

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO

CARRERA:  
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:  
ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE PROGRAMAS  
TELEVISIVOS, QUE NO CUMPLEN CON EL CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y  
ADOLESCENCIA SEGÚN LA LEY DE COMUNICACIÓN, ASEGURANDO  
EL EJERCICIO PLENO DE SUS DERECHOS.

AUTOR:  
MARCO ANDRÉS ROCHA TRUJILLIO

DIRECTOR:  
HUMBERTO GERMÁN CUESTA ORMAZA

Quito, marzo 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de autor.

Quito, marzo 2014

---

Marco Andrés Rocha Trujillo

CC: 1723436166

## **DEDICATORIA**

Este logro está dedicado a Dios, pilar fundamental en mi vida diaria, a mis padres Marco Vinicio Rocha Flores y Yara Adriana Trujillo Pantoja y mi hermana Estephanie Priscila Rocha Trujillo, las cuales siempre estuvieron listas para brindarme todo su apoyo, mismas que hicieron todo lo posible en mi vida para que yo pudiera alcanzar mis metas, por motivarme y brindarme su cariño comprensión y paciencia cuando sentía que el camino se complicaba. Son ustedes, mi familia, quienes me inspiran para luchar cada día, superarme y ser mejor ser humano, gracias.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi director de tesis Máster Humberto Cuesta, por el apoyo, dedicación y por compartir sus conocimientos, experiencia y paciencia; ya que supo guiar mi trabajo y enfocarme en el mismo, a mis profesores de comunicación social para el desarrollo, porque a lo largo de toda la carrera supieron impartir los conocimientos adecuados, los cuales me sirvieron para alcanzar este logro. Y finalmente a la UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>COMUNICACIÓN MEDIOS Y LEYES</b>	
1.1 Medios de Comunicación.....	5
1.2 Televisión.....	6
1.2.1. Ley Orgánica de Comunicación y la Televisión.....	8
1.2.2 Géneros periodísticos.....	11
1.3 Un nuevo estilo de género informativo “Infoentretenimiento”: bajo la denominación de “Noticiero”.....	14
1.3.1 La noticia como mercancía.....	15
1.4 El Código de la Niñez y la Televisión.....	17
1.5 Lo popular.....	18
1.6 Pobreza como carencia.....	20
1.7 Sensacionalismo y espectacularización.....	21
1.8 La Teoría de la Agenda Setting.....	23
1.9 Diferencia entre información y comunicación.....	28
1.10 Televisión, contenido y su construcción desde la sociedad.....	29
1.10.1 Construcción de representaciones sociales en los medios televisivos.....	31
1.10.2 La sociedad como mercado.....	32
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA: EJERCICIO DEL DERECHO A INFORMAR DE LA TELEVISIÓN ANTE EL RESPETO DE LA IMAGEN E INTEGRIDAD</b>	
2.1 Introducción .....	34
2.2 Código de la Niñez y Adolescencia frente a los programas televisivos .....	35
2.3 Libertad de expresión: derecho fundamental .....	36

2.4 Derecho a informar .....	38
2.5. Televisión, imagen de niñez y adolescencia .....	39
2.5.1 Niños, niñas y adolescentes como sujetos de protección .....	40
2.5.2 Televisión y derecho a informar: respeto a la imagen de la niñez .....	42
2.5.3 El contenido televisivo y su regulación con el Código de la Niñez y la Adolescencia. ....	43
2.6. Uso de la televisión desde la regulación y control .....	44
2.6.1 Diferencias entre la censura y la autorregulación televisiva.....	49

### **CAPÍTULO 3**

#### **ANÁLISIS DE CASO DE LOS PROGRAMAS “EN CARNE PROPIA” Y “SORPRENDENTE”**

3.1 Introducción .....	51
3.2 Tema.....	53
3.3 Objetivos del análisis .....	53
3.4 Justificación.....	53
3.4.1 Corpus.....	56
3.5 Universo de estudio.....	58
3.5.1 Programas.....	58
3.5.2 Horarios de los programas .....	58
3.5.3 Audiencia .....	60
3.5.4 Calificación de los programas.....	60
3.5.5 Rating .....	60
3.5.6 Período de tiempo .....	60
3.5.6 Metodología del proyecto .....	60
3.5.7 Hipótesis del proyecto.....	61
3.5.8 Planteamiento del problema comunicacional .....	61
3.5.9 Variables .....	64

3.6	Análisis del contenido de los programas "En Carne Propia" y "Sorprendente"...	64
3.7	Significado - significante.....	84
3.8	Representación simbólica.....	92
3.9	Connotación – denotación.....	94
3.10	Reinterpretación.....	98
3.11	Análisis pragmático.....	100
3.12	Análisis teórico.....	103
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>110</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>111</b>
	<b>LISTA DE REFERENCIAS .....</b>	<b>112</b>

## ANEXOS

Anexo 1. Ley Orgánica de Comunicación .....	116
Anexo 2. Código de la Niñez y de Adolescencia.....	126
Anexo 3. Definición de términos básicos .....	129

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Respeto a la imagen de los niños/as y adolescentes / Ley Orgánica de Comunicación.....	22
Tabla 2. Análisis de la programación del primer mes previo a la aprobación de la LOC.....	77
Tabla 3. Análisis de la programación del segundo mes previo a la aprobación de la LOC.....	79
Tabla 4. Análisis de la programación del primer mes previo a la aprobación de la LOC.....	82
Tabla 5. Análisis de la programación del segundo mes previo a la aprobación de la LOC Primer mes .....	84
Tabla 6. Análisis de la programación del tercer mes después de la aprobación de la LOC.....	87
Tabla 7. Análisis de la programación del cuarto mes después de la aprobación de la LOC.....	89
Tabla 8. Análisis de la programación del tercer mes después de la aprobación de la LOC.....	91
Tabla 9. Análisis de la programación del cuarto mes después de la aprobación de la LOC.....	93
Tabla 10. Construcción del referente en el marco televisivo.....	96
Tabla 11. La autorregulación y la construcción del referente.....	99
Tabla 12. Construcción de términos, manejados por los programas “En carne propia” y “Sorprendente”.....	102
Tabla 13. Construcción del término / temática central bajo el cual se manejan los programas.....	103
Tabla 14. Construcción de la imagen de los niños, niñas y adolescentes / Acciones.....	112

Tabla 15. Cuadro comparativo de resignificación de la niñez.....114

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Construcción del mensaje televisivo.....	28
Figura 2. Construcción de las historias de los programas.....	26
Figura 3. Programas Televisivos: proceso de trasmisión del mensaje .....	38
Figura 4. Información y comunicación.....	61
Figura 5. Procesos de trasmisión del mensaje.....	71

## RESUMEN

El análisis parte de la comunicación y organización social. Se sientan las bases teóricas desde las leyes del estado, televisión, construcción social, pobreza como carencia, sensacionalismo, derecho a informar, libertad de expresión desde el respeto a la integridad e imagen de la niñez, a partir de los programas “En carne propia” y “Sorprendente”, para desarrollar el eje de estudio, el cual constituye, el identificar, relacionar y analizar desde la Ley Orgánica de Comunicación, la forma discursiva de autorregulación del estado y la construcción de significados y sentidos de los programas para generar la vulneración de los derechos.

Por tanto parte desde un acercamiento de las normativas (Ley Orgánica de Comunicación y Código de la Niñez y Adolescencia) a partir del marco del respeto a los derechos a la imagen e integridad de los niños/as y adolescentes en el cual se muestra los mecanismos de la investigación e interpretación de los contenidos de los programas, así como la contradicción por el control de sus significados.

Se elaboró un estudio de caso del contenido de los programas, dos por semana, durante dos meses antes de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación y dos después de la aprobación de la misma; el cual refleja la violación a la imagen en los niños/as y adolescentes; y como se produce el quebrantamiento a las normativas en la producción y difusión de los programas analizados, como segunda parte refleja la propuesta teórica, la cual explica e interpreta el cómo se construye el estereotipo de los menores y de la misma manera la reinterpretación que se da con los conceptos de pobreza, lo popular, sensacionalismo y la espectacularización desde temáticas en las que se evidencia a la infancia; y por otro último, devela como se resignificaba las variables de respeto a la imagen e integridad de la infancia para transgredir sus derechos y como se los autorregulado.

## **ABSTRACT**

This analysis of communication and social organization. To settle Theoretical bases since the state's laws, television, social construction, poverty like deprivation, sensationalism, right to inform, freedom of expression from respect for the integrity and image of childhood, from programs like "In the flesh "and" Amazing ", to develop the axis of study, which is, to identify, to relate and analyze from the Communications Law, discursive form of self-regulation of the state and the construction of meanings and senses of programs to generate the violation of rights.

This analysis takes an approach to the rules (Communications Law and the Code of Childhood and Adolescence) from the framework of respect for the rights to the image and integrity of children / girls and adolescents in which the mechanisms show of the research and interpretation of program's content and contradiction for control of their meanings.

A content analysis of programs was elaborated twice a week for two months before the adoption of Communications Law and two after to approve the same; which in the first instance reflected mentioned in the first paragraph and, as a second part reflects the aforementioned theoretical proposal and, at the end to unveil as resignific respect's variables to the image and integrity of childhood for violating their rights and as was the self-regulated.

## INTRODUCCIÓN

El análisis se desarrolla a partir de los programas “En carne Propia” y “Sorprendente”, dentro de los mismos se identificará los derechos de protección a la imagen de la niñez y adolescencia, desde las normativas de control del estado, siendo estas, la Ley Orgánica de Comunicación y Código de la Niñez y Adolescencia. Por tanto, los mismos se relacionaran con la producción y difusión del contenido para evidenciar la violación a los artículos de protección y como sus temáticas de menores son resinificadas y reinterpretadas para que la audiencia consuma sus programas; mismas que se evidenciaran a partir de la LOC en un periodo de tres meses antes de su aprobación y tres meses después de la misma.

En el primer capítulo se detallaran los lineamientos conceptuales de la comunicación, medios de comunicación en este caso enfocado a la televisión, se hace un acercamiento a la agenda setting, teoría de comunicación, misma que permite dirigir este trabajo, hacia el análisis de caso del contenido de los programas, que por un lado se identifique las variables de irrespeto a la imagen e integridad de los menores y como esta es transgredida en reiteradas ocasiones y, por otro, como los programas desarrollan estas variables desde una concepción diferente, resignificando sus derechos desde el irrespeto y con antivalores lo cual permite la construcción de su agenda para alcanzar grandes audiencias, por ende, se realiza un acercamiento a algunas categorías conceptuales como lo popular, la pobreza como carencia, construcciones sociales, estereotipos, por último, el sensacionalismo y como es su manejo dentro las programaciones televisivas, dando paso a la identificación de los artículos de protección a la niñez a partir de la Ley Orgánica de Comunicación.

El segundo capítulo se detalla los artículos del Código de la Niñez y Adolescencia que dan la protección a la imagen e integridad de los niños/as y adolescentes; se exponen una conceptualización de la libertad de expresión, derecho a informar, censura y autorregulación, mismo que se hará una diferenciación entre estas dos últimas, Además, se desarrolla la relación entre la televisión y su programación con las dos normativas mencionadas y como estas al vincularse con el marco televisivo

se construye el manejo adecuado de la programación en temáticas de la infancia y como se proyecta la misma.

En el tercer y último capítulo se realizó el estudio de caso entre el programa “Sorprendente de RTS, y “En Carne Propia”, de Canal Uno, identificando en su programación las variables encontradas en los marcos normativos y evidenciando el número de transgresiones, las cuales se identificaron en los dos programas analizados por semana. De esta manera se muestra en los diferentes tipos de análisis cómo las variables del respeto a la imagen e integridad de los menores es vulnerada, es decir, re significada, y al trabajar estas nuevas conceptualizaciones se produce el quebrantamiento a sus derechos dentro del contenido de la programación; dicha realización es a partir de un periodo de tres meses antes de su aprobación y tres meses después de la misma.

Finalmente, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de grado sobre el respeto a la imagen e integridad de los menores en la producción y difusión de contenidos con la finalidad de mostrar en que aspectos un marco normativo autorregula a los programas y como los mismos acatan las leyes sin necesidad de reestructurar el contenido de los mismos.

## **CAPÍTULO 1**

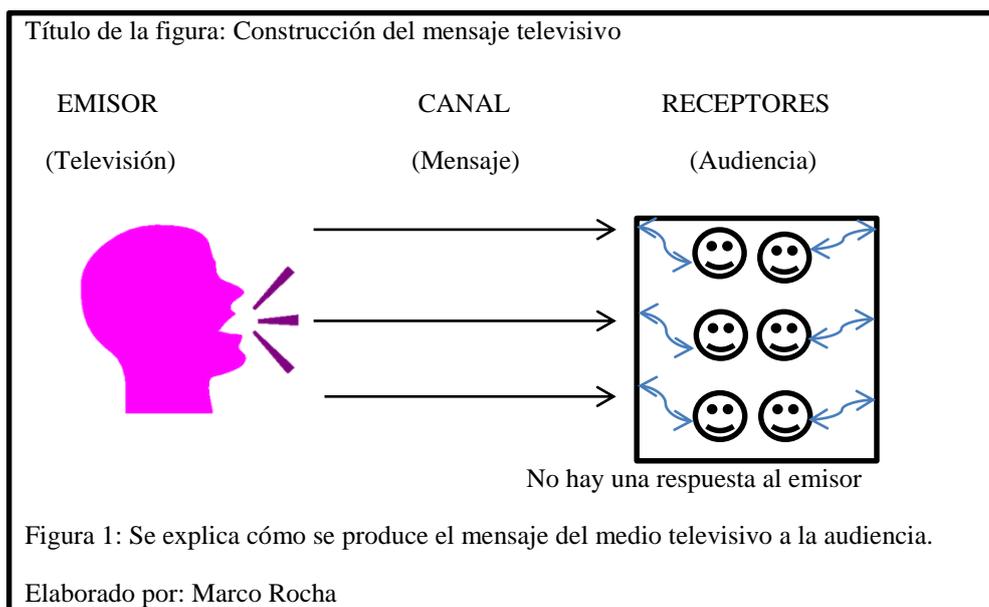
### **COMUNICACIÓN, MEDIOS Y LEYES**

La comunicación se desarrolla con dos o varios entes, los cuales se encargan de transmitir toda información, siendo el emisor parte fundamental del proceso comunicativo, ya que convierte la información en un código y lo trasmite al receptor para que sea decodificado y difundido. De esta manera se contextualiza la comunicación como una actividad que realiza todo ser humano, como proceso de relación de un individuo a otro, produciendo un acto comunicativo, es decir, el paso de un mensaje desde el emisor hasta el receptor, siendo estos tres elementos indispensables para que el proceso comunicativo se realice.

Por consiguiente, las audiencias que reciben la información, la decodifican individualmente en relación al contexto en el que se encuentren, es decir, que el medio televisivo provee un entorno simbólico que puede moldear y organizar las experiencias sociales a través del sistema de valores o anti-valores.

Por tanto este concepto se contextualiza desde las personas, su comportamiento y las estructuras sociales. Por ello la comunicación se caracteriza por ser dinámica, es decir, está en movimiento, sin limitarse a ser unidireccional de emisor a receptor sino que intercambian roles continuamente; debido a que existe una respuesta en ambas direcciones, este acto puede desarrollarse de manera verbal y no verbal. Por tanto la finalidad se genera más allá de la información, influyendo en el receptor y en su conducta, provocando además, que el mensaje genere varias conceptualizaciones de interpretación.

