, se interpretaron las relaciones mediante las cuales se atribuyeron determinadas significaciones a determinados fenómenos sociales, presenciando un discurso, el cual nació a partir de la deconstrucción y construcción de los contenidos, generando un nuevo significado. Esto quiere decir, que hubo una resignificación hecha a partir de las situaciones vividas por los personajes, en donde estos reflexionaban con respecto a lo que estaban experimentando.

Situaciones como las del capítulo “Fútbol” (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol), en la que Aurelio estaba emocionado por ver jugar a su equipo favorito: *El Real Peluche*, y que, al verlo, su hermanito Dinodoro descubrió que era muy interesante y divertido apoyar al fútbol decidiendo hacerse hinch, pero del equipo rival, *Los Unicornudos*, se pudo observar cómo diferentes elementos entraron a jugar un

papel importante en la construcción de sentido de esta historieta, puesto que Aurelio se llevó tremenda sorpresa, no muy grata, al darse cuenta que Dinodoro había decidido apoyar al equipo contrario lo que desencadenó una serie de actuaciones y posturas por parte de los personajes de la historia. Es decir, existían unos puntos de vista particulares, los cuales no eran necesariamente compartidos, pero que tenían que ser modificados en pro del bienestar del grupo.

Frente a esta situación Aurelio le dijo a su hermano que, si no eran del mismo equipo, entonces serían enemigos y se fue. De igual manera, puso a escoger a sus hermanas para apoyar a alguno de los dos quipos, pues según él, al ser rivales no podrían estar en el mismo lugar, así que debían decidirse a qué equipo apoyarían; ellas no le hicieron caso y él pensó que era una afrenta y que debía tomar medidas extremas. Al darse cuenta que sus hermanas compartían con Dinodoro, se puso celoso y les desconectó el televisor para que ellos no pudieran seguir viendo el partido. Más adelante, Mery Moon, Juliana y Dinodoro estaban admirando la decoración con la que Aurelio hacía tributo a su equipo, sin embargo, a Aurelio no le gustó la decoración de Dinodoro, con los colores del otro equipo, por lo que le dañó todo.

Al darse cuenta de esto, Juliana y Mery Moon lo regañaron y le explicaron que el deporte es compañerismo y que ser un hincha significa ser respetuoso y tolerante con los demás equipos. Como castigo Juliana, Mery Moon y Dinodoro le dicen que por eso no irá con ellos

al estadio a ver el partido de fútbol y que deberá quedarse en la casa limpiando lo que manchó y haciendo en general el aseo de todo lo que dañó.



Foto 16. Se refleja el sentido de pertenencia y la identificación con un grupo que comparte los mismos gustos e intereses, sin embargo, no hay una razón justificada para no poder compartir un mismo espacio con quien no piensa igual. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Fútbol” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

Apartes de sus diálogos, exponían lo que los personajes pensaban frente a las situaciones que se iban presentando:

**“Dinodoro:** Tenías razón Aurelito, el fútbol es muy emocionante y me volví hinchita de los Unicornudos.

- Aurelio:** No, no no, un momento, no puedes ser hincha de los Unicornudos, recuerda los amarillos son nuestros enemigos, solo puedes ser hincha del Real Peluche.
- Dinodoro:** Ah no, los Unicornudos si existen, yo los vi jugar y son un buen equipo.
- Aurelio:** Un momento solo puedes ser hincha del Real Peluche.
- Dinodoro:** A mí no me gusta el Real Peluche y voy a ser hincha de los Unicornudos.
- Aurelio:** Después no digas que no te lo dije por las buenas, ¡si no somos amigos, entonces somos enemigos!
- Dinodoro:** ¿Cómo así?, no entiendo Aurelito, ¿de qué estás hablando?
- Aurelio:** Pues que los equipos rivales enemigos no pueden estar en el mismo lugar... voy a hacer hasta lo imposible, ya vas a ver ¿oíste?
- Dinodoro:** Pero Aurelito, no entiendo, el fútbol luego ¿no es un deporte?"

Tomado de: "Fútbol". Minuto 3:15 – 4:15. (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)

Poco a poco, y con la interacción de los personajes, se desarrollaban las historias mostrando los puntos de vista de cada quien, es decir las convicciones de cada uno de ellos; sin embargo, también razonaban, analizando las circunstancias y entendiendo las consecuencias de sus actos:

- "J, MM, D:** Unicornu, unicornuuuuu...
- Dinodoro:** Papapay, ¿pero qué le pasó a las cosas de mi clubcito?
- Mery Moon:** Gordo, pintaron todas las cosas de tu equipo.

- Juliana:** Que descaro, es que ¿cómo se le ocurre hacer eso?
- Dinodoro:** ¿De qué estás hablando Julianita?
- Juliana:** ¿Cómo que de qué estoy hablando? pues de la única persona que es capaz de hacerte esto, pues del hincha del Real Peluche, pero esto no se queda así, Aurelio va a ver, va a ver... con que ahí estás Aurelio, debería darte vergüenza lo que hiciste.
- Aurelio:** Pero ¿por qué lo estás diciendo?, ¿de qué hablas?
- Mery Moon:** Porque eres el colmo, dañaste todas las cosas de Dinosaur, y como dañaste la camiseta, el colmo.
- Aurelio:** Bueno, sí, pero es que eso era un equipucho ahí.
- Dinodoro:** Ningún equipucho, los Unicornudos son el mejor equipo.
- Juliana:** Aurelio, ser un hincha significa seguir un equipo, sí, pero significa ser respetuoso y tolerante con los demás equipos.
- Aurelio:** Ay, ya, relájate y más bien vámonos que se nos hace tarde para ir al estadio.
- Juliana:** No señor, corrección nos vamos nosotros tres, porque tú te tienes que quedar haciendo aseo y limpiando todo.
- Aurelio:** Tranquílícense.
- Dinodoro:** Sí, nosotros somos de los Unicornudos, pero tú eres un envidioso, y solo queríamos compartir.
- Aurelio:** Pero tranquilos por favor, ¿todo porque soy hincha del Real Peluche?
- Juliana:** No, no es por eso, todo es porque eres un intolerante e irrespetuoso y grosero, porque eso no se hace con tu mejor amigo. ¿Sabes qué? vámonos y porque tú te vas a quedar limpiando todo, chao.
- Aurelio:** Nooo, yo quiero ir al estadio, ¿por qué a miiiiii?"

Tomado de: "Fútbol". Minuto 8:16 – 10:14. (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)



También en el capítulo referenciado como “La Torre de Babel”, (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol), los hermanitos estaban jugando Jenga<sup>23</sup>, e invitaron a participar a Juliana, pero ella no podía porque su mamá le había encomendado organizar su cuarto; sin embargo, antes de irse, ella les contó la historia de la leyenda de La Torre de Babel<sup>24</sup>. Cuando regresó, estos habían adquirido diferentes acentos en donde luego de mostrar algo de la cultura de cada país que estaban representando y de competir tratando de demostrar cuál era la mejor, Juliana tuvo que intervenir para revertir la “magia” del juego para que todos volvieran a ser quienes eran. Ella los convenció para que armaran nuevamente el juego y de esta manera todo volvió a la normalidad con el adicional que se dieron cuenta de que así fueran de lugares diferentes podían tener gustos similares y compartirlos.

De esta manera, a pesar de que los elementos que componían el discurso eran premonitorios, y de que estaban definidas las personalidades para enfrentar las situaciones, el ser flexibles y receptivos frente a las circunstancias, hizo que los personajes fueran comprensivos y que transmitieran cercanía en su modo de actuar, promoviendo la mediación y la conciliación cuando había alguna discrepancia en las situaciones planteadas.

---

<sup>23</sup> El Jenga o La Torre es un juego de habilidad física y mental en el cual los participantes deben retirar bloques de una torre por turnos y colocarlos en su parte superior, hasta que esta se caiga. Se juega con 54 piezas de madera que se ubican en formación cruzada por niveles de tres piezas juntas hasta conformar una torre de 18 niveles de altura. En su turno, cada jugador deberá retirar una pieza de cualquiera de los niveles inferiores de la torre y procurando que no se caiga la torre, colocarlo en el nivel superior para completarlo y hacer crecer su tamaño. Tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Jenga>

<sup>24</sup> Leyenda de la Torre de Babel: Luego de que el diluvio habría terminado en la tierra en que todos los hombres que en ella habitaban, hablaban el mismo idioma, entonces, se reunieron desde varias partes para poder así crear una torre que no tuviera límites y fuera más alta que el cielo para ir más alto que Dios, entonces él se enojó profundamente por el motivo de su ego y así fue que confundió para siempre los idiomas de la tierra haciendo que ellos mismos no pudieran entenderse entre sí cuando hablasen, entonces, también por dicha manera fueron dispersos por el mundo. Tomado de: <https://leyendasparaninos.com/leyenda-de-la-torre-de-babel>



Foto 17. Los personajes presumen de sus diferencias y compiten por ser el mejor hasta que al encontrarse en una discusión sin sentido, reflexionan y entienden que en lo diverso hay aún una mayor riqueza. Lo que en un inicio fue una competencia, al final se convierte en un festival internacional en donde cada quién tiene un valor especial. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “La Torre de Babel” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

**“Aurelio:** Pues Aquí dice que una vez armada la torre, lo primero que hay que empezar a hacer es sacar pieza por pieza, pero sin tumbar la torre.

**Juliana:** ¡Ay! ¡Ese juego es buenísimo! ¿De dónde lo sacaron?

**Aurelio:** Me lo trajo la abuela de los ríos de su último trabajo que hizo por allá en tierra santa.

**Dinodoro:** Ay Juli, ¿vas a jugar con nosotros?

- Juliana:** Ay Dinito, me encantaría, pero mi mamá me dijo que hoy tenía que arreglar la ropa, el closet, bueno todo...
- Dinodoro:** Ay, pero antes de que te vayas, dínos ¿qué significa la Torre de Babel?
- Aurelio:** Pues que está hecha de Babel...
- Juliana:** Nooo, ay a ver, es Babel, pues es que es una historia...resulta que unos hombres construyeron una torre para alcanzar a Dios, pero Dios se ofendió y como castigo, los puso a todos a hablar en idiomas diferentes.
- Dinodoro:** Que historia tan interesantica.
- Aurelio:** Bueno, más interesante cuando empieces a perder, a ver, saquemos a ver.
- Juliana:** Pero mucho cuidado porque de pronto se cae la torre y terminan hablando diferente.
- Aurelio:** ¡Uy! ¡qué susto! yo me asusté, mejor no juego, eee mentiraaaaas
- Dinodoro:** Entonces ¿quién empieza? ¿empiezas tú? ¿o empiezo yo?
- Mery Moon:** No venga, empiezo yo, no mejor empiece Usted.
- Aurelio:** Qué tal y empiece a hablar quechua...
- Dinodoro:** Yo quiero empezar, voy a empezar...
- Juliana:** Ayyy la única forma de tener este cuarto en paz es tener a esos peluches jugando algo...a no ser que peleen cuando están jugando algo... ¡muchachos!”