Dentro del contexto televisivo se desarrolla bajo un canal, es decir, el mensaje se produce en una sola dirección, en la cual el emisor informa y bombardea de información, preseleccionando a los receptores; en este caso la audiencia, los mismos que no pueden responder al emisor de forma directa.



Por esta razón, la comunicación en el contexto del medio televisivo se desarrolla como la transferencia de información entre seres humanos, convirtiéndose en un aspecto de vital importancia. El papel de la comunicación funciona como un proceso, en el que la interacción se desarrolla con un efecto, tanto del que comunica como el que la recibe e interpreta. De esta forma, crean una influencia sobre la otra persona; por tanto, implica establecer un mensaje entre dos hablantes: el transmisor y el receptor; cumpliendo diversas funciones, entre ellas, el actuar para controlar el comportamiento de los miembros de un grupo, funcionando como una fuente de interacción social.

La comunicación dentro de nuestra sociedad juega un rol importante, porque se desarrolla como una interacción entre las personas involucradas; se la piensa como un sistema, cuya función es emitirlo, transmitir y recibir un mensaje (información) entre dos o más personas; gracias a este proceso de interacción podemos conocer lo que la gente: piensa, imagina, siente y lo que hace dentro de la sociedad; y cómo es su convivencia con otros seres humanos.

Al hablar de comunicación dentro del contexto de los programas televisivos representa este un papel importante, ya que se configura como la producción de sentidos la cual eduque en lo que piense e imagina un televidente desde un ámbito

comunicacional que articule desde la cultura y la educación construyendo una sociedad pacífica dentro de la vida cotidiana de la personas.

### 1.1 Medios de comunicación

Los medios de comunicación masivos: cine, televisión, radio, internet y prensa, son instrumentos para comunicarse de una persona a otras, ya que este término de medio de comunicación hace referencia a un proceso de comunicación; cumpliendo la función de formadores de opinión y haciendo posible las relaciones personales. Como lo expone Eduardo Giordano

Los medios de comunicación son una organización una institución social que opera en un marco específico, un sistema económico, un tipo de sociedad, un sistema general de los medios de comunicación y de la industria cultural y que estructura sus posibilidades de funcionamiento y su propia naturaleza como medio de comunicación a partir de este entramado complejo de relaciones. (Giordano, 1999, pág. 19)

Por tanto se caracterizan en ser por excelencia, la manera más eficaz para emitir o transmitir información, pues funcionan como un vehículo, el cual permite producir y difundir un contenido a la sociedad, de la misma manera permite a las personas ser escuchadas, según Gabriel Moreno: “Las funciones principales de los medios de comunicación son: Informar, entretener, educar, persuadir, orientar y formar criterios” (Plaza, 1998, pág. 285); siendo de gran influencia dentro de nuestra sociedad ya que a través de estos hacen circular imágenes e información, siendo aspectos claves para la audiencia (sociedad).

Existen distintos medios de comunicación, los cuales son:

- Televisión: Medio de comunicación audio-visual por el cual se produce y difunde contenidos de información, ya sea a través de lo oral, imágenes estáticas (fotos) o imágenes en movimiento.
- Radio: Es un medio de comunicación auditivo, y en el que mediante la transmisión de ondas sonoras, se puede oír y apreciar las palabras, la música y los mensajes publicitarios. Se caracteriza por tener una variedad de

programación, cuya señal se puede escuchar desde cualquier lugar y en un determinado espacio.

- **Prensa escrita:** Medio de comunicación visual, cuya función principal es la de presentar noticias y acontecimientos que pasan a diario dentro de la sociedad.
- **Internet:** Es un medio audio-visual interactivo, el que a través de la conexión de redes informáticas y por medio de la computadora, permite informarse y comunicarse con todo el mundo, además es abierto a todo público.

En esta era tecnológica, permiten producir y difundir contenidos de información, los cuales llegan a gran parte de la población, ejerciendo como función primordial informar, pues a través, especialmente de la televisión, el acceso a la información es más fácil, y posibilita a la persona disponer de lo mismo.

Es importante mencionar que los medios no se limitan a informar sino que además entretienen, debido a que todos los medios de comunicación masivos recurren a una gran variedad de programas, como una forma de recrear la atención de las personas.

## 1.2 La televisión

La palabra televisión viene del griego “TELE” que significa distancia, y “VISIO” del latín cuyo significado es visión, convirtiéndose en un sistema de comunicación mismo que produce y difunde imágenes y sonido a distancia.

La televisión como medio de comunicación, forja una sociedad y una realidad mediática, ya que traslada información, misma que forman las maneras de pensar, imaginar y sentir desde la construcción de contenido a través de la visión del mundo y de la vida de la sociedad,

Este medio de comunicación es uno de los grandes constructores de realidades, no sólo por la cantidad de horas que las personas le dedican, sino también por los modelos y formas de socialización que transmite. Convirtiéndose en un medio de comunicación social, cuya característica primordial, es hacer posible la relación entre los seres humanos, estén éstos, espacial o temporalmente distantes, los unos de los otros, convirtiéndose así, en el constructor del desarrollo integral del televidente. Tal como conceptualiza Omar Rincón:

La televisión es un león por ser el rey de todos los medios; un tigre, porque es rápida, audaz y ataca a las personas y además es poderosa; un perro, porque acompaña siempre, es divertida, cariñosa y, a veces, ataca; una serpiente, porque es tentadora, rápida y atemoriza; una tortuga, porque es lenta y los programas son repetitivos”. (Rincon, 2006, pág. 41)

Por tanto, el papel de la televisión como medio de comunicación frente a la imagen de los niños/as y adolescentes dentro de los programas “En carne propia” y “Sorprendente”, construyen su perfil, identificando sus costumbres con una realidad ficticia, elaborada para alcanzar audiencia, misma que invisibiliza a la niñez y adolescencia como sujetos de derechos y los reproduce desde modelos (adjetivos y acciones) que no cumplen con los patrones los niños/as y adolescentes.

La televisión es un medio de comunicación que se genera desde tres puntos: imagen, texto y audio, convirtiéndose así, estos elementos, en componentes esenciales para producir y difundir diferentes tipos de contenidos. Es así, que Miguel Gemma explica:

La televisión magnifica las relaciones psicológicas inherentes al conocimiento y genera un fenómeno de culto a quienes aparecen en ella. El concepto de “autoridad de la distancia”, consiste en que se le otorga mayor valor a todo aquello que procede de fuentes lejanas a lo cotidiano. Eso junto con la reiteración de esos mensajes y el denominado sub código que procede de la imagen, generan mayor interés. (Gemma, 2008, pág. 15)

Por consiguiente, la imagen de la niñez y adolescencia se difunde a través del medio televisivo dentro de los programas analizados, los cuales atentan contra su dignidad cuando los exponen a situaciones extremas de conflictos, violencia, peligro, angustias e infortunio, desde estas visiones se lo observa como objeto y como sujeto; por tanto, esto contribuye a la revictimización y su estigmatización de su entorno. Al no ser protegidos por parte del medio televisivo surge el quebrantamiento, la cual viola sus derechos a su condición de seres humanos.

En el sistema televisivo tenemos, como primer componente, al comunicador “productor” y al grupo de los receptores “audiencia”, como segunda parte del mensaje, este siempre se emite en una dirección, del comunicador al telespectador; desarrollándose como un instrumento para informar y sensibilizar a la sociedad, para de esta manera construir imaginarios y realidades. Por ello es fundamental que la televisión esté debidamente informada, comprometida, y capacitada, desde una perspectiva social que contemple los derechos humanos y en particular los de la niñez y la adolescencia, para la formación de una cultura próspera y solidaria como plantea el Plan Nacional de Buen Vivir.

### 1.2.1. La ley de comunicación y la televisión

La Ley de Comunicación está elaborada en favor de la sociedad, controlando y vigilando empresas y medios mercantilistas; considerando que la comunicación es un bien público y privado, este debe garantizar la comunicación e información oportuna y adecuada, generando un cambio positivo para todos. Cuyo objetivo es conducir a una democratización del poder mediático y del ejercicio de la comunicación en función de los ciudadanos quienes tienen derecho a recibir una información y una comunicación clara y de la mejor calidad.

Tal como lo menciona Semplades que:

“Revolución social, para que a través de una política social articulada a una política económica incluyente y movilizadora, el Estado garantice los derechos fundamentales de todas las personas”. (SEMPLADES, 2013-2017, pág. 5)

Sin embargo, los medios televisivos de Rts y Canal Uno con los programas “En carne propia” y “Sorprendente” toman en cuenta a la niñez como una imagen de exposición, misma que es expresada desde aspectos externo y físico de la persona y no tal como plantea todas las leyes y normativas de control, la cual dice que se debe producir desde una construcción cultural, es decir, lo que el individuo busca proyectar a la sociedad y no lo que el medio de comunicación da a interpretar. El Plan Nacional del Buen Vivir y del Plan Nacional de Desarrollo, pone a estos ante una realidad diferente, en la cual tienen que desarrollar su labor con profunda responsabilidad social, conscientes de su capacidad de incidir en la opinión pública, para de esta manera colaborar con el desarrollo de la sociedad.

Por tanto la LOC: regula, controla y ordena a todo medio de comunicación (televisión), en su información y contenido, el cual no deje incertidumbres y genere seguridad desde la protección al ciudadano (niño/a y adolescente).

El siguiente cuadro muestra la autorregulación y el control que la Ley Orgánica de Comunicación ejerce frente a la televisión, en este caso, en la producción y difusión de imágenes de la niñez y adolescencia:

Tabla 1.

Respeto a la imagen de los niños/as y adolescentes / Ley Orgánica de Comunicación

<b>Ley Orgánica de Comunicación (Síntesis) / Imágenes de la niñez (Programas Televisivos)</b>	
<b>Artículos / L.O.C</b>	<b>Autorregulación / Control</b>
TÍTULO II /CAPÍTULO I PRINCIPIOS ART. 10 NORMAS DEONTOLÓGICAS	<p>Se deberá considerar las siguientes normas para difundir informaciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dignidad humana.           <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Respetar la honra y la reputación de las personas</li> <li>b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios.</li> <li>c. Respetar la intimidad personal y familiar de la niñez.</li> </ol> </li> <li>2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:           <ol style="list-style-type: none"> <li>a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;</li> <li>b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves Patologías o discapacidades.</li> <li>d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por Autoridad competente.</li> <li>e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia.</li> </ol> </li> </ol>
TÍTULO II /CAPÍTULO I Principios Art. 15:Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes	Promoción en el ejercicio de los derechos Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.
TÍTULO II /CAPÍTULO I Principios comunicación.- Art. 30.- Información de circulación restringida.-	La información acerca de las niñas, niños y adolescentes que viole sus derechos según lo Establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia.
	-Las niñas, niños y adolescentes tienen

<p>Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.-</p>	<p>Derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones sin discriminación ni estigmatización alguna.</p> <p>-Los mensajes que difundan los medios de comunicación Social privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes.</p> <p>-La no revictimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia.</p>
---	--

Nota: Se detalla los artículos que protegen la imagen e integridad de la niñez y adolescencia.

Fuente: Ley Orgánica de Comunicación.

A partir del estudio de caso de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” el quebrantamiento a la Ley Orgánica de Comunicación y Código de la Niñez y Adolescencia genera una programación cuyo contenido es violento, humillación y de consecuencias negativas, mismas que están desarrollándose de la exposición inadecuada por parte de los canales “Rts” y “Canal uno”, los cuales representan la violación a sus derechos que en varios casos victimiza o revictimiza a la infancia.

Dentro de las Leyes de Control y Regulación, estas protegen los derechos que vulneran la imagen e integridad de cada grupo etario: niños, niñas y adolescentes; siendo como primer punto el precautelar la circulación de tópicos estereotipados mismos que estigmaticen o sean prejuiciosos como segundo punto la difusión de términos peyorativos y la exposición discriminatoria.

Es decir, que la programación de los medios de comunicación televisivos ha estado ejerciendo un rol relevante al abarcar temáticas con la imagen e integridad de la niñez y adolescencia, los cuales no garantizan el respeto a sus derechos, no sensibilizan los problemas de la infancia, con la sociedad, la familia o ante la ley.

Por tanto el medio televisivo en conjunto con la Ley Orgánica de Comunicación tiene como objetivo el producir y difundir programas desde los valores y el respeto a los derechos de los niños/as y adolescentes, y a partir de este nuevo rol, generar un cambio en las programaciones, de las cuales se benefician ambas partes.

### 1.2.2 Géneros periodísticos televisivos

Los géneros periodísticos pretenden comunicar hechos, acontecimientos que se susciten a diario en el entorno de una sociedad, cuyo objetivo es generar la “verdad” del evento. Por tanto se vincula con el propósito del comunicador, informar.

El género periodístico se construye desde el papel que cumple el emisor, en transmitir la interpretación de la realidad; por un lado, algunos autores lo definen como una forma de comunicar a la sociedad, y por otro lado, otros teóricos los conceptualizan como categorías que ayudan a construir la realidad.

La construcción del género periodístico es un cambio de la prensa escrita al medio audiovisual, es decir, que se produce con imágenes en movimiento, lenguaje claro y audio, misma que se desarrollada jerárquicamente en un orden de prioridad por temáticas y por interés al público.

Todo género periodístico consiste en indagar a fondo un hecho noticioso aplicando el reportaje como género. En un espacio de noticias, la brevedad y la concreción de una nota periodística son importantísimas, por ello se delimita el tiempo de un reportaje que puede durar entre un minuto y un minuto y medio. Sin embargo, en algunos casos, éste tiempo puede excederse dependiendo de la importancia del tema o cuando la investigación es muy amplia, es preferible realizar varios reportajes y ofrecer al televidente una continuación diaria de los hechos.

El género televisivo conforma una categoría importante dentro de este trabajo de grado; ya que la conceptualización del mismo, tiende a confundir por las temáticas que se tratan los programas. Valerio Fernández Comenta que:

Los géneros fomentan la materia de modo diverso, con lo cual nos entregan modos diversos de comprender un contenido temático con puntos de vista diferentes, según los actores sociales involucrados”. Por tanto, reconstruye de forma diversa el contenido temático, es decir, los produce de un modo diverso el cual cree diferente puntos de vista., ya que el emisor o narrador en conjunto con el productor tienen el albedrío para la toma de decisiones al reproducir o descartar elementos comunicativos. (Fuenzalida, 1999, pág. 331)

Dentro del marco televisivo ecuatoriano, existen varios géneros entre estos son: magazines, talk shows, reality, microprogramas, telenovelas, películas, programa concurso, programas de actualidad, noticieros, partiendo de este último se encasillara nuestro análisis.

Al mencionar, los géneros televisivos es necesario hacer hincapié en los géneros periodísticos.

Enuncia una teoría de los géneros periodísticos desde el tradicional binomio anglosajón. Clasifica las modalidades de expresión lingüística para relatar historias al público en dos grandes grupos: géneros de esquema narrativo o informativo (que asimilan al concepto genérico de relatos) y los géneros con esquema argumentativo u opinativo (que corresponden a lo que genéricamente se entiende por artículos de opinión). Sin embargo el autor hace hincapié en otra tercera gama el cual lo llama práctico el cual lo asimila a los textos propios de la prensa escrita. (Dijk, 2011, pág. 37)

Por tanto, desde la teoría de Van Dijk y de diferentes autores la clasificación de los géneros periodísticos que se maneja dentro de los medios de comunicación, en este caso la televisión es de información y opinión.