“La Torre de Babel”. Minuto 0:01 – 1:40. (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)

Las palabras premonitorias se cumplen y Juliana entiende qué fue lo que sucedió por lo que sabe cuál es la solución para que todo retorne al orden normal:

**“Juliana:** Pero ¿qué es ese alboroto?...ahora esto sí está más terrible de lo que me imaginaba... a ver recuerda...cuando yo llegué, ellos estaban armando la Torre de Babel...ah, ¿será?, ¿será posible que la historia de la torre Babel se haya repetido? Pues claro... yo llegué, la torre estaba armada y ellos estaban hablando normal, la torre se cayó y empezaron a hablar diferente...no pues ahí sí la única opción de hacer que todo vuelva a la normalidad es armar la torre, ¿pero cómo?.. Ay no... ¿y la última ficha? ay no, si no encuentro la última ficha no van a volver a la normalidad nunca...

**Dinodoro:** ¿Pues qué estamos esperando? vamos a buscar esa ficha.

**Juliana:** Sí Dinito, llegó el momento de volver a la normalidad...”

“La Torre de Babel”. Minuto 7:00 – 8:15. (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)

Así se pudo ver a través los elementos sonoros, como los diálogos que sugerían lo que más adelante sucedería; la musicalización que infería alguna situación de suspenso o diversión; y de elementos visuales, como objetos; eran los componentes que referían el desencadenamiento de las situaciones en las historias que se estaban tratando en cada capítulo. De esta manera, con estos elementos, las historias en su conjunto describían y representaban con credibilidad lo que se estaba narrando y construyendo en un marco en el cual era posible identificar referentes propios de este programa no sólo en lo visible, sino también en lo intangible. Así pues, se pudo encontrar que los grados de significación que los creadores plasmaron en estos contenidos fueron, la construcción de sentido a través de la

unidad en un discurso cargado de códigos y simbolismos llenos de detalles, exponiendo de forma minuciosa las características y aspectos que conformaban las historias.

#### **4.1.2.3. Lenguaje lúdico afectivo**

Como lo afirmó López de la Roche (2001), la televisión cumple para las audiencias una importante función de ofrecer aprendizajes no evaluables a la luz de criterios académicos, pues esta aporta para los comportamientos cotidianos. Así pues, las necesidades infantiles que puede satisfacer la televisión, están más relacionadas con la afectividad del niño, su autoconfianza, su desarrollo emocional, su seguridad para sobreponerse a dificultades existenciales y es a través de ejemplos como estos, por medio de los cuales los personajes se enfrentaron a situaciones que hicieron que reflexionaran en su actuar en donde después del caos, la cotidianidad regresaba, y la normalidad a sus vidas retornaba, aunque con un aprendizaje y crecimiento por las experiencias vividas.

Ejemplo de ello, se vio reflejado en el capítulo “Concurso comida” (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol), en el que Aurelio le propuso a Dinodoro competir en una prueba para saber quién podría comer más. Dinodoro aceptó, pero al comer tanta y tan diversa comida le dio dolor de estómago. Aurelio por no quedar atrás hizo lo mismo. Juliana quien se estaba preparando para estudiar un curso de enfermería, trató de auxiliarlos por insistencia de Mery Moon quien estaba muy emocionada por tener a una enfermera en casa por lo que la animó para que los atendiera, pero al ver que

no mejoraban Juliana se sintió culpable al ver que sus hermanos sufrían, por lo que tuvo que confesar que ella aun no era enfermera.

Como consecuencia de esto Mery Moon le recriminó la mentira y más cuando se trataba de la salud de alguna persona, por lo que Juliana al estar enfrentada a esta situación en la que sus hermanos estaban en riesgo, recurrió a su mamá, un adulto, para que le dijera qué debía hacer en ese caso, por lo que decidió que la iría a buscar para que le recomendara qué hacer (la madre nunca aparece físicamente, es solamente el referente de una persona responsable que oriente aquello que se debía hacer).

Después de que tanto Dinodoro como Aurelio se mejoraron, Juliana le dice a Mery Moon que ninguna persona que no sea un médico debe recetar a un paciente; a su vez, Mery Moon le dijo que no se debía decir que alguien tenía una profesión cuando no era así; Dinodoro también reflexionó acerca de que no se deben hacer concursos sin sentido los cuales solo afectaban la salud y que no traían ningún beneficio para nadie. Todos al escucharse se pidieron disculpas cayendo en cuenta de que en algún momento actuaron mal.



Foto 18. Es importante ser cuidadosos consigo mismos y con los demás. Además, recurrir a ayuda profesional en cualquier caso en que solos no se pueda solucionar una situación. *Club 10* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Concurso Comida” [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

De esta manera, el lenguaje lúdico afectivo que se construyó en la muestra analizada, desde los personajes que representaban a los niños y niñas en este programa y desde las situaciones que estos vivenciaron, fue que estos atravesaron situaciones de aprendizaje constante y de experimentación, en donde a través del razonamiento y, la interpretación, se reflexionaba frente a estas llevándolas a feliz término; pues, a pesar de ser ingenuos e inocentes por su corta edad e inexperiencia, los protagonistas de esta historieta siempre tuvieron la capacidad de resolver de la manera más adecuada las circunstancias a las cuales se debieron enfrentar. Así pues, se pretendía que con el re-conocimiento en las vivencias de los personajes, desde un escenario lúdico, de humor y alegría, pero siempre desde la reflexión, se buscaba que los

niños y niñas televidentes sintieran empatía e interés frente a los contenidos, estableciendo vínculos emocionales que les permitiera sentirse parte de la historia, identificándose con los personajes y viéndose representados en el marco referencial del programa.

#### **4.1.3. Categorías recurrentes**

Según Rincón (2006), la narrativa posee convenciones, estén estas establecidas o no en un código formal; así pues, al indagar en la muestra analizada, se encontró que en este programa se tuvo en cuenta en su diseño, los intereses y las necesidades de los niños y niñas, para ser comprendidos de acuerdo con sus competencias cognitivas, afectivas, y sociales.

Desde las competencias cognitivas, a través de las destrezas adquiridas basadas en experiencias y aprendizajes, por medio de valores como la disciplina, el compromiso y la responsabilidad. Desde las competencias afectivas, relacionadas a las características emocionales de los niños y niñas, desde la compasión, la bondad y la hermandad. Y desde las competencias sociales, a través de la capacidad para mantener buenas relaciones con otras personas, por medio de, la confianza, la tolerancia y el respeto.

De esta manera, a partir de la descripción de los elementos de las historias, se observó que emergieron categorías recurrentes las cuales fueron constantes en lo relacionado con el contenido del programa, develando la intención comunicativa del discurso por medio de valores, los cuales se puntualizaron a continuación:



|                 |                    |               |               |
|-----------------|--------------------|---------------|---------------|
| La verdad       | La responsabilidad | La tolerancia | El bien común |
| El compañerismo | El bien y el mal   | El respeto    | La confianza  |

Listado 1. Categorías abordadas recurrentemente en las historias del dramatizado Mi Cuarto

De esta manera, el tipo de historias y mensajes de los relatos de esta historieta, siempre fueron planteados frente a la toma de decisiones y al discernimiento de lo que era correcto hacer a través del control de las decisiones; el deber primó sobre el querer, siempre inculcando valores como, la verdad, la lealtad, el apoyo, la gratitud, el compañerismo, entre otros, y a su vez en la recompensa frente al buen juicio tomado, o al castigo frente a intereses particulares los cuales se pudieron ver en casos como el decir mentiras, o la verdad, o, ser envidioso o generoso con alguien frente a alguna situación. Sin embargo, a pesar de que los personajes se veían tentados a hacer lo que más les convenía, siempre se reflexionaba sobre el alcance de sus acciones y cómo estas afectarían favorable o desfavorablemente a los demás.

Así pues, los contenidos y temáticas del dramatizado al tener como contexto situaciones familiares, escolares, de relaciones interpersonales, bien fuera con personajes de su misma edad o con algún adulto, o también sobre momentos de ocio que los niños comúnmente vivenciaran, sirvió como escenario para mostrar el aprendizaje y crecimiento de sus personajes como seres humanos, los cuales hicieron que fuera una propuesta en donde

primaban la madurez en el actuar con respecto a sí mismos y a quienes los rodeaban, a través de la sensatez y el buen juicio en las situaciones planteadas.

## **4.2. El Circo**

### **4.2.1. Estructura de la historieta**

En relación, a la sección *El Circo*, del programa, Bichos Bichez del Canal RCN, de las emisiones del segundo semestre del año 2011, esta fue narrada a través de capítulos unitarios, en los que, en cada programa, se planteaba una temática diaria, la cual se trataba durante esa emisión.

En cuanto a la elaboración de la trama, la narración de esta, se estructuró desde el planteamiento, conflicto, nudo, y, desenlace, en donde se mostraba que siempre se tenían opciones para elegir. Allí, se explicaba qué era lo correcto, y lo incorrecto, o injusto y justo, y cuáles eran las consecuencias frente a tomar una determinada decisión. De esta manera, a partir de una situación generada por un conflicto, los personajes se enfrentaban a la toma de decisiones para resolverlos, y asumiendo una postura, se aportaba una perspectiva para resolver de la manera más adecuada, la problemática planteada.

La historia presentada en cada emisión, era segmentada a lo largo de las cuatro horas que duraba el programa, es decir que, las escenas del dramatizado fueron separadas por medio de

las producciones que tenía el contenedor; de esta manera, la trama se mantenía a lo largo de toda la emisión, dejando en punta la historia para que los telespectadores no se perdieran el final y estuvieran conectados durante todo el programa a todos los contenidos que se presentaban.

El dramatizado era representado por tres personajes protagonistas los cuales siempre se mantuvieron de manera constante durante los programas analizados; sin embargo, para enriquecer las historias, intervenían personajes invitados de diferentes edades, los cuales variaban durante cada emisión. Sumado a esto, y para reforzar aún más lo que se estaba abordando, se presentaba un video pregrabado, alusivo al tema, hecho exclusivamente para el programa, con el que se ejemplificaba y enriquecía lo que se estaba tratando.

Los personajes protagonistas del dramatizado de este programa, cumplían una doble función: conducían el programa y planteaban la situación a tratar en el dramatizado el cual era actuado por ellos mismos, y era desarrollado en el mismo set de presentación.

#### **4.2.1.1. Unidad de Personajes**

En cuanto a la unidad de los personajes, en la muestra analizada, los protagonistas del dramatizado fueron:

Pércifal, el adulto de la historia, era un domador de animales exóticos y de pulgas; y además de ser el maestro de ceremonia del circo, era músico. Era el mediador de las situaciones y de los personajes que tenían posturas diferentes en el programa.