Tal como se mencionó en párrafos anteriores, el noticiero encasilla nuestra investigación ya que como género informativo, este se construye por un modo serio, breve y concreto y por un tiempo de duración de una hora.

Sin embargo, en la actualidad, surge un nuevo estilo de género informativo, que lo anuncian bajo la denominación de “Noticieros” no son de información y se desvinculan de las funciones del medio televisivo: informar, entretener y educar.

Para entender estos nuevos estilos de géneros informativos es necesario esclarecer la conceptualización de: investigación, noticia y reportaje que ejes del género informativo.

La investigación: Desde un significado etimológico del latín *investigare*, “in = en”, “*vestigare* = hallar, indagar, buscar”; de ahí nace que la investigación es un sentido de averiguar. La DRAE, define como un acto de llevar a cabo por medio de estrategias para descubrir algo.

Por tanto, se conceptualiza a la investigación con el acto para buscar la verdad por medio de técnicas y métodos, mismos que garanticen la información, y los cuales son:

El reportaje: es un género periodístico que narra hechos, situaciones, sucesos de cualquier evento, este se caracteriza por la creatividad de los narradores o emisores, ya que ellos manejan un estilo diferente para dar a contar o conocer algún hecho, siendo características esenciales: la narración, redacción, voz y la conexión adecuada entre el sonido y la imagen sin descartar, la edición, que juega un rol importante, el cual crea la diferencia de una “noticia” con la otra, “El reportaje informativo u objetivo, desarrolla un hecho noticioso, incluyendo declaraciones de personas, descripción de ambientes, etc.; desde una perspectiva descriptiva y objetiva” (Briones E. G., 2009, pág. 30). Desde esta visión, el reportaje se caracteriza por ser investigado, claro, original, y con entrevistas; por lo cual, los programas de Rts y Canal Uno deben perseguir una verdad, siendo de esta manera muy utilizado actualmente, ya que conlleva a una investigación a fondo de una situación noticiosa que sea de interés de los televidentes, en la cual se les explique el qué, por qué? , Para qué?

La noticia: El concepto de noticia se lo construye a raíz de varias conceptualización, de autores en este caso como un género periodístico informativo que da a conocer un hecho, mismo que debe caracterizarse por ser actual y novedoso, es por tanto que Omar Rincón define en una compilación de varios autores que “la noticia ocurre cuando cambia el estado de las cosas, cuando existe una ruptura en el devenir cotidiano del mundo objetivo” (Rincón, 2005, pág. 78)

En éste contexto televisivo, dentro de esta nueva tendencia de noticieros, la noticia se desarrolla a través de hechos y situaciones actuales, dirigidos a todo público, cuya información es recogida, interpretada por el narrador (emisor) y los productores los cuales controlan el medio de difusión.

La construcción de las noticias se rige a través de las personas que controlan el medio televisivo, ya que seleccionan los hechos y las situaciones de la sociedad, mismos que en base a su ideología y políticas económica, empresariales, aceptan o rechazan la producción y difusión del contenido.

1.3 Un nuevo estilo de género informativo “Infoentretenimiento”: Bajo la denominación de “Noticiero”

En esta era del siglo XX, la programación de los medios televisivos han comenzado a generar cambios, por la aparición de una variedad de programas en todas las cadenas televisivas.

Estos nuevos contenidos en las programaciones dan el inicio a la mercantilización de la información y pone fin al monopolio televisivo que se generó desde la década de los 90, es decir, que apostaron por rediseñar y reinventar los contenidos o formatos televisivos y sus géneros periodísticos, para desde esta manera atraer televidentes, esta reestructuración replantea las funciones del medio televisivo.

La tendencia actual de las cadenas de televisión es apostar por el cambio en todos los sentidos, reinventar su programación incluyendo nuevos formatos, como es el caso de los nuevos programas de infoentretenimiento que hibridan información y entretenimiento en un mismo espacio televisivo. (Badenes, pág. 1)

Por tanto, la competencia entre las cadenas televisivas por el liderazgo en audiencia, borra los antiguos formatos televisivos, y crea la hibridación en los géneros periodísticos despojándose de las conceptualizaciones propias e imponiendo una mutación entre el estilo, estética, entretenimiento y el contenido informativo basado en la sociedad, y dando paso a esta nueva tendencia televisiva, actualmente se la conoce como infoentretenimiento. Parafraseando a Sara Ortells, este nuevo tipo de entretenimiento se construye desde una nueva tendencia, la cual es desarrollar contenido informativo desde el espectáculo, de esta manera alcanzar mayor audiencia y captar nuevos televidentes.

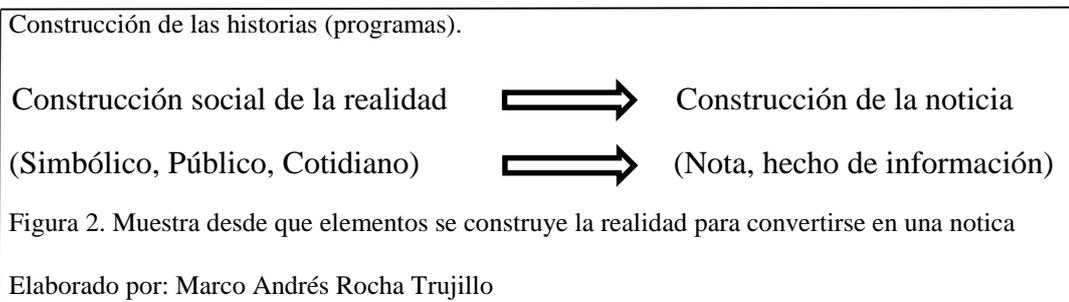
De esta manera, se construye esta nueva programación en el medio televisivo desde la renovación de su contenido, estructuras y a partir de la aplicación de nuevas estrategias y técnicas las cuales permitan captar más televidente. Y a la vez no se aparten del resto de programas con los cuales comparten el mismo género. Por tanto, aparecen los programas de “En carne propia” y “Sorprendente” como programas de infoentretenimiento denominado como noticiero de crónica roja o sensacionalista.

Esta es entendida como noticiero de historias detalladas de una ciudad, de una época y de una o varias personas, las cuales se construyen a través de testigos que han presenciado los hechos, desarrollándose desde una narración directa e inmediata del

acontecimiento, incorporando elementos valorativos en cada relato noticioso. Por tanto, “En carne propia” y “Sorprendente” genera un nuevo periodismo con ironía, mito popular, doble sentido, sensacionalismo, espectacularización, exageración como una nueva forma de contar una nota, con el único objetivo de vender.

### 1.3.1 La noticia como mercancía

La noticia surge del proceso para la construcción de la información, la misma que se presenta como un medio de transmisión de la realidad social (forma resumida), es decir, almacena los hechos del acontecer nacional que se desarrollan en el país y el mundo; a la vez todo aquello puede ser transformado en noticia y al reproducirla y difundirla, se convierte en una realidad pública.



La noticia cumple con el papel de los medios de comunicación: ser transmisores de mensajes, los mismos que deben cumplir con los siguientes requisitos: informar, persuadir, manipular y emocionar; no obstante, estas características son esenciales para la construcción de la noticia.

La construcción de la noticia se basa en el respeto al derecho que tiene la sociedad en estar informada y responde a una rutina que se resume en la selección de un acontecimiento, su valoración como ruptura de la Cotidianidad, la interpretación y finalmente la construcción de la versión que se hace pública. (Stella, 2004, pág. 67)

La televisión, al igual que las personas, es constructor de la realidad de una sociedad y su entorno, a raíz de lo dicho, es donde se liga como mercancía para el consumo, ya que la noticia no se desarrolla como un aspecto social sino económico, bajo un método comercial basado en:

- El programa, busca la noticia.
- El periodista, hace la noticia.
- El medio televisivo, produce la noticia.

Al mismo tiempo que el medio televisivo elabora la noticia a partir de este método comercial, la misma puede ser percibida desde dos puntos de vista:

- Se puede distinguir la noticia, y apreciar que la información es trabajada y que busca expresar la verdad, pues su contenido es de interés y da un aporte a la audiencia.
- El segundo punto de vista, se refiere a cuando la noticia reproduce hechos sin interés que afectan a la sociedad y su vida cotidiana, dejando de lado el juicio y las decisiones en la elaboración de los contenidos; manejando más el contexto de comercialización de la nota periodística, que la construcción de un hecho informativo.

A partir de lo mencionado el hecho noticioso debe elaborarse con responsabilidad social y siempre estar ligado a la misma; pero el mismo hecho de que el medio televisivo influye en la conciencia de la audiencia, lo desvincula del sentido de compromiso con la sociedad, dejando de lado algunas características en la elaboración del contenido como: su función social al estructurar, analizar y reproducir la información sobre hechos importantes para la audiencia.

Como segundo punto, fragmenta el hecho noticioso e informativo y lo magnifica, es decir, espectaculariza la noticia, de manera proporcional, para crear: expectativa, atención y consumo.

#### 1.4 El Código de la Niñez y la Televisión

La televisión y la niñez constituyen dos elementos fundamentales en el desarrollo, y debido a esto, la mejor inversión que puede hacer una sociedad es precisamente, que los medios de comunicación respeten los derechos de los niños y niñas, con el fin de que estos tengan una responsabilidad en la emisión de la información y programación.

Tal cual, como nos plantean La Constitución con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017 y el Plan Nacional del Buen Vivir, establece principios fundamentales que deben orientar a la elaboración y ejecución de las políticas públicas, programas, proyectos públicos y privados. Por medio de estos principios disponen de medidas de protección, especialmente para situaciones de: violación de los derechos, explotación económica, explotación sexual, violencia en general, negligencia, discapacidades, entre otras; las mismas que ejercen gran parte de los medios de comunicación (Televisión). Todo esto, no garantiza los derechos de participación, asociación, principio de igualdad, ante la ley; ya que estos derechos garantizan un debido proceso ante la administración de justicia.

Estas visiones y paradigmas se desarrollan a partir de que, todos los derechos son para niños y niñas, que su capacidad en el marco de derechos los hace gestores de su desarrollo personal y social, y que es obligación del Estado garantizar el cumplimiento de los mismos. Esto conlleva un control y vigilancia por parte del Estado para el cumplimiento de la normativa, y para que cumplan con el papel educativo-informativo, ya que la televisión debe desempeñar un papel fundamental en el respeto de la normativa.

Es decir, regular la forma en que se realiza la difusión y producción de mensajes con relación a los derechos de la infancia, y que una parte de los medios televisivos han empezado a producir contenidos para la población infantil a partir de una perspectiva de derechos, y por otra parte, capacitar a los comunicadores sobre el manejo de la información que se produce sobre y para las audiencias adultas a partir de una responsabilidad social con los niños, niñas y adolescentes.

### 1.5 Lo popular

Popular proviene del latín *popularis*, siendo un adjetivo que indica aquello que es relativo al pueblo. Este término es empleado en distintas perspectivas, dentro de este contexto, se refiere, a cualquier cosa que surja del pueblo, es decir, que sea propio de las clases sociales más bajas, siendo estos utilizados desde la perspectiva de seres humanos menos dotados física, mental, social, cultural, así como económicamente.

Al llevar el término de cultura popular como manifestaciones artísticas creadas y consumidas por el pueblo; la manifestación de la misma puede alcanzar a todas las clases sociales y viceversa.

Lo popular revela su densidad cultural y social: los procesos de reconocimiento como “lugar” de constitución de las identidades. En nuestra sociedad la separación entre tiempo de trabajo y tiempo “libre”, o entre trabajo y vida, opera casi automáticamente en desvaloración de lo segundo. Esta se desarrolla por imágenes y situaciones que son rechazadas por el mundo de la educación oficial y política seria, sobrevive al mundo de la industria cultural, desde el que sigue siendo un poderoso dispositivo de la interpretación de lo popular, el mismo que aparece de un mito o prejuicio, ignorancia o superstición a programación desde el sensacionalismo plantea huellas desde una matriz simbólica-dramática, la cual moldea las prácticas y formas de la cultura popular. (Barbero J. M., 2003, pág. 197)

Es decir, lo popular evoca a lo rural, lo natural, desarrollándose desde aspectos como: el mal gusto. Aquí el pueblo se configura como un lugar en el cual se producen procesos de comunicación para la construcción de un nuevo modelo de cultura, y constituye la construcción de una nueva forma de socialidad, ya que presenta nuevas condiciones de existencia y de relaciones, así lo popular deja de ser algo clandestino y se convierte en un proceso para producción y transformación de lo cultural. Por lo que dentro del análisis, lo popular se genera no por el contenido, sino por la cultura de los sectores y estos se definen a su vez por su relación con otros.

Así, lo popular es manipulado y llevado a lo vulgar, por ejemplo, tomando de referencia los cuadros de análisis, la utilización de la variable representa lo popular y como lo demuestra el cuadro de análisis, el adjetivo/, son representadas de parte de los programas como: locos, maniáticos mañosos, alcohólicos, drogadictos entre otros, convirtiéndolo en una programación llena de vulgaridades.

Sin embargo, el sentido de lo popular se ha masificado, homogenizado e individualizado desde gobiernos, religión y medios de comunicación, un proceso en el que se deslegitima su valor histórico. Así, lo masivo se entenderá y asumirá como

espacio de formación de lo popular, de una masa sin criterio, pensamiento ni decisión.

Por ende, la televisión es uno de los medios de comunicación masivos, donde toda la sociedad puede contar con un televisor en sus hogares, con el propósito de acceder a un sinnúmero de programas de toda índole. En la actualidad la audiencia ecuatoriana consume a diario los programas sensacionalistas o comúnmente llamados amarillistas y crónica roja, ignorando la extensión ética propia de todo proceso informativo, los que a su vez ejercen una gran influencia en las decisiones y comportamiento de las audiencias.

Lo popular ha ido incorporándose a la tendencia marcada por sistemas comunicacionales “nuevos”, en los cuales el medio televisivo ha dejado de lado el formato de programas tradicionales y optado por los sensacionalistas; es necesario mencionar que la programación es la función más importante en el negocio audiovisual y es un pilar comunicacional como emisor de mensajes ante el público, por ende, no debe desvincularse del objetivo principal, generar lealtad y credibilidad en su audiencia.

#### 1.6. Pobreza como carencia

La pobreza desde una contextualización tradicional se la define como la carencia de recursos, los mismos que sirven para satisfacer necesidades en las personas y la población. Y de igual manera, la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, la conceptualiza como:

Concepción de la pobreza como condición de carencias, exclusión, desigualdad y violencia, contradictoria o antagonista, respeto a los derechos y al régimen del buen vivir. Es necesario superar las definiciones clásicas de pobreza, medida por el ingreso monetario y la satisfacción de necesidades mínimas, así como profundizar una concepción multidimensional que se dé cuenta del ejercicio real e igualitario de derechos. (SNPD, 2013-2017, pág. 113).

Entonces según esta conceptualización, la pobreza es relativa, y se la puede considerar desde diversas construcciones o como carencias, tal como lo menciona el

Plan Nacional del Buen Vivir. La pobreza, como carencia, entra en el contexto económico de la población y de sus modelos culturales, los cuales hablan del estilo de vida; este tipo de pobreza se origina como una consecuencia de la riqueza injusta, dejando de lado, lo que humaniza al ser humano como, su capacidad de solidaridad y de ayuda.