Alegría, la pequeña y extrovertida sobrina de Pércifal, quien a pesar de ser una niña, siempre tuvo una actitud asertiva frente a lo que era correcto hacer y defender.

Ámbar, era la joven y despistada amiga de ellos dos, quien por su edad, podía entender tanto a los adultos, como a los niños que intervenían en las historias, con su estilo hippie chic, era alegre, libre y soñadora.

Acompañando a estos tres personajes, estaban, además, dos pulgas animadas por computador llamadas Minimiliano y Microlasa, que estaban en una pantalla en el set y que representaban a los animales del circo.

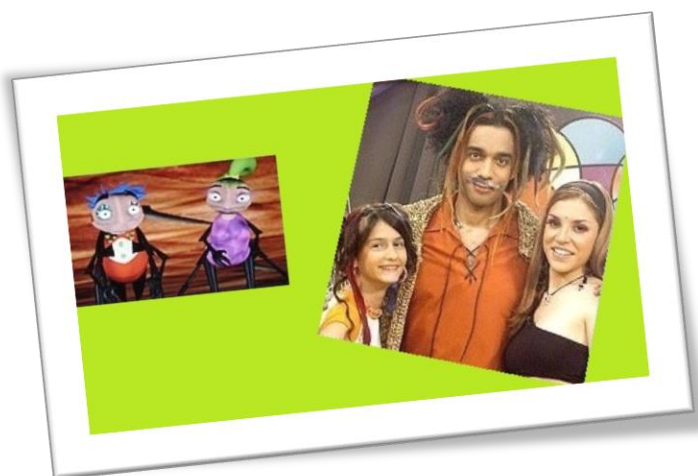


Foto 19. Minimiliano y Microlasa, dos pulgas animadas que acompañaban a los protagonistas del programa: Alegría, Pércifal y Ámbar. *Bichos Bichez* (2011), “protagonistas Bichos Bichez” [fotografía], Recuperado de [www.canalrcn.com](http://www.canalrcn.com)

De esta manera, entre la postura de un adulto: Pércifal, el de la niña: Alegría, el de quien mediaba por estar en una edad intermedia entre estos dos: Ámbar, el del punto de vista de los personajes animados quienes observaban “desde afuera” la situación: Minimiliano y Microlasa; y entre los personajes que figuraban adicionalmente en cada capítulo, se trataba de llegar de la manera más conveniente a la mejor solución para cada caso planteado.



Foto 20. Los presentadores del programa a su vez, era los protagonistas que representaban el dramatizado a través de un tema del día. También se invitaban a otros personajes al set para recrear aún mejor la historia. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Los niños tienen derecho a participar” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.

Estos tres personajes siempre actuaron “en equipo” apoyándose en sus posturas, siendo los defensores de los niños y niñas partícipes de las historias de los dramatizados, pues sabían lo que significaba el bienestar para ellos. Eran sus voceros y siempre estaban a favor de lo que más favoreciera a los pequeños. Cada uno daba su opinión desde su punto de vista, pues por la variedad de edades y experiencias, asumían posturas desde la cuales se cuestionaban las diversas circunstancias.

El papel antagónico fue representado por algunos de los personajes invitados. De esta manera, se notaba aún más la unión entre los protagonistas quienes eran los héroes en las historias, sin ser estos quienes se “robaran la atención”, pues esta, estaba puesta en las situaciones y los personajes a quienes se les vulneraban y posteriormente restituían sus derechos.



Foto 21. Los protagonistas estaban en sintonía con lo que pensaban, esto quiere decir, que, entre ellos, estaban de acuerdo frente a la postura que planteaban. *Bichos Bichez* (2011), “protagonistas Bichos Bichez” [fotografía], Recuperado de [www.canalrcn.com](http://www.canalrcn.com)

El rol de los protagonistas, fue el de ser reflexivos y cuestionar lo que era mejor en cada situación. Además, eran interlocutores de quienes muchas veces no tenían voz. Ejemplos como explicar el derecho a expresarse libremente, el derecho a la participación, el derecho a vivir en familia, además de temas como el deber de cuidar del medio ambiente, es decir, el agua, las basuras, etc., y en general temas medioambientales, fueron situaciones en las que sus personalidades críticas y responsables intervinieron; todo ello, desde la reflexión y el bienestar en la colectividad.

Foto 22. Los personajes cuestionan el actuar de otros frente a diversas situaciones, también reflexionaban y aprendían de lo vivido en las historias. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Los niños tienen derecho a decir no” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.



Foto 23. Los personajes siempre fueron conciliadores con las situaciones y receptivos con otros que también participaban en el programa. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Los niños tienen derecho a participar” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.

A través de los recursos estéticos y narrativos se creó la atmósfera en la que se contaron estas historias, caracterizando las personalidades de los personajes por medio de los vestuarios, los cuales acentuaban las características de estos. Es así, como Percifal, por su trabajo de domador de circo, vestía con trajes llamativos y cintas en su gran melena que

simbolizaba a la de un león (este personaje fue interpretado por una persona afrodescendiente) y a la vez, denotaba algo de excentricidad; Ámbar representaba a una adolescente descomplicada en la que dependiendo de la ocasión se vestía más formal que en otros momentos; finalmente, Alegría vestía también de manera vivaz y brillante como su nombre lo indica. Las dos pulgas eran coloridas también, una verde y otra morada, lo cual confluía en un ambiente festivo, denotando el escenario en el cual se encontraban.



Foto 24. Ámbar, Pércifal, y Alegría, denotaban en sus vestuarios alegría y un poco de excentricidad.

*Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Los niños tienen derecho al descanso y al esparcimiento” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.

#### **4.2.1.2. Unidad de Espacio o universo del relato**

En cuanto a la unidad de espacio o el universo del relato, de los capítulos analizados, los recursos utilizados para esta historia estuvieron caracterizados en el set de presentación con el tema circense, por la inclusión y la aceptación a lo diverso.



Allí se representó el mundo del circo a través de una carpa, colorida, amplia, en donde los animales estaban presentados de una manera muy moderna a través de las pantallas de un televisor en donde se podían observar a las dos pulgas animadas.



Foto 25. Carpa del Circo en donde se desarrollaba la historia, al fondo se observa la pantalla en donde estaban las pulgas y se emitían los ejemplos con los que se reforzaba el tema que se estaba abordando. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Los niños tienen derecho a decir no” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.

De esta manera, la locación en donde transcurrían las presentaciones del programa, era el mismo lugar en donde se desarrollaba la temática tratada en cada capítulo a través de los personajes. La recreación de la situación que se grababa con anterioridad, era en exteriores para contextualizar aquello de lo que se estaba hablando.

A través de esto, se explicaba la presencia de la pantalla en el set, en donde estaban las pulgas animadas, Minimiliano y Microlasa, la cual tenía doble función: mostrar a los animales del circo, lo cual era parte de la ambientación, y la proyección de los videos del programa.

La ambientación adicional de la locación, se hacía con elementos que los mismos actores usaban con la caracterización de sus personajes, y la utilería eran elementos propios del circo como “la cuerda floja”, “mallas de seguridad”, o “jaulas para motociclistas”.

#### **4.2.1.3. Unidad de Tiempo**

En cuanto a la unidad de tiempo, la historia fue fragmentada a lo largo del programa. De esta manera, se planteaba el tema, se regresaba a presentar el conflicto, más adelante se exponían las alternativas para resolverlo con los puntos de vista de los personajes, y finalmente se resolvía de la manera más correcta que existiera para cada caso. Sin embargo, el video en el que se recreaba sobre la temática abordada en cada capítulo, sí se presentaba se manera completa, para que el ejemplo quedara explicado de manera concreta.



Foto 26. Contenedor Bichos Bichez el cual estaba conformado por varias producciones extranjeras, conectadas por medio de la historia nacional. El video pregrabado con el que se apoyaría el dramatizado, se denominaba: “*Los Bichez*”, el cual era presentado como un bloque dentro del programa; este segmento era producido específicamente para ejemplificar la temática del día. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Los niños tienen derecho al descanso y al esparcimiento” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.

Así pues, el tratamiento que se le dio al dramatizado, fue que la historia al extenderse durante las cuatro horas que duraba el programa, a través de cortes pensados en mantener la tensión del desarrollo de la historia, generaba espacios para la reflexión, para poder comentar el tema en casa, y para que la sintonía de los pequeños se mantuviera en toda la franja. A través de la inclusión del apoyo audiovisual que recreaba y reforzaba el tema, también se

daba un aire o pausa a lo que se estaba narrando; entonces, con la mezcla del tema abordado en el set, más la grabación hecha en exteriores, se jugaba con los ritmos de la historia en el programa.

Finalmente, en cuanto a la temporalidad del relato, las historias se desarrollaban en un mismo día, por medio de elipsis, en donde, se presentaba una situación, se planteaba un conflicto y se tomaban las decisiones para resolverlo; de esta manera, a las problemáticas planteadas, se les daba solución durante el capítulo. Los recursos narrativos utilizados en el video pregrabado, a través de flash back o flash forward, y presentados a través de fundidos, encadenados, o cortes, fue la continuidad que se utilizó para presentar los desplazamientos en el tiempo en las historias.

#### **4.2.2. Intención comunicativa del discurso**

Con respecto a la muestra analizada, a través de las categorías: representaciones sociales, grados de significación, y lenguajes lúdico-afectivos, también se indagaron las características de los programas infantiles que según los criterios principales de la CNTV (Molano, 2012) se deben tener, para así identificar las particularidades propias de la sección, las cuales en su conjunto, revelarán la intención comunicativa del discurso en este programa.

Desde el formato, en cuanto a su duración y la repetición de acciones dentro del programa; por medio de los comportamientos y situaciones permanentes, al igual que en la reiteración

y el tiempo que se les destine, lo cual dará una idea general de cómo están planeadas las ideas que se quieren contar.

Desde la cantidad y complejidad de personajes protagonistas, el ritmo, y el lenguaje, condensados en su narrativa; por medio de las personalidades, el carácter, las actitudes y conductas, que se tomen, las cuales determinarán la resolución de las situaciones a las cuales se vean enfrentados, de acuerdo a las creencias, sentimientos y valores.

Y desde los tipos de conflicto, en cuanto a su naturaleza y la complejidad de estos (problema, conflicto y solución), es decir, las temáticas abordadas, ya que a través de ellas se mostrará el tipo de situaciones que pueden vivenciar los televidentes a quienes se les está narrando el programa.