La pobreza coyuntural según el Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo: “...nos habla de ésta, como una carencia temporal, la misma que está ligada a la producción de ingresos y a la capacidad de consumo de las personas en los hogares” (SNPD, 2013-2017, pág. 114).

Parafraseando al Plan Nacional del Buen Vivir, a partir de la pobreza coyuntural se genera la pobreza por consumo que se da por las condiciones de vida de las personas, a partir de una canasta de bienes y servicios a precios de mercado.

Siendo esta, un fenómeno que la sociedad genera y la utiliza el medio televisivo como una forma de exclusión, para usar este tema dentro de su contenido informativo. Creando esta visión de desconocimiento e indiferencia y presentar a los protagonistas como sujetos llenos de carencias y problemas, demostrando una noción equívoca y perjudicial para el desarrollo de un ser humano.

La pobreza como carencia no es deseada, toda persona manifestaría un rechazo a ésta; debido a que esta concepción es prejuiciosa para cualquier ser humano, pues la misma degrada, humilla, insulta, transgrede. Por tanto, el medio televisivo, utilizando esta condición, desarrolla la programación a partir del imaginario social de la cultura de la pobreza, asociándola a las condiciones de vida, a las que están expuestas las personas de clase social baja (Pobres) ejemplo: imágenes de desempleo, falta de víveres, limitación de salud entre otros. Evidenciando esta concepción desde la desorganización vecinal, familiar; con actitudes y antivalores, creando en los personajes: marginalidad, desesperanza, sufrimiento, y de esta forma el medio televisivo se desvincula de una responsabilidad social, cuya función es de construir imágenes respetuosas, dignas de la situación social de los seres humanos y desde un compromiso ético ante la sociedad.

## 1.7 Sensacionalismo y espectacularización

Sensacionalismo es un término periodístico peyorativo, es decir, tiene una finalidad negativa para lo que se designa, constituye uno de los aspectos para la manipulación informativa, que produce y difunde sensaciones, emociones o impresiones, se aplica a todos los medios de comunicación en este caso la televisión, se lo denomina con otros términos como: amarillismo o "crónica roja"

El diccionario de la Real Lengua Española, define como sensacionalismo:

A la tendencia a producir sensaciones, emociones o impresión, utilizándolas en las noticias, sucesos, entre otras; es decir el sensacionalismo es utilizado para obtener una repercusión (audiencia), mayores beneficios económicos, y por ende la manipulación de la opinión pública, convirtiendo a la televisión en un proceso de producción de sentidos, es decir, formas simbólicas que se intercambian (D.r.a.e, 2001).

Dentro de éste proceso, existe a su vez, una producción simbólica, que es dar sentido a las palabras según la historia o intereses. Esa producción es interpretada y recibida de diferentes maneras por el individuo, influyendo en su cultura, contexto, clase social, e historia.

Por tal razón la televisión con sus programas sensacionalistas se caracterizan por difundir información polémica que llama la atención. Es común que en los medios de comunicación televisivos sensacionalistas se tienda a vertir repetidamente información falsa o dañina. Es así, que Luis Gálvez manifiesta que: "El sensacionalismo implica entonces una deformación y manipulación e interesa de la noticia, su espectacularización, sin importar que resulte escandalosa, morbosa espantosa o indiscreta". (Gálvez, 2003, pág. 3)

A partir de lo mencionado, el medio televisivo ha optado a inclinarse por la espectacularización, es decir, utiliza recursos que apele a sentimientos, emociones y sentidos logrando que estos sobresalgan a la razón, este recurso es utilizado por los conductores de los programas, ya que se caracterizan por adoptar tonos de voz elevado, haciendo énfasis en un tema dramático, que sobresalga en la programación,

de esta forma se privilegia la dramatización, la personalización de la información y fragmentación del contenido, hecho o acontecimiento; provocando una descontextualización en el mensaje.

Al asumir el papel de televidente de los programas: “En Carne Propia” y “Sorprendente”, se puede identificar que el tópico de espectacularización se maneja bajo las siguientes características: énfasis en la información, Visual (cámaras subjetivas.), música dramática, tomas cortas – rápidas y efectos (recursos de diseño y edición).

El objetivo fundamental de este aspecto es atraer a la audiencia adulta, para de esta manera reforzar y afianzar el interés de los televidentes, y así transformar los hechos en espectáculo, como pieza elemental el drama, lo que hace que no se considere a los televidentes como ciudadanos, sino como consumidores y objetos utilitario para elevar el punto de rating, presentando aspectos llamativos de historias de vida o de un suceso trágico, produciendo sensaciones, emociones o angustias, y con ello sobredimensionar la emoción del mensaje.

#### 1.8 La Teoría de la Agenda *Setting*

La teoría de la Agenda-*Setting* nace de los autores Donald Shaw y Maxwell Mc Combs, la cual se refiere a los medios de comunicación y su influencia en la audiencia, pero sin referirse a aspectos de opiniones, dictámenes, ideas, impresiones o expresiones; sino al espacio informativo, es decir, producción y difusión de su programación; con respecto a temas, noticias o espacios, que los medios seleccionan para producirlos. Por consiguiente, Konrad stiftung define que: “El concepto de Agenda, trata de establecer una relación causal entre temas más frecuentes y subrayados de los medios y la importancia de tales temas en el interés de la audiencia”. (Stiftung, 1995, pág. 65)

El término de Agenda-*Setting*, a manera de anglicismo, se interpreta como el sentido para comunicar información, directa o indirectamente de temas o noticias, consideradas para el medio de comunicación relevantes; pero los mismos que son seleccionados para formar parte en la agenda de la audiencia; la misma que se la definirá a partir de un análisis de la producción y difusión de contenido del ¿cómo? el medio televisivo expone las noticias de su programación. Los puntos a considerar

dentro de la teoría son: la capacidad de los Mass-Media para almacenar y retener la información de mayor importancia, segundo el reproducir y difundir en un orden de prioridad, es decir, mantener la "intriga" o "morbo", utilizando el sensacionalismo para obtener más rating, audiencia e impacto en la audiencia.

“El proceso de la *Agenda-Setting*, estudiar la influencia personal y la influencia de los medios de comunicación masiva, puede concluir a una mejor comprensión del flujo de los asuntos, los intereses y los temas entre los medios de comunicación y el público, así como dentro del propio público”. (Santander, 2004, pág. 202)

Dentro de este análisis no se pone a consideración al receptor, como individuo autómatas que responde a estímulos; sino que se analizará e identificará cómo afecta la programación televisiva de Canal Uno con "En Carne Propia" y RTS con "Sorprendente" los cuales contienen temas de violencia, maltrato, abuso, intimidación, acoso, entre otras, y cuyas temáticas llevan a la audiencia adulta a consumir e imponen la forma en la que tienen que pensar; los niños/as y adolescentes, considerando que la televisión es un medio de comunicación de masas que juega un papel importante en la construcción de imágenes, como creadores de la realidad social en la que se desenvuelve la audiencia adulta.

A partir de lo mencionado, en los párrafos anteriores, como primer punto se analiza al medio televisivo y su respeto al código de la niñez, así como los temas que genera la producción, difusión y jerarquización de violencia contra la infancia, en el contenido de los programas; como segundo punto, observar desde la ejecución de la Ley Orgánica de Comunicación, cómo se desarrolla la perspectiva de menores de edad expuestos a una construcción mediática, del contenido.

Afirma Mc Combs:

La mayor parte de las imágenes que se tienen en la mente acerca del mundo exterior llegan a través de los medios de comunicación, constituyéndose en ojos virtuales que llegan donde no alcanzan y que configuran parte de la realidad del individuo Audiencia. (Zillmann, 1996, pág. 67)

La teoría, permite identificar cómo la televisión a partir de los programas mencionados, conforman programas de noticias, hechos o realidades de las personas,

siendo difundidas cotidianamente, desarrollándose en un orden prioritario, de mayor o menor relevancia, influenciando en la agenda del público. Por lo tanto, las temáticas que son más importantes para el medio televisivo se convierten en los temas de mayor importancia para los televidentes.

La agenda mediática de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” involucra una selección y jerarquización del contenido de la programación, la cual incluye o excluye la noticia y direcciona el tiempo de los espacios para que sean más o menos extensos en su reproducción. Por lo tanto, la función de la agenda radica en la visibilidad que obtienen los hechos noticiosos para convertirse en el eje principal de aquello que se observa, piensa, dice, critica; y a partir de este aspecto la audiencia tome posición sobre la temática de la programación y discuta de la misma, direccionándolos a conocer formas de percepciones de la televisión con la audiencia y a determinar la relación que ésta genera entre niños/as y adolescentes; la forma en que se construye la agenda, en temas relacionados con éstos y su repetición en imágenes y cómo otras son invisibilidades y observar cómo se determina en el control de contenido y en su frecuencia.

Todo lo expuesto se inscribe, dentro del aspecto de la responsabilidad social de los medios televisivos y de los periodistas, es decir, los contenidos televisivos que son emitidos funcionan de canal, y hacen visibles determinados aspectos de la sociedad y los estereotipos, siendo espectacularizados.

Esta responsabilidad social se desarrolla a partir de dos ejes principales:

- El primero, desde lo normativo con respecto a los temas de la niñez, adolescencia y televisión, desde lo positivo y negativo establecido en la ley y los códigos.
- El segundo, se desarrolla a partir de las estructuralidades de producción y emisión de contenido, es decir su procedimiento, desarrollo, investigación, selección de fuentes y discurso.

Esta construcción de la realidad social y estereotipos de niños/as y adolescentes están condicionados a la agenda mediática televisiva.

El medio televisivo influencia en la mayor cantidad de televidentes; ya que, crea, desarrolla y comunica ideas en temas de conducta, comportamientos, realidades

urbanas, sociales y conformación de estructuras sociales, generando un contexto simbólico, el cual va a moldear y organizar estas realidades sociales por medio de técnicas de valores o anti valores desarrolladas en la programación.

Las temáticas en la Agenda Setting se construyen a través de situaciones de violencia, abusos, maltratos, victimización e imágenes de menores, destacándolas como situaciones de violencia y anti valores, mientras que el resto de su programación apenas es visible, estas situaciones y construcciones de temáticas conducen a la protección de niños/as y adolescentes en los medios televisivos a través de su código de la niñez, asegurando sus garantías por medio de la Ley Orgánica de Comunicación, como una función de control para el ejercicio pleno de sus derechos.

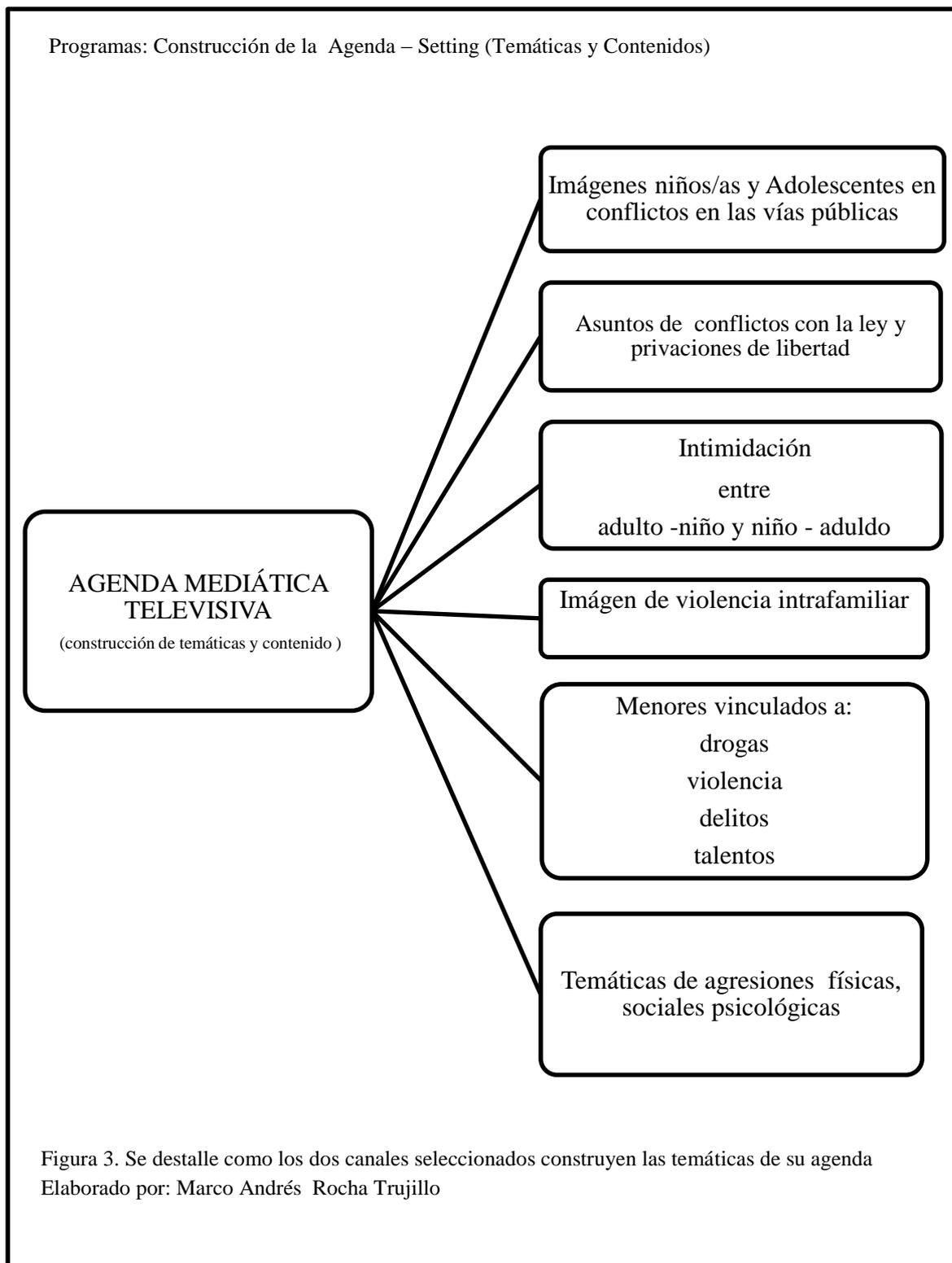
La construcción de la imagen e identidad de la niñez y adolescencia a partir de víctima - victimario o viceversa es desarrollada por la agenda mediática del medio televisivo, desde violencia a menores, estableciendo la agenda de la programación con situaciones de agresión y destacándolas del resto del contenido televisivo. Dentro de la agenda mediática de la televisión, la construcción de la noticia deja de lado la singularidad para convertirse en algo llamativo y en algunos casos se convierten en espectáculo y entretenimiento; los escenarios de violencia sobre, y entre niños/as y adolescentes, se convierten en contenidos de información de show, espectacularización y sensacionalismo.

La televisión en la construcción de la agenda mediática, selecciona noticias de violencia, para que a partir de este eje se construya la noticia desde tres perspectivas las cuales son:

- Temas de violencia ejercida por menores.
- Temas de violencia sobre, y hacia menores.
- Temas de violencia entre menores.

Los siguientes cuadros explican lo mencionado en el párrafo anterior, que al identificar las temáticas nos permitirá analizar, cómo estos vulneran a la niñez y así dar paso a observar el cambio en la programación, a partir de que se ejerza la Ley

Orgánica de Comunicación, respetando el Código de la Niñez y Adolescencia en el tema de contenido de programación televisivos.



Estas temáticas cobran importancia cuando se las incorpora en su programación, ya que historias de crisis emocionales, asesinatos, manifestaciones, violencia, maltrato, entre otras, reemplazan a noticias que no son consideradas como funcionales para la televisión y a la vez no captan la atención de los televidentes. Esta construcción de agenda busca noticias con temas y contenidos informativos simbólicos que sean fructíferos, es decir, que sean acordes para la comercialización y para la atención del receptor.

Como se puede observar en los cuadros, la construcción de la agenda mediática de los medios televisivos considera, como ejes principales la imagen de la niñez como noticia sensacionalista y la jerarquización de los temas de contenido como una forma de envolver y mantener en expectativa a la audiencia, y evidenciando que no existe un control de ésta, hasta la reciente aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación.

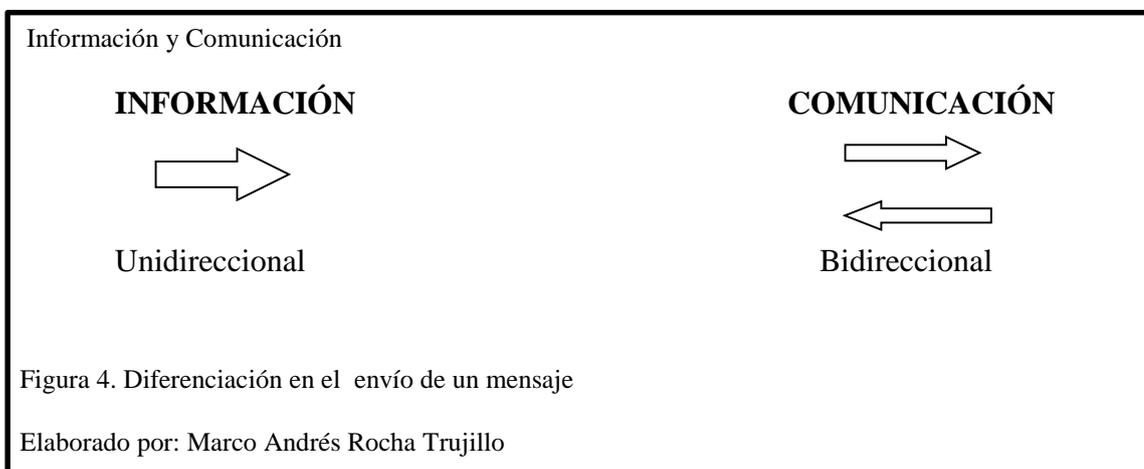
#### 1.9 Diferencia entre información y comunicación

El concepto de información se desarrolla a partir de un grupo de datos o fundamentos que tratan hechos o fenómenos que al ser establecidos y ordenados forman el mensaje, generando un cambio en el sujeto o en el entorno del que lo recibe. “La información se utiliza para gestionar la información y el conocimiento en usos particulares y en las organizaciones socioeconómicas” (Suárez, pág. 32); y así, al construir la información, esta debe caracterizarse desde algunas interrogantes las cuales son: ¿Qué quiere decir?, ¿Temas de cuestiones importantes?, ¿Debe ser actual o desfasada de tiempo?, ¿El emisor es fiable o puede proporcionar información no válida (falsa)?

A partir de estas interrogantes, se construye la información, pues estas mejoran la comprensión del individuo y reducen las dudas acerca de un tema, dando como resultado la toma de decisiones para solucionar problemas y a partir de las mismas adquirir un nuevo conocimiento.

Ahora, definiendo a la comunicación como el proceso por el cual se desarrollan las relaciones interpersonales; lo que permite influenciar en otras personas por medio del mensaje. Para que la comunicación sea eficaz, esta consta de varios elementos para su desarrollo, los cuales son: emisor, mensaje, canal, receptor.

A partir de lo mencionado en párrafos anteriores, la comunicación se desarrolla como un ciclo, donde el emisor y el receptor establecen un diálogo, en un espacio determinado, para transmitir, compartir e intercambiar conocimientos (información).



Por esta razón, la diferencia se establece en que la información, es el conjunto de datos que pretenden direccionarse a uno o varios destinatarios (audiencia televisiva), construyéndose de forma unidireccional, ya que la función del locutor es transmitir el mensaje a uno o más receptores.

Por otro lado la comunicación está constituida por datos, códigos, signos y símbolos coordinados de manera correcta, para llegar a uno o más receptores, pretendiendo obtener una refutación o aceptación al ser acogida, convirtiéndose en una comunicación bidireccional, ya que el emisor perpetuamente obtendrá una respuesta del receptor.

#### 1.10 Televisión como instrumento de imaginario social

La televisión funciona como parte esencial en el dominio de las personas, ya que a través de la programación genera un control sobre el imaginario de la sociedad, es decir, se enfatiza en elaborar una auténtica reproducción de la sociedad; dar a conocer una idea del otro y sobre la propia identidad de sí mismo, para así obtener una concepción de la sociedad y de cómo interactúa entre sí, y así reproducirla.

La televisión a través de estos programas construye y configura un imaginario social, desarrollándolo a partir de las ideas, en temáticas sobre el estilo de vida de las

personas y su identidad, dentro de las zonas urbanas, cómo interactúan entre ellos y su comportamiento con los demás con el fin de identificar agresiones, odio, amor, venganzas entre otros. Todo lo mencionado anteriormente es esencial para la construcción del individuo dentro de la sociedad ya que no surge de la ciencia sino nace de la relación entre los individuos, sus culturas y su forma de desenvolverse y desarrollarse en una ciudad, Cristian Petit conceptualiza que:

El imaginario social ya es social, el imaginario no es solo aquello de lo que trata un discurso, sino aquello de lo que está hecho, este mismo se constituye e instituye del sujeto en el que la televisión se ha convertido en los mediadores entre la sensibilidad expresiva-simbólica de las culturas urbano-marginales y rurales. (Petit, pág. 203)

Entonces, un imaginario social crea y hace a un individuo y a la sociedad, a raíz de lo dicho, la televisión usa la realidad y vida de las personas como un instrumento para la construcción del imaginario ya que a través de sus programas se expone, dramatiza y hasta populariza creando una fragmentación en la información emitida. Se dirá que el imaginario construye las identidades, prácticas y el discurso en las personas y la sociedad. La visión de la realidad, lo simbólico y el lenguaje, es lo que crea la producción del imaginario, es decir construye la realidad social y colectiva de los seres humanos. Porque genera la construcción de un concepto desde los programas, como una técnica utilizada para llegar a la audiencia, y establecer el imaginario, utilizando representaciones personales y colectivas, ideas e imágenes que representan a la sociedad.

En este proceso el medio televisivo se encarga de construir y elaborar las imágenes de amigos, enemigos, rivales y aliados; también conservan imágenes del pasado y las proyectan al futuro, como formas de superación y ejemplo para la sociedad, influyendo en la mentalidad, comportamiento de la audiencia, debido a que estas realidades sociales son elaboradas y en algunos casos inventadas utilizando símbolos y lenguajes, para que intervenga en los televidentes, ejerciendo un predominio de poder sobre ellos.

Por lo tanto el imaginario social se desarrolla como una referencia específica para conocer el vasto sistema simbólico que produce toda sociedad y todo ser humano

para percibirse a sí misma, otorgarse una identidad, expresar las creencias comunes, y establecer los modelos que rigen el orden social o las relaciones con los otros.

#### 1.10.1 Construcción de representaciones sociales en los medios televisivos

La televisión como medio de comunicación se encarga de mediatizar una realidad social con sus programas, a través de imágenes audiovisuales, utilizando una información discursiva; como segundo punto construye representaciones sociales que identifiquen al espectador con un grupo social, ya que cada medio televisivo se acopla a un método informativo y así provoca que el televidente se identifique con los diferentes estratos sociales.

Los programas en la construcción de las representaciones sociales, establecen sistemas de interpretación, es decir, orienta y organiza las conductas; ya que son una forma de conocimiento elaborado y construido entre el individuo y la sociedad a partir de las vivencias, experiencias y conocimientos transmitidos por la televisión. Por tanto, es necesario mencionar el lineamiento que:

Las representaciones sociales se construyen bajo procesos específicos, las mismas que nacen de la prensa, radio, novelas, películas, televisión y de una determinada área, las mismas que se desarrollan tomando en consideración las palabras, conceptos, discursos que por medio de los medios son divulgados, tratando de hacer asimilar un “Sentido común social. (Pozo, pág. 80)

Es decir, la construcción del contenido recurre a representaciones sociales de las zonas urbanas y sectores pobres de Guayaquil y del Ecuador, siendo centros marginados con problemas sociales, que no reflejan más que agresiones y violencia verbal, buscando protagonismo en su propio entorno y en otro espacio social como: “extremo de lujos económicos ” “nueva condición social”. Solo por aparecer en el medio televisivo.

De esta forma, Canal Uno con “En Carne Propia” y RTS con “Sorprendente”, este último con menor intensidad en el contenido que el primero, reproducen y emiten la otra cara de la sociedad, ese lado “malo y de peligrosidad” y “sobrenatural o inexplicable”, que muchos no lo ven y quieren conocerlo. Estos medios televisivos

pretenden representar la “pobreza” o “miseria humana” del país, haciendo uso del sensacionalismo y la espectacularización de los hechos, creando morbo social para obtener altos estándares de rating y elevadas ganancias económicas para la empresa televisiva. Por ello se lo hace referencia con la conceptualización de Peter Berger quien explica que: “La realidad social es entonces un orden que se construye a través de la influencia recíproca de los individuos, a partir de un primer acto: el de la comunicación y su estructura: el lenguaje”. (Luckmann, pág. 23)

Sin embargo, las empresas televisivas como representantes de los Mass Media, no se desarrollan solo por fines económicos y de publicidad, sino como emisores directos de los hechos reales que se suscitan a diario en la sociedad, con los protagonistas sociales, esos seres humanos de los que no se escucha sus problemas, ni tampoco se les da solución, haciéndose visibles a través de los programas televisados, pudiendo ser de esa manera escuchados.

Las representaciones sociales que construyen los programas son importantes para la creación de una identidad, por consiguiente, crean un patrón social reflejado a la realidad de una zona urbana del país, las mismas que son construidas para configurar una sociedad y una determinada cultura. La televisión por medio de una imagen (audiovisual) y el contenido informativo, transmite a las audiencias, connotaciones “buenas”, “peligrosas”, “malas” entre otras percepciones, que los mediadores (presentador) de la información, construye con la finalidad de criticar, evaluar y juzgar, estableciendo reglas sociales, valores morales a una sociedad determinada, con el medio televisivo con su papel de agente social como trasmisor de una verdad o mentira, a través de los contenidos, desde las representaciones sociales que están adheridas a una lógica económica (mercantilista) y de consumo que da prioridad a lo banal y la especulación, despojándose de una ética profesional al informar y educar sanamente.

#### 1.10.2 La sociedad como mercado

La industrialización fue el eje principal para introducir tecnología en las formas de producción, lo que crea una mecanización en el proceso del mismo, lo que generó una disociación entre la producción y el consumo, esta separación a su vez da paso a

la aparición del mercado, por consiguiente, la nueva lógica económica se construye en base a crear bienes o servicios dirigidos a la venta para el mercado (Sociedad).

Este hecho, marcó la aparición del mercado, el cual se generó a partir de dos factores diferentes, a raíz de la industrialización. El primer factor aparece con la mecanización del trabajo y del proceso de producción, lo cual hizo que el trabajador construya una relación de manera indirecta con las formas de producción, por medio de herramientas, máquinas, instrumentos, equipos y así, vinculándose con estos aparatos técnicos y transformándolos a una automatización, lo cual propició que se desliguen del resultado de la actividad productora, teniendo como destino la venta o el intercambio de mercado. Como segundo factor, el uso y el empleo de maquinarias aumentó el volumen de la producción y con ella se da la aparición de ganancias, que causó la aparición del mercado como una forma para distribuir bienes o servicios

El mercado se podría definir como un espacio de intercambio, venta y distribución de bienes o servicios que constituye el principio estructural de la sociedad industrial. Es el cuadro o red de distribución a través del cual bienes y servicios son encauzados. Se trata del mecanismo mediador entre productor y consumidor. (Rosdolsky, pág. 122)

Esta industrialización generó cambios en los seres humanos y en sus condiciones de vida, ya que la mecanización de la producción hizo desaparecer los bienes o servicios producidos para el consumo, pasando a ser dependientes de un bien o servicio que otros produjeran.

En nuestra sociedad actual, el ser humano trabaja para su estabilidad económica, experiencia en un campo laboral, cubrir sus gastos familiares, ser alguien productivo y por último, adquirir el poder de comprar; por consiguiente, el medio televisivo como gran empresa, ve a la sociedad como mercado, utilizando tácticas en los programas y contenidos, tal como se lo expuso en párrafos anteriores, visualizando a la sociedad como clientes potenciales, por ende, la imagen con contenido y responsabilidad social se ha reemplazado por la idea de empresa, con finalidad de lucro.

## **CAPÍTULO 2**

### **CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA: EJERCICIO DEL DERECHO A INFORMAR DE LA TELEVISIÓN ANTE EL RESPETO DE LA IMAGEN E INTEGRIDAD**

#### **2.1 Introducción**

Es de conocimiento público que el medio televisivo es utilizado como una importante herramienta, para producir y difundir información, de esta manera comunica y sensibiliza a la audiencia televisiva, por ello es fundamental que los programas estén debidamente informados, capacitados y comprometidos desde una perspectiva social, la cual refleje el respeto a la imagen de niños/as y adolescentes.

La responsabilidad de los medios televisivos, abarca compromisos, por ejemplo, el tratamiento ético de la información dirigida hacia niños/as y adolescentes, por lo que, el mensaje que los programas deberían desarrollar debe ser pensado en producción y difusión de programación en relación a sus derechos, tomando en cuenta el respeto de la imagen, y su integridad.

A raíz de lo mencionado, la programación televisiva, demanda tener una responsabilidad social, pues al ser un medio de comunicación, este tiene gran incidencia en la audiencia; en este caso el medio televisivo tiene mayor aceptación por parte del espectador. El manejo de la imagen de la niñez y adolescencia es un aspecto importante a ser tomado en cuenta dentro de la televisión, ya que ésta debe velar por su bienestar; a partir de lineamientos normativos desde el mismo medio televisivo, ejerciendo una correcta práctica profesional de calidad y siendo respetuosa de los derechos de menores.

Al relacionar el derecho a la libertad de expresión de la televisión con el respeto al código desde la integridad de la imagen de los menores; se trata de demostrar cómo se puede vincular estos dos derechos (ley y código), haciendo un seguimiento a los diferentes programas, tratando de que los mismos reflexionen sobre el trato de la imagen de la niñez en sus contenidos, y genere hechos noticiosos a través de un tratamiento correcto de la información.

## 2.2 Código de la Niñez y Adolescencia frente a los programas televisivos

El Código de la Niñez y la Adolescencia constituyen el mecanismo principal de control y vigilancia de los derechos de niños/as y adolescentes, debido a que la normativa regula y establece los derechos de los menores, y más en este caso en que hace respetar la imagen de estos en la programación televisiva.