De esta manera, por medio de estos elementos, y a través de las categorías, se pretende descubrir el sentido del discurso de esta sección, la cual también se ha basado en valores, sobre todo, en los derechos y deberes de los niños y niñas, los cuales aluden a los principios que les permiten a las personas, mediante su comportamiento, realizarse como mejores seres humanos, a través de la correspondencia en las acciones o comportamientos correctos o incorrectos, permitiendo diferenciar lo que se debe y lo que no, o, de lo justo e injusto. A través de ejemplos como cuando se está de acuerdo con la paz, no se debería estarlo con la guerra, o cuando se valora la libertad no se es partidario de la esclavitud; es decir, aquellas cualidades y creencias que son intrínsecas a las características de cada individuo y que ayudan a este a comportarse de una forma determinada. De esta manera, los valores posibilitan la determinación de las prioridades, y ayudan a encaminar la vida de las personas

a una autorrealización permitiendo elegir al ser humano entre una situación u otra, o entre una cosa u otra.

#### **4.2.2.1. Representaciones sociales**

En cuanto a las representaciones sociales de este dramatizado, en la muestra analizada, el entorno se construyó a través de las actividades que los personajes hacían y decían. Por lo tanto, las acciones que ellos desarrollaban de forma individual o colectiva, daban los diferentes niveles de significación, constituyendo lo común por medio de una realidad amplia dentro de los espacios de socialización que les permitía a los personajes compartir elementos de la realidad, e interpretándola, a partir de la individualidad de cada participante.

Según Petit (2002), estos espacios de socialización se desarrollan en la reconstrucción del proceso con que el individuo modifica su propia representación de la realidad social y por lo tanto modifica tanto lo privado como lo público. Es decir, que, en la representación de la realidad, entra a jugar el criterio individual en la producción de sentido, como uno de los elementos representados que constituyen lo público y a su vez se identifica con una serie de elementos que constituyen una propia realidad. Al elegir el circo como lugar de la acción, se genera un espacio lúdico, flexible, mágico, en el cual es posible ver la diversidad de los puntos de vista, saberes y sentires, de quienes comparten este escenario, logrando que se conozcan diferentes criterios los cuales enriquecerán los de los demás.

De esta manera, los cuestionamientos que se plantearon, fueron las reacciones frente a cómo sortear diversas situaciones por medio del empoderamiento de los niños y niñas del programa, los cuales hicieron que diversos valores como la solidaridad, el compañerismo, la verdad, la justicia, fueran elementos reflexivos a través del discurso televisivo, todo ello mezclado entre lo que cada uno de los personajes era, y la conciliación entre lo correcto para el bien común.



Foto 27. A pesar de que se debe respetar a los mayores, en algunas circunstancias, si los niños y niñas no quieren hacer algo que estos les digan, pues se sienten incómodos en estas situaciones, se debe decir no. A través del planteamiento del tema en el set y con la ejemplificación por medio de una situación que ha sido previamente grabada y la cual se muestra también durante el programa, se abordaban los temas que se trataban durante cada emisión. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Los niños tienen derecho a decir no” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.

Ejemplo de ello se mostró en el capítulo “Los niños tienen derecho a decir no” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN), en donde se explicó que si un adulto quiere tener una cercanía indebida con un menor, esto es incorrecto y se debe denunciar, pues aunque pareciera que los niños y niñas deben hacer lo que los mayores les dicen, esto no siempre debe ser así, pues si lo que se pide es inapropiado no se debe ceder frente a estas peticiones. Es decir, que a pesar de ser pequeños y estar en etapa de formación, poseen un criterio con el que tienen la capacidad de entender, pues a través del discernimiento frente a diversas situaciones, no siempre se tiene que hacer lo que los adultos quieren.

**Voz en off:** Para Manuela los sábados son días especiales, puede dormir un poquito más y no tiene que meterse a la ducha cuando sus ojos no están abiertos aún. Mamá dice que tiene que salir un momento, por eso ha venido Cirilo, un amigo de la casa para acompañarla mientras ella regresa.

**Manuela** (personaje invitado): Cirilo, ¡ay perdón!, don Cirilo es un buen amigo de mi papá y de mi mamá, él ayudó a papá a arreglar el baño, cuando Margarita (su muñeca) se cayó al mar.

**Voz en off:** A Manuela, le fascinan los animados, ya está por empezar su favorito, y Cirilo la quiere sentar sobre su regazo.

**Manuela:** ¡No! ¡no! ¡no!

**Voz en off:** A Manuela le han dicho que tiene que respetar a los grandes.

**Manuela:** ¡Pero no siempre tengo que hacer las cosas que ellos me piden!



**Voz en off:** Han venido a almorzar unos amigos de papá, mamá conoce a algunos de ellos y los saluda de beso en la mejilla, a los que no conoce los saluda de mano, ahora vienen a saludar a Manuela.

**Manuela:** Yo prefiero darles la mano, ¡a los únicos que les doy besitos es a mis papás!

**Voz en off:** Por las tardes sale a jugar, le gusta dibujar peces en la pared, jugar a las escondidas, caminar por los tronquitos y lanzarse por el rodadero, también le gustan los globos de colores y también los helados.

**Manuela:** ¡Pero los que me compran mis papás!

**Voz en off:** En las noches juegan los tres antes de dormir, hasta les cuenta que don Cirilo se enojó porque ella no quiso ver tele con él y también de la señora que le ofreció el globo en el parque

**Manuela:** ¡Nadie se debe enojar conmigo por no hacer las cosas que no me gustan!

Tomado de: “Los niños tienen derecho a decir no” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN)

De esta manera, los temas eran expuestos por parte de los presentadores, los cuales tenían su punto de vista, con el cual explicaban sus razones, para posteriormente cotejarlo con otras visiones. Si bien, no necesariamente tenían la razón desde un inicio, los personajes eran muy acertados con aquello que planteaban.

**Hombre** Mire señor, en mi época cuando alguien hablaba se le  
**(personaje** respetaba porque era un adulto, así que yo hablé, y yo soy  
**invitado):** mayor que estos bichos como Usted los llama, ¡y yo soy el  
que manda! ¿oyó?

**Ámbar:** No, señor, porque los niños también tienen derecho a decir  
no, porque no los pueden obligar a hacer cosas que ellos no  
quieren, cosas que les hagan daño.

**Niña** Y para que se vaya enterando, nosotros tenemos derecho a  
**(personaje** decir N (ene) O (o), ¡no!  
**invitado):**

**Hombre:** N O, no buuu

**Niña y** ¡No!, ¡no!, ¡no!, ¡no!  
**Alegría:**

Tomado de: “Los niños tienen derecho a decir no” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011,  
[emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN)

Así pues, el tipo de imágenes que sobre la infancia se proyectó a través del discurso en este relato, es que sus personajes fueron descritos desde una personalidad crítica, vivaz e inteligente, no sólo académicamente hablando, sino desde lo afectivo, lo emocional y lo social, siendo personajes activos, reflexivos y espontáneos con respecto a ellos mismos y a la sociedad. Específicamente en el personaje de Alegría, la niña de este programa, se mostró como una pequeña muy “pila” y arriesgada frente a lo que quería alcanzar, descubrir o defender, buscando siempre la justicia y la equidad, ejemplo de ello fue a través de su postura en donde cuestionaba las situaciones y reflexionaba sobre estas. Los personajes adultos, estuvieron siempre a su lado, ayudándola a resolver sus dudas, para hacer entender lo que era mejor decidir.

Foto 28. Alegría defiende diversos temas y debate sobre el correcto actuar frente a estos. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Día del niño” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.



Así pues, los niños y niñas, podían encontrar un referente de independencia en la toma de decisiones, aunque con la orientación de un adulto al ser este un acompañante idóneo en el proceso de formación; los personajes infantiles tenían carácter y liderazgo frente a las situaciones a las que se enfrentaron buscando siempre la reivindicación de sus derechos y la inclusión en la sociedad, esto ratificando lo que Valerio Fuenzalida (2006) afirmaba con respecto a los cambios en la estructura textual de los programas en donde aparecen niños y niñas conduciendo y protagonizando, haciendo posible ver las transformaciones que se están generando en la manera de realizar programas de televisión, ya que esto implica diferentes representaciones de los menores y los adultos en el texto, en un rol activo y protagónico, emprendiendo actividades y tareas en donde se exhiben como capaces de iniciativa creativa y de resolución inteligente de problemas.

#### **4.2.2.2. Grados de significación**

Para el análisis de las lógicas simbólicas, en los capítulos objeto de estudio, se indagó la producción de sentido en estos a partir de la materialización de los textos en cuanto a la manera que representaron la realidad, pues como sugería Petit (2002), los relatos y discursos deben participar conjuntamente con elementos de la cotidianidad y relacionarlos para que estos componentes sean coherentes con lo que los públicos esperan de la representación. De esta manera, es importante decir, que, para la construcción de sentido que en esta muestra se analizó, se partió desde la construcción de la realidad, entendida como el conjunto de elementos que intervinieron en la interacción simbólica, ya que estos proveían significaciones que articularían la coherencia entre el mundo objetivo y la realidad subjetiva representados en los contenidos que se desarrollaron en los programas.

A través de casos como “La ciudad no está hecha para los niños” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN), el cual fue uno de los capítulos que se abordaron, se mostró inicialmente la problemática a través de la experiencia de una niña invitada ese día al set, y la cual anteriormente había salido a la calle para mostrar que no podía acceder a diferentes servicios, pues estos no estaban diseñados para su estatura; se reflexionó explicando que los pequeños también tienen derecho a que se piense en ellos como usuarios, y en donde finalmente, después de batallar para poder hacer uso de diversos espacios, encontró un lugar en donde sí había, sintiéndose cómoda y feliz por la inclusión que había hacia ella. En este capítulo se reafirmó la idea de que el circo como espacio sí tenía la inclusión para los niños y niñas, pues era un escenario pensado para ellos.

- Alegría:** Hoy salí y me di cuenta que hay cosas que no están hechas para nosotros, que no podemos usar, ¿quieren verlo?
- Voz en off:** Existen muchos juegos y lugares creados cuidadosamente para los bichos en los que nos podemos divertir y pasar momentos inolvidables, pero la ciudad no está hecha para nosotros los niños.
- Sara:** No alcanzo, está muy alto...
- Voz en off:** El mundo ha crecido mucho, pero sin cuidar los intereses de los niños
- Sara:** No alcanzo está muy lejos...
- Voz en off:** En situaciones como perderse en un centro comercial e intentar llamar a casa se convierten en un gran problema.
- Sara:** La ciudad no está creada para nosotros los niños, todo es grande, solo sirve para que lo usen nuestros papitos. Por favor, hagan cosas que estén acordes a nuestras estaturas, y no olviden ¡que los niños también tenemos derecho a disfrutar de las comodidades de la ciudad! Gracias.
- Voz en off:** ¡Qué fácil es cuando las cosas están hechas para ti!

Tomado de: “La ciudad no está hecha para los niños” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN)

De esta manera, así como lo referenciaba Agued (2010), que en la televisión y sus mensajes confluyen un conjunto de elementos semióticos que construyen un mensaje que buscan comunicar, pues en la construcción que tiene el discurso televisivo se debe partir por el principio de que hay un proceso de codificación y decodificación que supera la noción de contenido televisivo y busca que el televidente interprete el mensaje transmitido.