Los programas “En Carne Propia” de Canal Uno y “Sorprendente” de RTS guardan relación con el código de la niñez y la adolescencia, pues según la normativa, la cual protege la imagen de los menores, prohibiendo publicar nombres, fotografías de éstos y a la vez resguardando datos e información que faciliten su identificación. La misma ley salvaguarda a los niños/as y adolescentes en la reproducción y difusión de escenas, en la cual se los evidencie como víctimas o autores de actos ilícitos, estableciendo multas y sanciones para el medio televisivo, que infrinja estas prohibiciones a la imagen.

De la misma manera se protege los hechos de violencia o conflicto de niños/as y adolescentes involucrados en peligro con la ley, en la cual se publiquen fotografías de los mismos; el código a su vez vigila la producción y difusión de contenido televisivo, cuidando de que no atente a la dignidad, autoestima, honra o a su reputación, tal como se lo puede evidenciar en el Capítulo V de derechos y protecciones del Código de la Niñez y Adolescencia, dentro de los artículos 50 y 51.

Art. 50.- Derecho a la integridad personal.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete su integridad personal, física, psicológica, cultural, afectiva y sexual. No podrán ser sometidos a torturas, Art. 51.- Derecho a la libertad personal, dignidad, reputación, honor e imagen. Tratos crueles y degradantes. (Código de la Niñez y Adolescencia, 2008)

Luego de haber nombrado brevemente las principales normativas de derecho, al respeto de la imagen de los niños/as y adolescentes, se puede evidenciar que el estado, por medio del presente código de niñez y adolescencia; y apoyado por la Ley Orgánica de Comunicación, busca que el abordaje de los contenidos televisivos sean de calidad, y respetuosos en temas que involucran a menores.

Es decir, los programas producidos por el medio televisivo deben construir un rol como formadores del imaginario social de los niños/as y adolescentes, hacia la opinión pública (audiencia), en la que el abordaje del contenido de programas sea adecuado para el desarrollo del bienestar infantil.

### 2.3 Libertad de expresión: derecho fundamental

Para iniciar con este apartado, es necesario establecer el término libertad, ya que este derecho fortalece a las personas, en un sentido individual, desde un aspecto liberal, es decir, que las personas tienen la capacidad de actuar como lo deseen, siendo un rasgo fundamental del ser humano. Por lo mencionado anteriormente, la libertad está relacionada con el ejercicio de los derechos del ser humano.

La libertad de expresión es un derecho del medio televisivo, a través del cual se comunican ideas, pudiendo llegar a cualquier sitio sin límite de frontera alguno. Al respecto la Carta Magna de la ONU, “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras”. (Derechos Humanos, 1999 Pag.36); siendo además un derecho consagrado en la Constitución del Ecuador.

Por lo cual, parafraseando el contenido de la libertad de expresión que se recoge el título II, sección tercera, Comunicación e Información, del año 2008, dentro del art 16, el texto constitucional reconoce como una comunicación libre, incluyente y participativa en cualquier ambiente social; misma que protege el derecho a expresar producir y difundir de manera libre ideas, opiniones y pensamientos dentro de cualquier medio de comunicación en este caso dentro del marco televisivo; la cual va de la mano con la libertad de las personas, ya que cada ser humano es libre de expresarse o escribir, lo que piensa, imagina o deduce, la misma no debe de infringir la verdad o atentar a la moral de los ciudadanos, es decir, el medio televisivo debe ser objetivo sin crear oposiciones ni controversia de unos contra otros.

El manejo de la libertad de expresión en el rol televisivo, se desarrolla de manera correcta a partir de:

- Opiniones sin intromisión.
- Sin limitación de frontera.
- Libertad de investigar, recibir, producir y difundir Información.

Sin embargo, dentro de este contexto, la libertad de expresión se desarrolla desde dos perspectivas. Por un lado, genera ideas, expresiones u opiniones abiertamente, mismo que lo ejercen los periodistas, por otro lado, como derecho primordial de la sociedad recibir información “clara”.

Por tanto, los programas “En Carne Propia” de Canal Uno y “Sorprendente” de RTS, como infractores a las leyes y a su derecho de libertad de expresión, desarrollan su programación desde:

- La pobreza
- La violencia
- Lo popular

La comunicación, en conjunto con la información, logra aspectos importantes dentro de la sociedad, por lo tanto, es imprescindible pensar, que una manera de vigilar las formas de expresión, comunicación e información, es solo a favor de las personas. Los principales elementos que intervienen en el derecho a la libertad de expresión son:

- Criterio, opinión
- Pensamiento, ideología
- Expresión, discurso

Esta libertad de expresión, puede producirse bajo una forma de conciencia, es decir, construir dicho derecho, a través de un modelo democrático por parte del estado, garantizando una pluralidad de ideas en una sociedad diversa.

Los fundamentos de la libertad de expresión han sido elaborados desde diversas perspectivas y enfoques, que resaltan la importancia de la difusión de ideas e informaciones para el desarrollo del ser humano y su autonomía individual, el fortalecimiento de la democracia, la formación de una opinión pública libre, la garantía de otros derechos

fundamentales, como el derecho a la igualdad, y la creación de un libre mercado de ideas. (Huerta, 2000, pág. 76).

Desde estos fundamentos, la libertad de expresión se la debe concebir como un derecho fundamental y esencial para el desarrollo del ser humano. Al referirnos a este término ya en un sentido estricto, el marco televisivo, es el medio por el cual se expresan ideas, y al comunicar esos pensamientos, estas se desarrollan sin fronteras.

Por lo tanto, la libertad de expresión se establece como el medio para legitimar diversos aspectos de la sociedad como hechos noticiosos que tengan una apariencia de veracidad; por otro lado la libre expresión de pensamiento, no debe ser utilizada para manifestar cualquier juicio de valor que perjudique a las personas.

#### 2.4 Derecho a informar

Desde la perspectiva del derecho, el concepto de información expuesto en el capítulo anterior, es manejado como un componente indispensable para el desarrollo de la sociedad, ya que genera elementos, los cuales guían y orientan a las personas convirtiéndose en un aspecto necesario para la participación de los seres humanos y a la vez de la protección de sus derechos.

El derecho a la información no consiste únicamente en la libertad de prensa, es, en verdad, también y más profundamente, el derecho a ser informado. Más aun, en una época en que la información, como mucho se dice, es un ingrediente decisivo en la vida de los seres humanos. (Carpizo, pág. 16)

Es decir, desde la perspectiva del autor, la información debe emplearse de manera racional y de forma productiva para beneficiar a las personas dentro de una sociedad, estableciendo garantías individuales para asegurar el ejercicio de este derecho, orientándose a proteger la libertad de informar que tienen los medios televisivos y de la misma manera vigilar el derecho de las personas al recibir cualquier tipo de información sobre temas de interés.

Por lo tanto, el derecho a la información, involucra la posibilidad de acceder a datos y documentos de cualquier índole. En los medios televisivos se observa el derecho a

informar, y este derecho se desarrolla desde la libertad de expresión, tratando de construir sociedades y medios informativos (medios de comunicación) partiendo del derecho a recibir información objetiva y oportuna, dirigida a todo ser humano sin exclusión alguna.

## 2.5. Televisión, imagen de niñez y adolescencia

En este apartado vamos a relacionar el Código de la Niñez y la Adolescencia con la libertad de expresión e información, en el contenido de los programas televisivos, verificando el cumplimiento del respeto a la integridad personal de niños/as, adolescentes y el derecho a informar y a expresarse que tiene el medio de comunicación.

Al tomar en cuenta el Código de la Niñez y la Adolescencia, verificamos que éste controla y vigila, principios y normas de los menores, sobre todo en el caso de su imagen ante el medio televisivo, actuando como autoridad, la cual garantiza el cumplimiento de sus derechos; así, la normativa protege a todos los niños/as y adolescentes y más aún en casos de marginalidad o pobreza económica, pues merecen ser más atendidos, con el fin de proteger su integridad.

Hoy no somos los mayores, los que damos a los hijos, nuestra visión de lo que nos rodea, ese rol hoy lo cumple la televisión y su programación. Ella marca pautas de conducta a seguir y determina qué clase de creencias morales, políticas, religiosas o filosóficas, deben aceptar o rechazar. (McLuhan, pág. 178)

Desde este lineamiento a esta programación se le puede denominar como lo “alternativo”, ya que va por lo marginal, que dentro de nuestro entorno es lo popular, y ha ido apoderándose del contenido de los programas, “En carne propia” y “Sorprendente”. Este tipo de periodismo popular se lo difunde diariamente, los temas no son temas coyunturales, pero se desarrollan a partir de las vivencias de los menores en sectores humildes, generando una noticia que se desarrolla desde “el lado oscuro de la vida cotidiana”.

Los programas de los medios televisivos a partir del derecho de libertad de expresión e información, este les conlleva a buscar otras formas de comunicar sucesos, en los

cuales no se hagan uso de las imágenes de Niños/as y Adolescentes, ni se los victimice o re-victimice; entre otros aspectos, el ejercicio del código y las leyes no busca censurar a la televisión, sino precautelar la imagen de la infancia, sin afectar su dignidad e integridad.

La televisión, además de la función de informar, entretener y formar a los individuos que integran la sociedad, ha pasado a tomar el lugar que antes lo tenían los padres y la escuela, que es: consolidar, rechazar e imponer valores, conformando o modificando opiniones, actitudes y comportamientos sociales. (Garcia, 2000, pág. 178)

Por esto, la televisión en la producción y difusión de contenido de programas, debe generar un aspecto social y humano, el cual ha de ser conciliador y educativo; no desenvolviéndose en ambientes de hostilidad, conflictos de la sociedad o adoptando comportamientos agresivos, mentiras, peleas y riñas familiares, las mismas que se reflejan en la escuela y el trabajo. Todos estos aspectos funcionan como un espacio de protagonismo de los menores, los cuales no se direccionan como una visión positiva o proactiva de los niños/as y adolescentes, ya que la televisión crea y establece la conducta de los mismos.

#### 2.5.1 Niños, niñas y adolescentes como sujetos de protección

Hay que reconocer que los programas que ofrece la televisión, son productos que los televidentes compran, y estos productos cambian porque están sujetos a una moda. En la actualidad, todo está permitido; cualquier cosa se desarrolla bajo la excusa de “mostrar la realidad” de “darle voz a todos”.

Es común ver series de televisión o novelas en donde los personajes por lo general no se encuentran incluidos dentro de un seno familiar tranquilo, fluido o agradable, por el contrario, encontramos hogares asolados por la perturbación, la anomalía y la angustia. “La gente se siente identificada con los personajes” y “lo que la gente quiere es ver programas que reflejen la realidad”; estas ideas son los dos pretextos más gastados para justificar el éxito de un programa del medio televisivo.

Por esto el Código de la Niñez y Adolescencia se ejerce a partir de ver a niños/as y adolescentes como sujetos de protección, ya que el Art. 4: “Define al niño, niña

como la persona que no ha cumplido doce años de edad, y el adolescente es la persona de ambos sexos entre doce y dieciocho años de edad”. (Código de la Niñez y Adolescencia, 2008, pág. 18)

Por ende, en el marco de nuestro país, los niños /as son personas que no han alcanzado aún los doce años; un adolescente es una persona cuya edad varía entre los doce y dieciocho años, es decir, están percibidos dentro del marco de menores de edad y son sujetos protegidos tal como lo menciona el Código de la Niñez y Adolescencia:

Las normas del presente Código son aplicables a todo ser humano, desde su concepción hasta que cumpla dieciocho años de edad. Por excepción se protege a personas que han cumplido dicha edad, en los casos expresamente contemplados en este Código”, el cual tiene el objetivo de proteger a niños/as y adolescentes, ya que son sujetos de protección por la legislación, la cual representa a la infancia y garantiza sus derechos. (Código de la Niñez y Adolescencia, 2008, pág. 8)

Entonces, la Ley Orgánica de Comunicación y el Código de la Niñez y Adolescencia los considera como sujetos de derechos y define a los mismos como universales, también define a los medios televisivos con responsabilidades hacia la sociedad, estado, y en este, en particular hacia los niños/as y adolescentes; así promoverán y protegerán a los mismos, creando conciencia en el medio televisivo sobre la imagen de los menores, pues son los responsables de proteger a la infancia junto con el estado, convirtiéndose en agentes de cambio del país.

#### 2.5.2 Televisión y derecho a informar: respeto a la imagen de la niñez

El derecho a informar de los medios televisivos debe delinearse, desde el contenido; como programas de calidad ejerciendo el respeto a la niñez y adolescencia, priorizando y precautelando los siguientes aspectos:

- Los títulos no estigmaticen a la niñez y adolescencia.
- La estructura del contenido informativo ejerza las normativas del Estado.

- Estructurar temáticas de los menores desde otras formas de representación.
- Autorregular o autocensurar la imagen de los niños/as y adolescentes.

La televisión y el derecho a informar como una forma de expresión, debe desarrollarse desde una visión de protección a este derecho en ideas, contenido, información, noticias, opiniones y en algunos casos abarca “opiniones indeseables”. Este ámbito de protección a la información y contenido de programas, debe entenderse en el contexto de respeto a la audiencia y a las normas deontológicas del comunicador, dentro del medio televisivo.

La utilización de la imagen de los niños/as y adolescentes son recursos de los programas televisivos, para la construcción de la noticia, pero los mismos deben tener en consideración, los siguientes aspectos:

- Protección del rostro de los menores
- Velar por la dignidad e integridad de los niños/as y adolescentes
- Evaluar el contenido informativo antes de su exposición.
- En el caso de visualizar la imagen de los menores, utilizar recursos tecnológicos (filtros en la imagen y distorsionador de voz).

Bajo este contexto y sin ninguna autorregulación, En carne Propia y Sorprendente, producen su contenido desde cuatro puntos de vista: jóvenes de la calle, violencia escolar, conflictos familiares y problemas con la ley; forjando una construcción social, la cual muestra una realidad de la misma sociedad, evidenciando una desfragmentación cultural, social y económica.

Estas condiciones y estilos de vida que se evidencian a través de la programación muestran libremente la exposición de los menores desde conductas agresivas, abusivas, violentas y delictivas, es decir, solo difunden a la audiencia conductas antisociales de los niños/as y adolescentes, dejando de la do todo su lado positivo.

Estos escenarios son a los que están expuestos los menores en la programación, dentro del programa, “En carne propia”, se reitera múltiples veces la violación a la imagen de los menores y en Sorprendente, existen estos escenarios, pero no

reiteradamente, esto se lo evidenció en los cuadros de análisis de los programas, expuestos anteriormente.

### 2.5.3 El contenido televisivo y su regulación con el Código de la Niñez y Adolescencia.

Partiré especificando que la regulación de contenido se genera como un criterio técnico sobre la programación, sean estos violentos o no educativos, los cuales afectan emocionalmente al niño/a y adolescente, ya sea como usuario o como hecho noticioso. El estado a través del mandato del Código de la Niñez y Adolescencia, busca procurar su bienestar, es decir, se preocupa por su salud mental, emocional, social y física; propiciando un bien común para la sociedad y de la imagen de la niñez.

La producción y difusión de contenido televisivo debe garantizar y contribuir al desarrollo integral de la infancia, tal como lo dice el código de la niñez y la adolescencia, mismos que se mencionaron en párrafos anteriores. Es deber de los medios televisivos asegurar que la imagen de los menores se genere de manera adecuada; la información sea veraz y pluralista para la audiencia, proporcionando orientación, para transformar a una cultura crítica, la cual haga ejercer el respeto a sus derechos. A partir de que la imagen de los niños/as y adolescentes se construya desde una conciencia crítica, es decir, elaborando contenido de información de interés nacional y local en la que prevalezcan los lineamientos del Código de la Niñez y Adolescencia, aplicando restricciones a la información del contenido con la imagen de los menores, la cual no atente en contra de su integridad física y moral.