Foto 29. Se recrean, por fuera del set, diversas situaciones para ejemplificar el tema que se está abordando durante el capítulo del día. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “La ciudad no está hecha para los niños” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN

Así pues, los grados de significación que los creadores hicieron en este contenido, fueron encadenamientos de ideas que construían sentido y reflexión para el público infantil, desde el escenario de la inclusión, el poder de decisión, el asumir riesgos, el pensar para sí mismos, el tener una conciencia por ellos, por su entorno y por la sociedad, fueron las constantes que estuvieron a lo largo de las emisiones de este programa. De esta manera, lo encontrado en las historias que se plantearon en este programa, fueron temas que promovían la reivindicación de los derechos de los niños, por medio del anhelo de un mundo, en el que los niños y niñas tuvieran cabida.

#### **4.2.2.3. Lenguaje lúdico afectivo**

En cuanto al análisis del lenguaje lúdico afectivo, hecho en la muestra analizada, se tuvo en cuenta lo afirmado por Rincón (2006) con respecto a que la televisión siempre está cerca de los sentimientos, los valores y los pensamientos más generalizados en su comunidad de intervención, debido a la carga emocional que puede ejercer sobre el televidente, ya que desde pequeños, se consumen contenidos que interactúan con las experiencias personales siendo exitosa cuando se tiene un efecto emocional en los televidentes, lo que produce que el contenido de un programa tenga aceptación a partir de la identificación del público hacia este.

Ejemplo de ello se dio con el capítulo dedicado al “Día de los niños en Colombia” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN), en donde se mostraba cómo la sociedad y el Gobierno deben garantizar a los niños y niñas el cuidado calificado, el potenciamiento de su desarrollo, el acceso a la cultura, al arte, al juego, a la actividad física, a la promoción de una vida saludable, a la alimentación saludable, y la generación de ambientes seguros, sensibles y acogedores.



Foto 30. La celebración del día del niño es una fecha que resalta el papel de la primera infancia en la sociedad, en donde se promueven sus derechos y se desarrollan actividades para su bienestar.

*Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “Día del niño” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.

**Ámbar:** El Día de los niños es una fecha que resalta el papel de la primera infancia en la sociedad, promover sus derechos y desarrollar actividades para su bienestar, y se celebra el último día sábado del mes de abril de cada año, con la intención de recordar la importancia de los derechos de Ustedes los bichos; por lo tanto, es una fecha para cuestionarnos ¿qué tan bien están los niños? y ¿qué se puede hacer para mejorar?

**Alegría:** Los niños nos caracterizamos por tener una mente creativa, por eso nuestros papás deberían festejar este día con nosotros, como por ejemplo visitar lugares y hacer



actividades en este día tan especial. Es un buen día para liberarnos de los computadores y las tablets y ¡recrearnos como en los viejos tiempos! al aire libre, en un parque, con bicicletas, balones y otros juegos didácticos que se pueden realizar entre amigos y familia.

**Ámbar:** Este día es tan importante, para promover que se logre avanzar en la sensibilización de la familia, la sociedad y el Estado sobre su obligación de asistir y proteger a los niños y las niñas para garantizarles su desarrollo armónico e integral.

Tomado de: “Día de los niños en Colombia” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN),

Este capítulo mostró un espacio de reflexión en torno a prácticas cotidianas hacia la primera infancia, que garantizaran que los niños y niñas y sus familias pudieran también reconocer y desarrollar sus capacidades creativas y deportivas desde lo individual y lo colectivo. De esta manera los personajes mostraban un profundo interés por los temas hacia los niños y niñas, e invitaban a que la sociedad en general participara activamente de este tema.

Así pues, el lenguaje lúdico afectivo se representó a través de temas actuales, se hablaba de la importancia de la niñez, de sus deberes y de sus derechos los cuales se fomentaban en cada emisión. Los presentadores tenían una perspectiva desde la cual siempre partía el programa, es decir que estos tenían definida una postura clara frente a lo que querían inculcar.

A través de los valores y de lo que representan los derechos y la justicia se abordaban los temas a tratar.



Foto 31. Los protagonistas fueron cercanos a los niños y niñas que participaban en el programa, siempre estando de parte de ellos y reivindicando sus derechos. *Bichos Bichez* (junio-septiembre de 2011), capítulo “La ciudad no está hecha para los niños” [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN.

También desde diversas perspectivas etarias, se identificó el cómo se podía enfrentar una misma situación, es decir, cómo una problemática podía ser vista desde el adulto, el joven y el niño; de esta manera, se presentaban modelos de conducta, en donde se actuaba según la interpretación o vivencia de una situación. Más allá del consumo de este programa, había un interés por pensar en los niños y niñas como una prioridad, queriendo que estos tuvieran nuevos héroes de carne y hueso y que a su vez creyeran y confiaran en ellos mismos; personas y situaciones en las que se pudieran reflejar y con las que se les facilitara interactuar, es decir, establecer vínculos emocionales, que le permitiera a los pequeños televidentes sentirse parte de las historias.

A través de estos ejemplos fue la manera en que los personajes exponían los temas planteados; desde una perspectiva de justicia e inclusión tanto para los niños y niñas, como para todos aquellos que vieran este programa. Después del planteamiento del tema, exponer aquello que se quería cuestionar y analizar las posibles alternativas para una reflexión, se llegaba a la conclusión dependiendo de lo abordado.

#### **4.2.3. Categorías recurrentes**

En lo referente a orientación narrativa de la muestra analizada, se encontraron convenciones que este programa también tuvo en cuenta en su diseño, en los intereses y en las necesidades de los niños y niñas, para ser comprendidas de acuerdo con sus competencias cognitivas, afectivas y sociales.

Desde las competencias cognitivas, a través de las habilidades adquiridas con anterioridad, por medio de la responsabilidad se mantuvieron posturas que respondían a lo que era correcto en determinadas circunstancias, cuando no fue así, estas fueron analizadas y entendidas para ser modificadas. Desde las competencias afectivas desde lo emocional, por medio de la solidaridad se observó cómo se ponía en consideración al otro siendo justos y reivindicando lo que cada quien merecía. Y desde las competencias sociales, en la intención de aceptar y apreciar las diferencias individuales y grupales y valorar los derechos de todas las personas, siendo estos, valores expresados a través de la asertividad en la toma de decisiones, la cual implicó la capacidad para defender y expresar los propios derechos, opiniones y sentimientos, al mismo tiempo que se respetaba, con sus opiniones y derechos, a los demás.

Así pues, en la descripción de los elementos de las historias, se observó que emergieron categorías recurrentes las cuales fueron constantes en lo relacionado con el contenido del programa y las cuales se presentan a continuación:

|                                    |                                    |  |                |
|------------------------------------|------------------------------------|--|----------------|
| Defender los derechos de los niños | Cumplir con los derechos y deberes | El respeto hacia sí mismos y hacia los demás | La justicia    |
| El bien común                      | La responsabilidad                 | La inclusión                                 | La solidaridad |

Listado 2. Categorías abordadas recurrentemente en las historias del dramatizado El Circo

De esta manera el tipo de historias y mensajes siempre fueron planteados desde la dinámica de las relaciones de los personajes y sus formas de ser con respecto a los derechos y deberes en la sociedad; todos los personajes tuvieron voz en cada una de las situaciones, y a pesar de querer defender en ciertos momentos, algunos intereses particulares, las convenciones establecidas entre lo que se debe hacer, desde los derechos y deberes, fueron la constante en esta trama.

Los contenidos y temáticas tenían como contexto situaciones en donde los protagonistas interactuaban con otros personajes que participaban en cada capítulo, y en donde a raíz de algo planteado, se preguntaban cómo sería la mejor manera de solucionar esa situación. Este programa además de abordar situaciones de la convivencia y cotidianidad de los niños y niñas, tuvo una tendencia hacia los temas de la naturaleza, el medio ambiente y la ecología;

de esta manera, se involucraban temas actuales que afectan a la sociedad e inculcaban en quienes los veían, conciencia sobre el planeta, la sociedad, y en donde a través de estos temas, se le daba valor al respeto hacia los demás, y enseñanzas a vivir en comunidad.

#### **4.3. Interpretación Metodológica de *Mi Cuarto* y *El Circo***

En la interpretación metodológica de las secciones *Mi Cuarto* y *El Circo*, de los programas *Club 10* del canal Caracol y *Bichos Bichez* del canal RCN, de las emisiones del segundo semestre del año 2011, se encontraron los siguientes hallazgos:

El tratamiento que se le dio a las situaciones desde la unidad de personajes fue que se reconoció que los protagonistas de las historias estaban en una etapa de formación, caracterizada por su flexibilidad, al tener la capacidad de sobreponerse a través de la reflexión, y el análisis, entendiendo lo correcto en cada situación. Fue así como en la sección *Mi Cuarto*, a través del aprendizaje, los niños entendían las situaciones y les daban resolución a estas; por su parte, en *El Circo*, los niños ya partían de la base que sabían que algo estaba mal, por lo que exigían su reivindicación. En la sección *Mi Cuarto*, había conciliación y consenso, mientras que, en *El circo* había normas ya establecidas que estaban siendo irrespetadas, las cuales se debían restaurar. De esta manera se pudo observar que las situaciones a través de los personajes de *Mi Cuarto* se abordaron y narraron desde el raciocinio y discernimiento, mientras que, en *El circo*, fue desde el empoderamiento y la defensa de los derechos para la infancia. La presentación de los personajes orientadores

representados en los adultos, presentados en cada sección, fue de acompañamiento, aunque si bien en *Mi Cuarto* fue de manera insinuada, a través de referentes, en *El Circo*, sí fue presencial por medio de Pércifal, quien permanecía en el set.

Desde la unidad de espacio, el tratamiento fue presentado desde la paradoja, pues en la sección *Mi Cuarto*, los pequeños permanecían siempre solos en un apartamento, siendo este un lugar en donde generalmente hay adultos; mientras que, en *El circo*, siendo este un lugar para niños y niñas, había siempre un adulto presente en ese escenario.

Desde la unidad de tiempo, el tratamiento de las secciones fueron diferentes en cuanto a su forma de presentación, pues mientras en *Mi Cuarto* se mantenía la atención al capturar la historia en un periodo de tiempo continuo, en un solo bloque, en *El Circo*, se dejaba en punta la historia, haciendo que se quisiera saber qué vendría después, a lo largo de las cuatro horas del programa; sin embargo, estas estrategias fueron efectivas pues daban opciones a sus televidentes estando en sintonía con los programas.

También se interpretó, que en la concepción de estos programas infantiles se tuvieron en cuenta en su diseño y narrativa, los ritmos cognitivos, el rango de atención, los intereses y las necesidades del público al cual se dirigió; es decir, que, como se explicó anteriormente en cada sección, estos fueron productos diseñados para ser comprendidos por los niños y niñas, de acuerdo con sus competencias cognitivas, afectivas y sociales.

Lo anterior ratificó la política de la CNTV (Molano, 2012), con respecto a algunos de los criterios que deben permear a los programas infantiles como, por ejemplo, que los actores principales representaron la edad de los pequeños que interpretaban; que los conflictos se resolvieron como los resuelven los niños y niñas a través de un lenguaje sencillo, o también, que estos programas fueron pensados para la edad de los niños y niñas consumidoras de estos, respondiendo a sus necesidades.

Para ello, los creadores de estos contenidos establecieron técnicas de comunicabilidad con su audiencia, a través de los formatos y de la propuesta del género de ficción, con el que diseñaron los dramatizados y en donde tenían una mejor cercanía entre lo que estaban transmitiendo a su público. A través de este, se determinaron el tono y los modos de resolver los conflictos, y por medio de los personajes, y según las motivaciones que los hacían actuar y las formas de enfrentarse y solucionar estas situaciones, se abordaron los temas de una manera más cercana.

Así pues, los programas trabajaron sobre arquetipos o referentes morales universales, pues las historias abordaron temas, problemas o situaciones que podían ser vividos por cualquier persona, y con los cuales los niños y niñas se podían identificar, haciéndolo a través de transfigurar la realidad de las cosas en un imaginario universal que bien pudiera llamarse moraleja, haciendo que estos elementos se acercaran a los conocimientos y abordaran el imaginario colectivo viéndolo de forma global al relacionarlo con otros imaginarios.

Por lo tanto, en los programas analizados, la expresión de valores, actitudes, creencias y opiniones estuvo regulada por las normas sociales y a su vez representadas en las historias en donde se pudieron encontrar que los significados, los símbolos y las formas de interpretación que llegaran a las audiencias, tuvieran puntos de conversión con una significación tomada de la realidad permitiendo una construcción de sentido en los discursos.

Por ello, la intención comunicativa, desde la caracterización de la estructura discursiva televisiva, tanto en la continuidad del discurso, como en la temática, tomaron como referente aspectos sociales de mayor interés, lo cual permitió integrar elementos cotidianos en la narración, organizando el contenido de tal modo que este fuera bien recibido de una manera clara y concisa.

En cuanto a lo que se quiso comunicar desde las representaciones sociales, las dos historias tomaron como universo a la familia, la sociedad, y sus relaciones. A través de estos escenarios, se desarrollaron las tramas, las cuales fueron planteadas desde situaciones de la cotidianidad, en las que los personajes se enfrentaron a la toma de decisiones frente diversas circunstancias. Para poder llevar acabo las historias, los personajes asumieron determinadas posturas en donde dependiendo del camino que se tomara, traerían consecuencias para los involucrados; de esta manera las historias se convirtieron en un escenario reflexivo frente a diversas opciones que se tenían para abordar las situaciones planteadas. De esta manera, estas representaciones sociales, permitieron tomar los fragmentos de la realidad desde los mismos grupos sociales y transfigurarlos en las historias, tomando elementos para construir narrativas



siendo acordes con lo que la audiencia infantil ve e interpreta, dándole un nuevo sentido en una construcción elaborada desde la realidad.

En cuanto a los grados de significación en los textos, estos partieron de elementos semióticos permitiéndole a sus audiencias sentirse identificadas con lo que se narraba. Desde esta perspectiva, haciendo alusión a Araya (2002) la construcción temática en estos programas, fue a través de la interrelación de elementos semióticos que le dieron significado dentro la narrativa de las historias a la realidad. Esto, manejado por medio de la línea de continuidad de la narración, en cuanto a la interacción de elementos como signos, índices y símbolos, otorgándole significado a las historias. A través de características de identificación como, por ejemplo, que los personajes se mantuvieran a lo largo de las emisiones, aunque cada programa fuera un capítulo unitario, rasgos como las personalidades de sus personajes, el universo en el cual se desarrollaron las historietas, la estructura planteada desde un conflicto, fueron elementos que sistemáticamente repetían patrones de comportamientos, los cuales hacían posible identificar cómo se desenvolvería cada historia.

Así pues, estos programas expresaban un gusto, un estilo, un modo de ser a partir de un sistema establecido, todo, dentro de un escenario en donde se miraba, analizaba y traducía la experiencia entre los programas y su audiencia, con el fin de solidificar la producción creativa y crear un referente.

Y en cuanto al lenguaje lúdico afectivo, las historias fueron contadas a través de lugares cercanos con los cuales se pretendía generar empatía, o en ciertos casos no, pero, con los cuales era posible verse representado en los actores y sentires de estos relatos. Así pues, se desarrolló una afectividad por medio de lugares comunes que conectaran a los programas con el sentir de su público expresado en las secciones a través de sus marcas de estilo, tipos o comportamientos recurrentes en cada emisión, planteando valores de concepción, representación, percepción, generación de formas e imágenes de estos programas para su público.

Finalmente, siempre hubo una moraleja o reflexión a través de los valores, frente a las situaciones presentadas en cada uno de los capítulos, es decir, los requerimientos del deber ser de un programa para este público en particular dio forma a sus contenidos. Por ello, el discurso mediático desarrollado, trató de ajustarse a lo esperado y deseado por diferentes instancias para la creación de programas infantiles, y a su vez, que el público se sintiera atraído tanto por el contenido como por la forma en la que se contaban estos programas, validando lo que Fuenzalida (1994) citó al decir que el televidente se relaciona más afectivamente que de modo analítico con los programas de televisión de manera que el lenguaje lúdico afectivo de la televisión se da a través de un modo asociativo de percepciones, por medio de varios códigos, generando expresiones e interpretaciones culturales, expresados en valores recurrentes encontrados en las dos secciones los cuales fueron el respeto, la responsabilidad, y; el bien común.

Así pues, los contenidos que hicieron parte del discurso televisivo de estos programas conformaron un paradigma social en dónde intervinieron diversos factores, pues se ofreció una variedad de formas de ver e interpretar el mundo, se pudieron encontrar principios universales como valores y actitudes que desde pequeños se empiezan a reconocer, los cuales podían ser incorporados al aprendizaje diario, pues formaban parte de la educación que ofrecía la sociedad e incluso la misma televisión.

De esta manera, por medio de las categorías recurrentes se pudo identificar que hubo encuentros entre los dos programas y también puntos independientes, aunque no necesariamente opuestos, sino que estos fueron más bien complementarios.

En consecuencia, en el caso de aquello que fue reiterativo, se encontró que la responsabilidad estuvo transversalizada a lo largo de los dos programas; es más, en todas las emisiones independientemente de la trama del día, este tópico se abordó. De igual manera, siempre se reiteró el respeto hacia sí mismos y hacia los demás, entendiendo que antes de pensar individualmente se debía actuar en consideración al otro, emergiendo así otra categoría como lo fue la del bien común, en donde estuvo primero lo que era mejor para el grupo y no los intereses propios.

De todas maneras, y a pesar de manejar bases similares, los programas no se repitieron en cuanto a la manera de abordarlas o explicarlas, puesto que estas tuvieron marcado el horizonte al que se dirigían, la diferencia que se manejó radicó en la intimidad de las

relaciones. La relación que se manejó en la sección *Mi Cuarto*, al darse a través de los mismos personajes, fue una relación de amistad, es decir un vínculo permanente, por lo tanto, particular. En cambio, en la sección *El Circo*, aunque tenía personajes ancla, los cuales analizaban los conflictos, era a través los invitados en donde se resolvían las historias, de manera que el vínculo que se creaba era por medio del compañerismo, el cual recreaba una relación universal.

Y aunque tanto la amistad como el compañerismo se sustentan en valores de solidaridad, empatía, tolerancia, inclusión y confianza, también se encontraron características como la justicia o la verdad, las cuales regularon la conducta de los personajes en estas historias como otras guías complementarias de comportamiento.

Finalmente, las tendencias que marcaron los ejes de cada sección de la muestra analizada, fueron los pilares sobre los cuales se edificaron las historietas; en *Mi Cuarto*, fue de que el bien primara sobre el mal a través de la experiencia de sus protagonistas, mientras que en la historieta *El Circo*, fue el de cumplir con los derechos y deberes, y respetar los derechos de los niños por medio de los personajes acompañantes.

De esta manera, el sentido de construcción que los productores de los canales le dieron a cada sección, a pesar de tener similitudes basadas en los valores, fue la de concebir a los niños y niñas desde sus relaciones para mostrar una diferencia como marca de sus productos.

## CONCLUSIONES

Del panorama narrativo de los relatos de las secciones, *Mi Cuarto* y *El Circo*, de los programas de televisión infantil *Club 10* del Canal Caracol y *Bichos Bichez* del Canal RCN, durante las emisiones del segundo semestre del año 2011, se encontraron tanto similitudes como diferencias que mostraron las características propias de estos contenidos y las cuales se describen a continuación:

En cuanto al tipo de imágenes que sobre la infancia se proyectaron, a través del discurso de estos relatos, se pudo encontrar que cada historia planteó una base desde la cual partían sus personajes para afrontar las situaciones a las que se veían enfrentados. Como anteriormente se dijo, los niños y niñas de la historieta de *Mi Cuarto* se abordaron desde el raciocinio y discernimiento, en donde estos reflexionaban sobre las situaciones mientras que aprendían lo que era mejor para la resolución de los conflictos. Por su parte, en *El circo*, el tratamiento desde donde se partió la narración de los pequeños, fue desde el empoderamiento de los niños y niñas en donde ellos estaban determinados a comprobar y defender algo desde su buen juicio. Así pues, cada programa tuvo un punto de vista desde el cual narrar a sus personajes, aunque, de todas maneras, la característica que primó en los dos programas fue que siempre estuvo definido que los niños y niñas tenían el criterio para entender y dar solución a las situaciones a las que se enfrentarían. Por ello, los mensajes a través de los personajes, las situaciones y los temas que se narraron, posibilitaban la identificación para sus audiencias, pues reconocían a los niños y niñas como sujetos y actores sociales con

autonomía, al promoverlos como protagonistas, mostrándolos inteligentes y capaces en la resolución de situaciones.

En cuanto al tipo de historias, contenidos, temas y mensajes, que se construyeron en estos relatos a través del universo utilizado para la narración de las historias, por medio del contexto familiar y social, se dio el escenario propicio para que los contenidos abordados fueran tratados en un entorno que permitiera el reconocimiento de las situaciones, y de esta forma se transmitiera de una manera cercana lo planteado en cada programa. Esto fue relevante, en la medida en que las historias relacionaron elementos de todos los aspectos de la vida de las personas, y especialmente de la infancia sobre todo lo relacionado a la convivencia, en dónde los niños y niñas se apropian y conocen el mundo que los rodea, reafirmando conductas y articulándolas con lo que se les mostró.