La Ley Orgánica de Comunicación y el Código de la Niñez y Adolescencia aseguran un contenido televisivo adecuado, es decir, garantiza el respeto a las mismas, para evitar la producción y difusión de contenido en el que se exponga a menores, siendo estos observados como víctimas o agresores, convirtiéndose en programación negativa y nociva de la niñez y a la vez desfavorable para un desarrollo mental sano y personal de la audiencia.

Por lo tanto el medio televisivo, debe ser utilizado para tratar temáticas de la niñez, ejerciendo sus derechos, protegiendo su identidad, integridad e imagen y así evitar

elementos del contexto de niños/as y adolescentes que los identifique con el contenido televisivo. La relación del Código de la Niñez y Adolescentes lleva a crear estándares y buenos ejemplos de respeto, protección y garantía de los derechos de niños, niñas y adolescentes; transformando a los medios de comunicación a ser más abiertos y democráticos, convirtiendo el medio televisivo en un canal que promueve una cultura de derechos sobre la imagen de los niños/as y adolescentes, además de garantizar una industria televisiva de medios en general, debidamente regulada y supervisada, con control social.

Al mencionar el derecho y el respeto a la imagen de los niños/as y adolescentes, se está velando por que la producción y difusión de contenidos televisivos sean educativos, culturales y de un periodismo ético, el cual no atente a los derechos de la infancia. Por tanto, es necesario contar con leyes y normativas, ya que son las únicas que pueden controlar y vigilar el contenido de un programa y sus actividades, con el fin de que fomenten el desarrollo físico, psicológico y personal de los menores.

## 2.6. Uso de la televisión desde la regulación y control

La Ley Orgánica de Comunicación define a la televisión, como un medio de comunicación, el cual debe promover en sus contenidos informativos, valores de igualdad, respeto, solidaridad; y no construir imágenes de violencia, maltrato, abuso, explotaciones, tratos degradantes o sexistas, por esto su regulación marca una ruta adecuada para el cambio.

Al abordar el tema de la televisión en relación a la producción y difusión de sus programas, la Ley Orgánica de Comunicación, trata de analizar el contenido de los mismos, que pueden ser peligrosos para los niños, niñas y adolescentes, sin embargo hay otra cuestión de gran importancia cuando hablamos de los menores y la televisión y se trata del derecho a la propia imagen de aquéllos, cuando se enfrentan al ámbito televisivo.

Los procesos de comunicación observarán el principio del interés superior de los niños, niñas y adolescentes, lo cual demanda el cumplimiento irrestricto de su derecho a la libertad personal, dignidad, reputación, honor e imagen; el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad conforme lo

determinado en el Art.46 de la constitución de la república 2008 y en el código de la niñez y adolescencia, Art29 dice:

El manejo de información sobre la niñez, es en primera instancia, una responsabilidad. Por ello es necesario ver a la niñez como sujeto de derechos, conocer las herramientas que permiten un abordaje del tema desde una perspectiva de derechos. (Código de la Niñez y la Adolescencia , pág. 16)

Como segundo punto, se observan los cambios que se generaron a partir de la L.O.C con una autorregulación en el contenido de la programación, a partir de estar controlada y vigilada; ya que la televisión como un medio de comunicación debe cumplir el papel de instrumento de información, educación, entre otras, ocurriendo que estas prácticas sociales se estaban volviendo relevantes y su función fue cambiando de rol, centrándose en aumentar la audiencia televisiva (rating). Por ende, los programas: “En Carne Propia” y “Sorprendente”, basaron su contenido informativo en el sensacionalismo o como se lo conoce comúnmente, en la “Crónica Roja”.

Partiendo desde la función del medio televisivo, mencionado en el párrafo anterior y observando cómo su rol ha ido cambiando desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, que autorregula toda la programación, haciendo repensar el concepto y el correcto manejo en la temática de la imagen de los menores, a través de la ejecución y el respeto al Código de la Niñez y Adolescencia.

Esto genera que se redireccione el tratamiento que se le da a la imagen de un menor de edad, el cual garantice el respeto a su integridad, para un pleno desarrollo personal. Siendo que estos mandatos legales llegan a toda clase de entidades de medios de comunicación, sean públicas o privadas, haciendo respetar los derechos de los niños/as y adolescentes y evitando el ser expuestos desde: el maltrato físico, psicológico, explotación sexual, agresión, violencia o como víctimas o gestores de abuso.

Por consiguiente la Ley Orgánica de Comunicación en conjunto con el Código de la Niñez y Adolescencia regula el adecuado manejo del concepto de libertad de información en temáticas de manejo de la imagen e integridad de los niños/as y

adolescentes, por tanto el siguiente cuadro describe el respeto que se debe generar en los medios televisivos a través de los hechos, notas, noticias o historias en los que se los haga participes.

La Ley Orgánica de Comunicación es un elemento necesario para delimitar las formas de representación de la niñez con una figura de derechos a la protección integral de su imagen y a su personalidad, pero es necesario ir más allá de los papeles legislativos y comenzar por una transformación en la programación, dejar de ser vistos como sujetos de consumo y pasar a sujetos culturales y de la misma manera el transformar la difusión que implica pasar de mirar, analizar y representar la niñez como objeto, tal como lo señala el autor:

El objeto goza de dos sentidos, amplio y estricto. El objeto de conocimiento en su conjunto es el “mundo exterior”, éste está dotado de una existencia independiente del pensamiento del hombre. En sentido estricto, el Objeto, “no es la cosa o fenómeno parte del mundo exterior conocidos, sino lo que hay de inteligible en esa cosa capaz de ser percibido y captado en el acto de conocimiento”. (Sierra, 1984, pág. 5)

Es a partir de argumento que a la niñez se la ve como objeto informativo o como seres consumistas, en la que los medios televisivos solo producen y difunden información dañina para su crecimiento mental y físico, es por esto que los niños/as y adolescentes deben dejar de ser vistos como objetos y transformarlos a sujetos, como lo afirma el autor:

El sujeto, entendiendo a éste como el elemento de la relación que, en su acto de conocer, recibe las imágenes del mundo, las procesa y explica a través del lenguaje y genera un juicio. La noción de sujeto se puede entender en dos dimensiones, amplio y estricto. En sentido amplio se entiende al sujeto como al hombre en su “entera naturaleza”, sus sentidos, sus facultades, es decir, lo que compone al hombre en su conjunto, que es el que conoce. (Sierra, 1984, pág. 5)

Desde lo mencionado, la libertad de expresión, es derecho fundamental del ser humano, por tanto es una necesidad vital de la sociedad y una obligación ineludible

de los medios de comunicación y del estado cumplir un rol esencial, el ser leal y consecuente con los principios y las aspiraciones de la población, de su comunidad y de la familia.

La Ley Orgánica de Comunicación recoge un conjunto más o menos amplio de criterios como: trato y respeto de la integridad a las personas, dignidad humana, ejercicio profesional como normas de comportamiento de carácter moral que formulan y asuman el compromiso de su actividad profesional del medio televisivo.

Por tanto, medio televisivo y el comunicador tienen derecho a garantías y facilidades para el mejor cumplimiento de su función, por consiguiente está obligado a respetar los derechos de las personas y en este caso de niños/as adolescentes y la integridad moral de estos, especialmente su vida privada, y a guardar una conducta ejemplar que asegure precisamente su autoridad para: informar, orientar, denunciar o exigir a través de los medios de comunicación social.

Los medios de comunicación (televisión) plantea que estos comprenden las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos (televisión, prensa, radio, cine) para producir y difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso. (McQuail, pág. 36)

La televisión como canal para difundir información, debe tener una mirada especial para las situaciones de los niños/as y adolescentes, despojándose de la lógica comercial y desarrollando noticias con rigurosidad en el tratamiento del contenido informativo desde la perspectiva de derecho de la infancia y en apoyo de la Ley Orgánica de Comunicación, enfocándose en lo siguiente:

- Generar cambios en los escenarios sociales
- La infancia como prioridad.
- Despojar del medio televisivo la imagen de niñez como objetos de derecho.
- Producir información, desde perspectivas diferentes, rigurosas y argumentativas, las cuales contribuyan a fortalecer la imagen de los menores como sujetos de derechos.

Las premisas mencionadas transformarán, los programas televisivos, en el tratamiento informativo, es decir, se generará un nuevo método informativo en el rol de la comunicación de medios de información como un proceso de transformación social, el cual permita abordar la temática de niños/as y adolescentes, desde la teoría y la práctica como propuestas de transformación.

La televisión y su programación deben cumplir la función de construir la representación de una realidad, más que una imagen de la misma, por lo tanto, la construcción de la realidad a través de la vía cotidiana de los seres humanos se debe producir y difundir desde un aspecto cultural como una perspectiva de significación.

Al mencionar el aspecto cultural y la perspectiva de significación a través de la Ley Orgánica de Comunicación junto con el medio televisivo, se quiere decir que se debe conciliar las lógicas comerciales de la televisión con las perspectivas de derecho de los niños/as y adolescentes, ejerciendo una comunicación diferente desde una dimensión cultural, logrando un proceso comunicativo efectivo de parte de los programas televisivos con la audiencia.

De esta manera la imagen de los niños/as y adolescentes como seres humanos vulnerables, abusados, victimizados, sin identificación o sin ser escuchados, es la imagen que representa reiteradamente el medio televisivo. Para conseguir que los menores sean vistos como sujetos de derechos, el medio y su programación deben ser sensibles con el propósito de servicio hacia la persona y con relación al mundo que le rodea, ejerciendo el papel de agente transformador cultural y social.

Los medios televisivos tienen, además, la responsabilidad de: asumir e incorporar aspectos que promuevan la figura de derechos a la niñez, la cual se puede direccionar con historias interesantes sobre esta etapa de la vida, el papel que cumplen en la sociedad, sus metas, objetivos y logros, para que la programación no radique en la capacidad para transmitir ideas acerca de su vulnerabilidad.

A partir de estas perspectivas, y con la Ley Orgánica de Comunicación se va a identificar e investigar, información sobre el trato de la niñez en los programas y contenidos televisivos siendo rigurosos y consultando fuentes; ya que el tema de la niñez no se puede asumir a la carrera, es necesario reflexionar primero en la información y los contenidos para después producirla o publicarla, ya que la

normativa se desarrolla en plena concordancia con la obligación constitucional del Estado ecuatoriano, de adoptar las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma que falte el respeto a la integridad de las personas, en especial la ejercida contra las niñas, niños y adolescentes y su imagen.

#### 2.6.1 Diferencias entre la censura y la autorregulación televisiva

La censura: En el sentido más general, la censura se la considera, como supresión del contenido informativo de un medio de comunicación, considerándola, como ofensivo, dañino, inconveniente o innecesario para un medio, en este caso la televisión.

El diccionario de la Real Academia, “censura es la intervención que práctica el censor en el contenido o en la forma de una obra atendiendo a razones ideológicas, morales o políticas” (Real Academia Española, 2001)

La censura se la definirá como el uso del poder ante el medio de comunicación (televisión) por parte del estado o de grupos de poderes económicos o políticos, los mismos que influirán en el medio televisivo como una forma de controlar la libertad de expresión.

La censura aparece como una modalidad de la actividad de coacción que ejerce a través de la policía administrativa, definiéndola como el conjunto de medidas coactivas utilizables por una administración para que el particular ajuste su actividad a un fin de utilidad pública. (Jaén, pág. 114)

Dentro del marco televisivo la censura provoca que no se sepa la verdad sobre la información de alguna realidad de interés público, convirtiéndose en algo negativo en el ejercicio de la libertad de expresión del periodismo, atentando contra la democracia en la cual la libre expresión es el eje fundamental para el desarrollo de una sociedad.

Dicha censura no solo se genera por grupos de poderes económicos o políticos, esta es explícita, es decir, que puede estar dentro de un reglamento, en este caso, considerada en la Ley Orgánica de Comunicación, salvaguardando e impidiendo que

cierto tipo de información pueda ser reproducida y difundida a la sociedad, y como protección para toda la sociedad en común.

La autorregulación, según la D.R.A.E: “La autorregulación se refiere a aquella capacidad que dispone una entidad, asociación, organización o institución de regularse a sí misma en base a un monitoreo y control voluntario que tendrá lugar desde sus propias instalaciones y recursos” (Real Academia Española, 2001). El vocablo autorregulación no solo nace de un compromiso voluntario, orientado a complementar la libertad de los medios televisivos, sino que establece un hecho de convivencia, en la cual el medio televisivo y los sujetos de información, establecen un conjunto de normas para el desarrollo informativo generando respeto, certeza y credibilidad en el tratamiento de la información y desarrollando garantías para el ejercicio de los derechos en colectivo.

Por tanto, en el marco televisivo, la autorregulación, es la capacidad del medio televisivo, para regularse a sí mismo en sus contenidos, acatando la regulación de las leyes del estado, para lograr un equilibrio con las normativas, medio y ciudadanía. Esta autorregulación se la desarrolla sin necesidad de la intervención del estado o de alguna institución de control. “la autorregulación puede ser un método complementario para aplicar ciertas disposiciones del medio de comunicación (televisión) para de esta manera sustituir las obligaciones y mandatos de un poder legislativo”. (Cañizares, pág. 178)

De tal manera, los medios televisivos del Ecuador han aplicado esta autorregulación como una normativa “propia” para cumplir y respetar el Código de la Niñez y Adolescencia en la cual no intervenga la ley orgánica de comunicación para censurar la programación. De esta manera, la televisión organiza el contenido y la programación, es decir controlan su programación para generar protección a la imagen e integridad de los menores.

## CAPÍTULO 3

### ANÁLISIS DE CASO DE CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS EN CARNE PROPIA Y SORPRENDENTE

#### 3.1 Introducción

La propuesta de este tema nace a partir de la preocupación sobre el manejo periodístico que le dan a la información en los programas: En Carne Propia y Sorprendente. El tipo de periodismo que se realiza en ellos se caracteriza por ser poco objetivos y muy sensacionalistas, y en el peor de los casos programas basura.

Por otro lado, la televisión a nivel mundial está experimentando un nuevo formato, que a los teóricos les cuesta mucho entender.

Según Omar Rincón, investigador: “la nueva televisión (y esto incluye a los noticieros) debe cumplir con cuatro características fundamentales para que tenga éxito: entretenimiento popular, contar historias que identifiquen a los ciudadanos, innovación en la estética y formatos, generar conversación”. Por tanto al tomar en cuenta estos puntos, los programas “En carne Propia” y “Sorprendente”, ¿ingresarían en esta nueva visión de hacer televisión?

El análisis de estos programas siempre se lo ha realizado superficialmente, a partir del debate que surge en las audiencias, o en aquellos críticos de televisión, quienes tienen cierto espacio en los medios y de manera breve expresan sus opiniones acerca de su contenido y manejo de la información. Esta investigación se origina debido a nuestro interés por profundizar un poco más en el contenido de los programas: “En Carne Propia y “Sorprendente”; ya que la programación sensacionalista dentro del medio televisivo ecuatoriano ha ido ganando terreno, pues estos se desarrollan con imágenes simples y crudas de conflictos y escándalos sociales, las cuales denigran la imagen e integridad de los niños/as y adolescentes.