Por ello, las situaciones mostradas ofrecieron la posibilidad de ratificar los criterios de los niños y niñas, y ejercer una influencia positiva, en la forma en que se reconocían principios y valores necesarios en el entorno social. Los contenidos por lo general involucraron valores, y sentimientos de interés social, así como derechos y deberes, afirmando el espíritu democrático de los pequeños. De esta manera lo abordado en estas dos historietas estaba dirigido a la edad de formación de los personajes, en cuanto a su capacidad de enfrentar las situaciones, en donde, en medio de ello, se encontró que no hay distinción de género para abordar alguna temática, sino que más bien se abordaban y trataban los temas desde la edad por la que estaban atravesando los personajes los cuales representaban a los niños y niñas que consumían estos programas

Así pues, los procesos audiovisuales se inclinaron hacia la transversalización de contenidos formativos, dándole fuerza a que no sólo los textos escolares son los que educan y construyen un imaginario. Por ello, una clave para la articulación en estos programas, fue concebirlos como la capacidad de integrar un proyecto de formación, a través de estrategias en el entretenimiento, puesto que los esquemas de enseñanza-aprendizaje fueron tomados por estos programas generando representación y permitiendo que los procesos formativos no solo se quedaran en el ámbito escolar, sino que pudieron ser llevados a la pantalla, esto no desde lo académico, sino desde la formación de los niños y niñas como seres integrales.

En cuanto a los recursos estéticos y narrativos utilizados para construir el discurso televisivo de las historias, los contenidos televisivos propusieron mundos posibles en donde se plantearon figuras y conductas aceptadas socialmente. A través del género de la ficción, fue posible establecer un vínculo entre los creadores de contenidos y audiencias, al producir un conjunto de convenciones compartidas, no solo con otros programas similares, sino también entre programas y audiencias, programas y productores, productores y audiencias. Los personajes de los programas fueron narrados como gente real con lo que se pretendía que fuera fácil para la audiencia infantil relacionarse con sus historias, pues estos personajes fueron contruidos especialmente en torno a los universos temáticos, que fueron el resultado de los roles surgidos en los recorridos narrativos de estos programas.

Así pues, a través de los ejes que definen la estructura del relato, fue posible observar una serie de repeticiones que posibilitaron serialidad, ofreciendo cohesión al macrorelato,

transmitiendo los referentes de las historias y creando las competencias semióticas televisivas para el público que consumía estas historias. De esta manera, en cada programa se presentaron mediaciones por medio de los signos, con los que se afirma la condición lingüística; con los símbolos en donde la relación de los elementos adquiere un significado y con los textos en donde está la intención de quien hablaba y de quien recibe el mensaje, todo esto transversalizado por el conjunto de significaciones de la concepción de los programas televisivos.

Por ello, la comunicación de los objetivos de los programas, a través del discurso televisivo, fue efectiva en la medida que se encontró con los modos simbólicos de la sociedad, es decir, los sentimientos, los valores y los pensamientos válidos para la sociedad; de esta manera, el potencial de acción simbólica de los medios de comunicación estuvo en la competencia para producir vínculo y conexión entre los televidentes imaginando relatos en los que hubiera inclusión para todos, lo cual implicó la capacidad para identificar situaciones que requerían una solución o decisión preventiva y evaluar riesgos, barreras y recursos. Cuando inevitablemente se produjeron los conflictos, estos fueron afrontados de forma positiva, aportando soluciones informadas y constructivas. La capacidad de negociación y mediación, fueron aspectos importantes de cara a una resolución pacífica de los problemas, considerando la perspectiva y los sentimientos de los demás, situación en la que los niños y niñas se están formando.



En cuanto al tratamiento de los mensajes utilizados para mostrar la información, por parte de los productores de contenidos del *Club 10* del canal Caracol, y *Bichos Bichez* del canal RCN, con sus secciones *Mi Cuarto* y *El Circo* para crear un sentido de realidad posible que estableciera marcas y estilos de identificación de sus programas, se encontró que por medio de la estructura repetitiva de los modelos formulados para cada historieta, al ser elaborados de la misma manera capítulo a capítulo, se logró un reconocimiento o identificación de los productos pues se explicaba el qué, cómo, cuándo, por qué, tanto de situaciones como de personajes, de manera que se acumulaban signos manteniendo la identidad de los programas. Es entonces como la significación lograda por cada medio, estuvo enmarcada por estrategias visuales y discursivas, para transmitir sus contenidos a sus audiencias, quienes, como lo planteó Calonge Cole (2006), tácitamente “firmaban” una serie de pactos simbólicos al consumir estos programas.

Lo anterior ratificó que la televisión, y en particular la infantil, sí son conformadores de imágenes, pues crean estructuras simbólicas a través del discurso, al mostrar, repetir y ordenar la información, definiendo conceptos y presentándolos en sus programas. Por ello, el hablar de significación comunicativa permitió interpretar el fenómeno de los medios a la luz del impacto que tienen sobre los imaginarios colectivos y cómo pueden hacer que, por sugestión, es decir, por exceso de aparición o por ausencia, por el tratamiento, por las imágenes, por los testimonios y la elaboración de los contenidos existiera un discurso organizado.

Por ello, los realizadores de contenidos, elaboraron estructural y semánticamente sus textos basados en la consideración de una serie de signos que produjeron identificación, pues mostraron creencias aceptadas y legitimadas socialmente, no sin olvidar, que se podría decir que existe sentido ilimitado basado en la lectura e interpretación por parte de las audiencias de estos textos; pues aunque los discursos y signos mediáticos elaborados por los creativos, mostraran ciertos contenidos, creando un sentido de realidad posible, existe una interpretación de la realidad en la cual confluyen un conjunto de reglas establecidas entre los discursos y sus condiciones sociales de producción, que están mediadas por quienes ven estos programas.

Y aunque los criterios que existen sobre la televisión infantil se dieron desde la manera en que el adulto percibe la realidad de los niños y niñas, orientando la información hacia lo que estos consideran debe ser narrado para el público infantil, los creativos describieron a los niños como sujetos activos, aprendiendo por ellos mismos los valores que se mostraban, sin embargo, no hay que olvidar que los adultos siempre estuvieron en un contexto implícito como institución orientadora que apoyaba o desaprobaba aquello que no fuera correcto, pero siempre dejando en libertad la reflexión que los pequeños hicieron. Por lo tanto, quienes propusieron el horizonte de las situaciones fueron los creadores de contenidos, pero realmente estas se resolvieron desde el punto de vista de la vivencia infantil.

De esta manera, fue importante ver cómo a través de la construcción discursiva de estos relatos, no sólo existió lo tangible, sino que se tejieron subtextos que se formaron con la suma de varios elementos representados por los valores abordados, los cuales iban más allá de una

moraleja tácita, sino que por medio de la elaboración de sentido de como los medios mostraron la información, a través de los personajes y situaciones en las historias, los contenidos fueron textos pensados para los niños y las niñas consumidoras de estos programas.

## **RECOMENDACIONES**

Después de haber analizado los programas objeto de estudio, se consideró que los contenidos infantiles son fundamentales para el reconocimiento de los niños y niñas dentro de la parrilla de televisión nacional; por ello, es importante mantener en el horizonte la profundidad y actualidad en los temas que se deben proponer al crear contenidos para los pequeños.

Las recomendaciones planteadas se presentan para cada una de las instituciones o actores sociales que velan por los contenidos de calidad que la televisión infantil requiere.

Para el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, debido a la gran competencia que existe con los canales por cable, y más aún con el internet y diversas plataformas, se le exhorta a una mayor participación en la parrilla nacional de contenidos lúdicos para los niños y niñas, pues si bien la producción de televisión está condensada en el centro del País, muchos lugares alejados en donde no hay conectividad, solamente cuentan con estos programas para su disfrute.

Para la Autoridad Nacional de Televisión, aunque la producción de estos programas está limitada dentro de la programación nacional por una cuota mínima porcentual exigida, esta debería aumentar, pues los contenidos abordados son relevantes para la

formación/orientación y entretenimiento de los pequeños. Con ello, se hace relevante que persistan y aumenten los espacios dirigidos a los niños y niñas en Colombia.

Para los canales de televisión, las estrategias utilizadas, aunque apunten a un fin comercial a través del rating, pueden ser utilizadas en favor de las audiencias, pues al ser tomadas en cuenta, se generan programas para ellas que aborden temas que les competen a los pequeños en diferentes circunstancias y escenarios propios de su edad.

Para las instancias públicas y privadas y organizaciones no gubernamentales, la importancia de las investigaciones realizadas en torno a la infancia, fueron y serán relevantes, para el planteamiento de los contenidos humanizando problemáticas, y poniendo en contexto temas abstractos mediante historias que permitan aterrizar su complejidad a través de situaciones cotidianas y con personajes reales, generando interés en las audiencias al hacerlas que estas se identifiquen en las historias narradas.

Para la academia, en las Universidades, es importante que se fomente el interés por las investigaciones y producción sobre televisión e infancia, pues sus estudiantes, especialmente de medios, serán los futuros realizadores de contenidos de programas que serán vistos en la televisión.

Desde los colegios, se deben generar espacios académicos permanentes en la cátedra de medios en primaria y secundaria, para que desde pequeños se genere conciencia y criterio frente al consumo y producción de la televisión.

En general para las anteriores organizaciones, la televisión nacional debe desarrollar más temáticas sociales y motivar a los niños y niñas a que descubran que desde el núcleo más pequeño y desde ellos como seres individuales, se puede crear una colectividad de representaciones que estén encaminadas hacia la formación y la construcción de una mejor sociedad.

Por ello, desde el hogar, para los padres de familia, se hace un llamado para que acompañen a los pequeños en el visionado de la televisión, pues es una forma de poner a situaciones complejas, soluciones lúdicas en la resolución y análisis de conflictos.

A la sociedad civil, se hace una invitación para investigar y asesorarse con fundamentos, pues es necesario entender mejor los contenidos que se producen para la infancia, pues aún persiste en el imaginario que los niños y niñas solamente consumen caricaturas, o que no tienen capacidad para comprender programas de violencia, y que lo correcto, es que solo deben serles presentados programas netamente académicos desconociendo las múltiples formas de educación.

Como recomendaciones puntuales para pensar la televisión infantil se dejan algunas propuestas para ser tenidas en cuenta:

Los formatos infantiles deberían ser permanentes en las parrillas de programación, en donde sus contenidos influyan de manera positiva en la capacidad crítica de los televidentes acorde a su contexto y sus necesidades.

Para la producción de programación infantil debe haber más participación por parte de los niños y niñas en los contenidos que se generan para ellos, no solo a través de investigaciones o estudios especializados, sino como un acompañamiento constante en la construcción de programas.

Es importante acordar criterios que fundamenten la televisión infantil de calidad, desde las instancias pertinentes desde la concepción de los productos, y no solamente ser evaluadores al final de los procesos. De esta manera, la recomendación para una política de televisión infantil, es que estén todos los actores involucrados en los procesos.

Finalmente, y aunque no exista una regla para plantear contenidos, es importante seguir explorando esta ruta para que poco a poco se avance en el camino de programas de calidad para la audiencia infantil.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguaded Gómez, José Ignacio. 2010. El discurso televisivo: los fundamentos semiológicos de la televisión. Las nuevas tecnologías para la mejora educativa. Páginas 654-674.

Araya Umaña, Sandra. 2002. Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. En Cuaderno de Ciencias sociales 127, Páginas 1 - 84. Facultad Latinoamericana de Ciencias sociales – FLACSO. San José - Costa Rica.

Arguello, Rodrigo. 1992. La muerte del relato metafísico. Editorial Signos e Imágenes. Bogotá - Colombia.

Banchs, María Auxiliadora. 1986. Concepto de representaciones sociales: análisis comparativo. En Revista Costarricense de Psicología No. 89, Páginas 27-40. Costa Rica.

Banrepcultural. 2016. La televisión en Colombia. En Banco de la República. [En línea], disponible en:  
[http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=La\\_televisi%C3%B3n\\_en\\_Colombia#El\\_cable\\_cambia\\_de\\_due.C3.B1o\\_2008](http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=La_televisi%C3%B3n_en_Colombia#El_cable_cambia_de_due.C3.B1o_2008), recuperado en septiembre de 2016.

Barbero, Jesús Martín. 1998. De los medios a las mediaciones. Editorial Gustavo Gili, Barcelona – España.



Barrio del Castillo, Irene. González Jiménez, Jérica. Padín Moreno, Laura. Peral Sánchez, Pilar. Sánchez Mohedano Isabel. Tarín López Esther. 2010. Métodos de Investigación en Educación, Estudios de Casos. Universidad Autónoma de Madrid.

Cala Matiz, Laura. 2010. Reflexión sobre la oferta de televisión Infantil en Colombia: retos y posibilidades. En Revista Perfiles Libertadores No. 6, Páginas 235 – 243.

Calonge Cole, Sary. 2006. La representación mediática: teoría y método. En Revista Latinoamericana de Psicología PePSIC No. 23, Páginas 75 - 102. São Paulo.

Carmona, Ramón. 2010. Como se comenta un texto fílmico. Editorial Cátedra Signo e Imagen. México.

Cid Jurado, Alfredo Tenoch. 2010 - 2011. La semiótica y el estudio de la televisión: el caso de México. En Revista LIS –Letra Imagen Sonido – Ciudad Mediatizada. No. 6-7. Año III-IV, Páginas 95 – 116. UBACyT, Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales – UBA.

“Colombia”, Congreso Nacional de la República (1991, 29 de enero), “Ley 14 de 1991 por medio de la cual se dictan normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial”, en Diario Oficial, núm. 39651 del 30 de enero de 1991, Bogotá.

“Colombia”, Congreso Nacional de la República (1995, 20 de enero), “Ley 182 de 1995 por medio de la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su

desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión , se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones", en Diario Oficial, núm. 41.681 del 20 de enero de 1995, Bogotá.

“Colombia”. 2005. Compromiso Nacional: Por Una Televisión de Calidad Para la Infancia en Colombia. [Documento de trabajo], [En línea] Red Colombiana de Medios para Niños y Adolescentes - La Iniciativa de Comunicación - Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe.

“Colombia”, Congreso Nacional de la República (2006, 8 de noviembre), “Ley 1098 de 2006 por medio de la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia”, en Diario Oficial, núm. 46446 del 8 de noviembre de 2006, Bogotá.

“Colombia”, Comisión Nacional de Televisión (2011, 30 de junio), “Acuerdo 002 de 2011 por medio del cual se reglamenta la radiodifusión de contenidos en el servicio público de televisión abierta”, en Diario Oficial, núm. 48.116 del 30 de junio de 2011, Bogotá.

“Colombia”, Congreso Nacional de la República (2012, 10 de enero), “Ley 1507 de 2012 por medio de la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones”, en Diario Oficial, núm. 48308 del 10 de enero de 2012, Bogotá.

Fuenzalida, Valerio. 1994. Motivación de los niños hacia la TV: una mirada desde la recepción. [Documento de trabajo], En Serie Documentos de Trabajo C.P.U. Documento de Trabajo No. 32/94.

Fuenzalida, Valerio. 1994. La Producción de una TV Infantil de Calidad. En Revista Signo y Pensamiento. No. 24 Páginas 93-102.

Fuenzalida, Valerio. 2006. Los Niños y la Televisión. En Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, No. 093, Páginas 40 – 45. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Ecuador.

Fuenzalida, Valerio. 2008. Cambios en la relación de los niños con la televisión. En Revista Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación, No. 30, v. XV, Páginas 49-54.

García Jiménez, Jesús. 1995. La imagen narrativa. Ediciones Paraninfo. Madrid.

Gonzales Requena, Jesús. 1999. El discurso televisivo: el espectáculo de la postmodernidad. Ediciones Cátedra. Madrid.

Hernández Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, Pilar. 1991. Metodología de la Investigación. Editorial McGraw Hill, México.

“Jenga”. 2017. [en línea], disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Jenga>, recuperado en junio de 2017.

“Leyenda de la Torre de Babel”. 2017. [en línea], disponible en: <https://leyendasparaninos.com/leyenda-de-la-torre-de-babel/>, recuperado en junio de 2017.

Lipovetsky, Gilles. Serroy, Jean. 2010. La cultura mundo: respuesta a una sociedad desorientada. Editorial Anagrama.

López de la Roche, Maritza. Barbero, Jesús Martín. Rueda, Amanda. Valencia, Stella. 2001. Los niños como audiencias Investigación sobre recepción de medios. Ministerio de Comunicaciones de Colombia.

Magariños, Juan. 2008. La semiótica de los bordes, apuntes de metodología semiótica. Editorial Comunic-Arte. Argentina.

Marková, Ivana. 2006. En busca de las dimensiones epistemológicas de las representaciones sociales. En Páez, Darío. Blanco, Amalio. La teoría sociocultural y la psicología social actual, Páginas 163 – 182. Editorial Colección Cultura y Consciencia. España.

Mas Machón, Luis. 2011. Estructura del discurso televisivo: hacia una teoría de los géneros. En Cuadernos de Información, Edición 29, Páginas 77-90. Barcelona.

Molano Torres, Sandra Lucía (Compiladora). 2012. Manual de Géneros y Franjas de Programación de la Comisión Nacional de Televisión. Oficina de Contenidos y Defensoría del Televidente.

Mora, Martín. 2002. La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. En Revista Athenea Digital No. 2.

Moscovici, Serge. 1979. El psicoanálisis, su imagen y su público. Editorial Huemul. Buenos Aires.

Muñoz Serván, Pilar. Muñoz Serván, Inmaculada. 2001. Intervención de la familia, estudios de casos. En Pérez Serrano, G. (coord.). 2001. Modelos de investigación cualitativa en educación social y animación sociocultural aplicaciones prácticas. Editorial Narcea. Madrid.

Orozco, Guillermo. 1998. Hacia una pedagogía de la televidencia. En Revista Comunicación y Sociedad. No. 32 Páginas 169 – 199. Universidad de Guadalajara.

Orozco, Guillermo. 2001. Televisión, audiencias y educación. Editorial Norma. Colombia.

Orozco, Guillermo. 2010. Niños, maestros y pantallas. Observatorios de televisión en la escuela: Guía didáctica para el alumno. Editorial Universidad de Guadalajara. México.

Orozco, Guillermo. 2012. Valerio Fuenzalida y sus propuestas para la televisión, audiencias y educadores. En Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. No. 120, Páginas 83

- 87. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Ecuador.

Peirce, Charles. 1931/35. The Collected Papers of Charles Sanders Peirce. Vol 8. Cambridge, The University Press.

Petit, Cristina. 2002. Aproximación a la televisión y al visionado televisivo como práctica socializadora. En Petit Cristina. Televisión: La caja que socializa, Páginas 20 – 40. Editorial Brujas. Argentina.

Pinto, R. Grawitz, M. 1967. Analyse de contenu et theorie En: Méthodes des sciences sociales. Editorial Dalloz. Paris.

Reguera, Alejandra. 2008. Metodología de la investigación lingüística: prácticas de escritura. Editorial Brujas.

Rey, Germán. 2016. Historia de la televisión en Colombia. En Banco de la República. [En línea], disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia-de-la-television-en-colombia/linea-de-tiempo>, recuperado en septiembre de 2016.

Rincón, Omar. Estrella, Mauricio. 2001. Televisión: Pantalla e Identidad. Editorial El conejo. Ecuador.

Rincón, Omar. 2006. Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Editorial Gedisa. Barcelona.

Rincón, Omar. 2013. Narrativa fusión, formatos audiovisuales y el sabroso popular. En Rincón Omar (Editor). 2013. Zapping TV. El paisaje de la tele Latina. Bogotá. Friedrich-Ebert-Stiftung FES (Fundación Friedrich Ebert). Bogotá

Rodríguez, Tania. García, María. 2007. Representaciones sociales - Teoría e investigación. Editorial Cucsh-udg. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara. México.

Strauss, Anselm. Corbin, Juliet. 2010. Base de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Edición en español Editorial Universidad de Antioquia.

Uribe Sánchez, Marcela. 2005. Del cinematógrafo a la televisión educativa: El uso estatal de las tecnologías de comunicación en Colombia. En Revista Historia critica Universidad de Los Andes. No. 28, Páginas 27 – 58. [En línea], disponible en: <http://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/307/index.php?id=307>, recuperado en septiembre de 2016.

Vélez Venegas, Carlos Alberto. (Coordinador general del estudio). 2002. Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva. Convenio Andrés Bello – Fundación Antonio Restrepo Barco. Televisión & Educación, colección 7. Colombia.

[www.antv.gov.co](http://www.antv.gov.co)

[www.canalrcn.com](http://www.canalrcn.com)

[www.caracoltv.com](http://www.caracoltv.com)



## REFERENCIAS CAPÍTULOS ANALIZADOS

### ***Mi Cuarto del Club 10 del canal Caracol:***

- “Makako” (Club 10, junio-septiembre 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)
- “Cambio de Piel” (Club 10, junio-septiembre 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)
- “Fútbol” (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)
- “La Torre de Babel” (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)
- “Concurso comida” (Club 10, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol)

### ***El Circo de Bichos Bichez del canal RCN***

- “Los niños tienen derecho a decir no” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN)
- “La ciudad no está hecha para los niños” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN)
- “Día de los niños en Colombia” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN)

- “Los niños tienen derecho al descanso y al esparcimiento” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN)
- “Los niños tienen derecho a participar” (Bichos Bichez, junio-septiembre de 2011, [emisión por televisión], Bogotá, Canal RCN)