En el último capítulo se analizará la producción y difusión de programas televisivos que no cumplen con el Código de la Niñez y Adolescencia según la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), asegurando el ejercicio pleno de sus derechos desde su

imagen e integridad. En este apartado se marcarán lineamientos y planteamientos en base al análisis, lo que nos permitirá desarrollar correctamente el tema a identificar.

Como perfil de este análisis se describirán: objetivos de análisis, justificación, universo, periodo de tiempo, planteamiento del problema, hipótesis, horarios de programación, periodos de tiempo, variables e indicadores, lo que nos ayudará a llevar a cabo este último capítulo.

El análisis se realizará usando el método aplicado, ya que nos ayudará a responder de forma más efectiva a los objetivos y la hipótesis, para de esta manera identificar las variables, que son utilizadas por los medios en el irrespeto a la imagen e identidad de los niños/as y adolescentes; y a la vez demostrar cuantitativamente la violación a estos derechos antes de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, y como esta programación varía desde una autorregulación después de la aparición de la normativa.

Por esta razón, la investigación es exploratoria ya que se intenta identificar las variables y cómo estas se relacionan con la Ley Orgánica de Comunicación y el Código de la Niñez, desde la violación a los derechos y desde el respeto a los mismos; y de esta manera encontrar los indicadores que ayudarán en este análisis a precisar con mayor certeza el número de reiteraciones de la violación y vulneración de los niños/as y adolescentes.

Al desarrollar el análisis semántico, nos permitirá identificar los aspectos del significado, la interpretación de un elemento, palabra, expresión o símbolo para de esta manera determinar y comprobar.

Con la aplicación del análisis pragmático se identificará la relación de los signos de las imágenes con el lenguaje y sus contextos y a la vez se observarán las circunstancias en las que las personas hacen uso de los mismos, las personas son: los hablantes, signos, palabras, siendo a partir de las mismas, que se constituye la pragmática, es decir los hablantes realizan la locución y en este caso el contexto en el que se desarrolla la comunicación ejemplificando con una frase del análisis de contenido: “Él es todavía un mocoso”, se la interpretaría desde dos aspectos: del cómo se la pronuncie, o desde el contexto en el que se lo hace.

Por último, el análisis teórico que permitió compilar información, bibliografía y una técnica comparativa para identificar la aplicación de la LOC, la cual controla y vigila la transmisión de los programas televisivos, con relación al manejo de la imagen, identidad de los niños/as y adolescentes desde la promulgación del derecho de los mismos, esto nos permitirá obtener los aspectos positivos y negativos, que facilitarán el direccionamiento a los objetivos trazados para el análisis de los programas: “En Carne Propia”, de Canal Uno y “Sorprendente”, de RTS, para lo cual se realiza el análisis teórico de los principales conceptos y modelos de la temática, permitiendo guiar el trabajo de grado y contribuir a sustentar los principales resultados obtenidos en este proceso.

### 3.2 Tema

Análisis de la producción y difusión de programas televisivos que no cumplen con el Código de la niñez y adolescencia según la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), asegurando su imagen e integridad en el ejercicio pleno de sus derechos.

### 3.3 Objetivos del análisis

- Analizar en los programas televisivos “En Carne Propia” de Canal Uno y “Sorprendente” de RTS, el tipo de abordaje que dan a sus contenidos informativos y si estos se desarrollan con responsabilidad, desde un rol comunicacional, respetuoso y educativo en su diseño y difusión.
- Identificar la aplicación de la normativa (L.O.C) y desde qué aspectos ésta controla y vigila la transmisión de los programas televisivos para su cumplimiento, con relación al manejo de la imagen e identidad de los niños/as y adolescentes, desde la promulgación de sus derechos.

### 3.4 Justificación

En el Ecuador y en la actualidad mundial, uno de los medios de comunicación más poderosos es el televisivo, ya que es muy versátil, cuya función es distraer, entretener y como un tipo de acompañamiento y las personas lo utilizan para:

- Ponerse al corriente de lo que pasa todos los días a nivel mundial.
- Conocer los entornos socioculturales de las personas.
- Instrumento de poder político y económico.
- Medio publicitario.
- Medio comercial (Compra- Venta de objetos).

En nuestro país los medios de comunicación televisivos de acuerdo a la LOC son de tres tipos: medios televisivos privados, públicos y comunitarios los cuales tienen las siguientes responsabilidades: desarrollar sentido crítico en la ciudadanía, promover la obediencia a la constitución, leyes y autoridades públicas, promover espacios para resolución de conflictos y contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad e impedir la difusión de publicidad engañosa, sea esta: sexista, racista o discriminatoria en la que se vulneren los derechos de las personas.

Estas responsabilidades se deben desarrollar para así contribuir en la formación de la ciudadanía y para que exista una verdadera libertad de expresión, en la que el derecho a la información sea cierto y esté avalado.

A todo esto La Ley Orgánica de Comunicación en su Art. 70 especifica los tipos de medios de comunicación en el Ecuador.

Uno de los medios públicos es la Televisión Pública, la misma que se dirige al ciudadano, más que a un consumidor, cuya función primordial consiste en contribuir diariamente e ir construyendo escenarios de comunicación y diálogo entre varios actores sociales. Otra característica de este medio es que se encarga de producir programas con bases culturales, los que se articulan para establecer prácticas sociales, creando valores y nuevas expectativas.

Otro medio alternativo, es la televisión comunitaria, la que se desarrolla como una manera de solucionar problemas de las comunidades, debido a que en estos sectores sociales se ha creado un vacío de comunicación, por lo que sus voces no han sido escuchadas ni sus necesidades atendidas.

La televisión comunitaria no pretende imponerse a gran escala ni tampoco se crea para establecer una ganancia, sino que al obtener una ganancia esta es reinvertida en el mismo medio, para seguir encargándose de proyectos comunitarios, los cuales se

orientan a la colectividad, de esta manera son partícipes en la programación, construcción de valores, administración y evaluación del medio televisivo.

Y finalmente, la televisión privada, como un medio que nace con capital privado de accionistas, cuyas utilidades se reparten entre ellos. Sin embargo, no están exentos de tener una responsabilidad social; al ofrecer sus contenidos deben ser: informativos, educativos y culturales. Tienen una vigilancia externa, en este caso el Estado, que por medio de sus leyes y reglamentos lleva un control de los mismos.

A partir de lo mencionado vamos a enfocar este análisis de contenidos desde dos programas de un medio privado, estos se caracterizan en su producción y difusión de contenidos en las líneas de diversión y esparcimiento; tal como se ha mencionado en párrafos anteriores los aspectos culturales y educativos han sido remplazados por el espectáculo, espectacularización y contenidos de entretenimiento, dirigido a los adultos. No obstante esto conlleva a un control por parte del estado con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación que vigila que se dé cumplimiento a los aspectos de protección y ejercicio de derechos de la niñez a través del Código de la Niñez y Adolescencia regulando la programación y el contenido.

Por tal motivo el análisis se hará a los contenidos de los programas: “En Carne Propia”, de Canal Uno y “Sorprendente”, de RTS; para descubrir las causas de aceptación en la sociedad y la caracterización de su público adulto. Estos programas televisivos están dirigidos a la ciudadanía y de la misma manera hablan de menores, considerando que la audiencia será un público adulto, es en relación a lo mencionado que vamos a estudiar cómo es el comportamiento de los medios televisivos en la representación de la propia imagen de los menores y el respeto a ella, se analizará la programación y el contenido para ver la relevancia con el público, haciendo hincapié desde la Ley Orgánica de Comunicación antes y después de su aprobación, tal como se ha indicado anteriormente, y viendo como se la aplica con el Código de la Niñez. Y de esta forma partir como primer punto, desde el hecho de que los medios de comunicación televisivos convierten a la audiencia en espectadores que no necesitan mayor esfuerzo para captar y entender los mensajes, y de esta manera aprovechar y reproducirles a través de la pantalla un “mundo ficticio” o la espectacularización del mismo; como segundo punto, el contenido y la información que nos dan los medios televisivos nos llegan de manera muy simplificada o muy

sensacionalista pues transmiten una mirada parcial de la realidad o alterada de la misma, manipulándola a favor de su conveniencia comercial.

Es a partir de lo mencionado que los programas televisivos buscan constantemente llegar al público adulto, siendo estos sujetos prioritarios para el consumo de su programación, apelando siempre a los signos visuales que los conecta directamente con las emociones. Los colores, las formas, el movimiento de la imagen de los objetos y sujetos; así como los movimientos de cámara, inciden directamente en la emotividad del público adulto para llevarlo al consumo de la programación. Enfocándose prioritariamente en la emotividad por medio de imágenes, sean estas de: la niñez o la realidad de las personas y la espectacularización de las mismas. De esta manera los programas, utilizando estos enfoques en el telespectador que lo condicionan y lo llevan a una lógica emotiva, la cual anula dicha racionalidad ante el contenido de la programación emitida, llevando al público adulto a seguir consumiéndola, pasando por alto si existe el respeto a leyes, derechos y normas que protege a la niñez de las imágenes que son transmitidas por la televisión.

#### 3.4.1 Propuesta metodológica

##### Corpus:

Es un análisis de contenido de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” cuya interpretación se basa a partir de la imagen y el mensaje de la niñez y adolescencia, la cual se desarrollara con una técnica cualitativa, se trabajara con lógicas basadas en la combinación de categorías y conceptos.

Por tanto, permitirá elaborar datos relevantes sobre las condiciones en que se han producido las imágenes y textos y develar su significado, sentido y su resignificación, de forma que una esta nueva reinterpretación permita un diagnóstico, es decir, se generara un nuevo conocimiento

De acuerdo a lo mencionado anteriormente la construcción de este análisis de contenido se desarrolla bajo los siguientes pasos metodológicos de interpretación:

- Selección de la comunicación que será estudiada.
- Selección de las categorías que se utilizarán.
- Selección de las unidades de análisis.

- Análisis de programas / Identificación de las variables:
- Análisis del significado – Significante
- Representación simbólica
- Análisis Denotativo – Connotativo
- Reinterpretación
- Análisis pragmático
- Análisis teórico

Este capítulo, se produce dentro de los marcos televisivos “Canal Uno” y “Rts; ya que a partir de estos, nace la preocupación sobre el manejo de la imagen e integridad de los niños/as y adolescentes, las cuales se generan en los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente”, mismos que se caracterizan por ser poco objetivos y sensacionalistas.

Se ha selección los programas anteriormente mencionados, de toda la bandeja de programación de estos canales; ya que tratan de llegar a la audiencia, evidenciando imágenes reales de situaciones familiares, escolares y de comunidad, produciendo y difundiendo contenido, desde visibilización de la imagen de niños/as y adolescentes, infringiendo en el respeto a sus derechos, tal como los establece la Ley Orgánica de Comunicación y el Código de niñez y adolescencia.

Por tanto, se ha tomado las fechas del 13 de abril, 13 de mayo y 13 de junio de 2013 antes de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación y las fechas posteriores a la misma, 13 de junio, 13 de julio y 13 de agosto de 2013.

Se ha tomado los tres meses antes de la aprobación de la ley Orgánica de Comunicación, para poder analizar, si los programas antes que entre una normativa en vigencia, han optado por autorregular el contenido de la programación, en la cual la comunicación contribuya a consolidar una sociedad con derechos.

De la misma manera se tomara los tres meses posteriores a la aprobación de la ley y analizar, si los programas han sido autorregulados o han mantenido su contenido, autocensurando sus imágenes, y de esta manera examinar, el tratamiento de la información ligado a la niñez como sujetos de igualdad en la diversidad de sus derechos.

### 3.5 Universo de estudio

#### 3.5.1 Programas

En carne propia: Programa televisivo transmitido por Canal Uno, cuya temática se enfoca en los hechos reales de las personas y de la sociedad, especialmente de los sectores urbanos de Guayaquil, presentando situaciones reales y experiencias propias. Este programa está a cargo del presentador José Delgado que transmite y da a conocer con profundidad la realidad social de las personas que habitan en esta zona. La finalidad del programa, es llegar a la verdad de cada historia. Impone un estilo sensacionalista, narrativo que busca emocionar y producir sensaciones al público, causando polémica en sus historias, para de esta manera llamar la atención del espectador.

Sorprendente: Programa televisivo transmitido por RTS, su contenido se desarrolla bajo los parámetros de ser un espacio de: casos e historias, las cuales nos mantendrán como su lema lo dice: “Al filo de los hechos”, su contenido e información está basado, en el hecho de que pocos conocen lo que se suscita en la actualidad dentro de nuestra sociedad, revelando y emitiendo notas impactantes y difíciles de creer, las cuales nos mostrarán la cruda realidad de nuestra sociedad. Tiene un género sensacionalista por sus escenas y por la narrativa de tinte dramático con el fin de captar la sintonía del televidente.

#### 3.5.2. Horarios de los programas

##### 1. En Carne Propia:

Lunes a Viernes: 20H00 – 22H00

Sábados: 20H30 – 22H00

##### 2. Sorprendente

Lunes a Viernes: 19H00 – 20H00

#### 3.5.3. Audiencia

La programación se ajusta a un rango de edad según la hora de los programas ya que al emitirse en horario nocturno: 19H00 A 22H00, estos son accesibles a todas las edades desde niños de 12 años hasta las personas mayores de 65 años en adelante.

#### 3.5.4. Calificación de los programas

Clasificación B: No propicia para menores de edad, de 19H00 a 23H00, en esta franja horaria puede haber más contenido violento y sensual.

#### 3.5.5. Rating

Sorprendente: tiene 6.9 puntos de rating en comparación de los programas que se transmiten en el mismo horario.

En carne propia: mantiene un rating de 8.0 puntos y ocupa la cuarta posición en la programación de ese horario.

#### 3.5.6. Período de tiempo

Los programas televisivos han sido analizados y observados durante el tiempo de dos meses, desde el 13 de abril de 2013 hasta 13 de junio de 2013, antes de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación y dos meses después de su aprobación, 14 de junio de 2013 hasta 14 de agosto de 2013, en la que tomaremos 4 casos por mes.

#### 3.5.6. Metodología del Proyecto

El estudio de la sintonía de los programas En Carne Propia y Sorprendente, se llevará a cabo en la ciudad de Quito provincia de Pichincha.

#### 3.5.7. Hipótesis del proyecto

Este análisis se llevará a cabo manejando la hipótesis posible de que la responsabilidad de la programación es propia del medio televisivo, ya que construye su contenido y la jerarquiza en un orden prioritario de expectativa, la cual cambia diariamente y depende de la reformulación de historias continuamente, día a día, para

su permanencia en el medio, reflejándose en la sociedad un holograma de realidades ficticias o extrañas.

Por consiguiente la audiencia utiliza la televisión como una manera de conectarse al mundo y como forma de entretenimiento, constatando que la influencia de los programas es lo que provoca o genera el consumo, como consecuencia estos productos televisivos no construyen un nuevo pensamiento ni les lleva a discutir sobre las imágenes transmitidas, y menos sobre la representación que hacen de la realidad, volviéndola desculturizante, ya que provoca una confusión constante entre lo que es normal o anormal, en una sociedad.

Es decir, lo normal carece del interés de la audiencia, por lo que la difusión de valores no es alternativa suficiente, sino los antivalores como principio fundamental que provoca mayor impacto en los televidentes. Por tanto los programas: “En Carne Propia” y “Sorprendente”, se han interesado por captar la atención de su audiencia hasta conseguir un alto grado de sintonía, utilizando nuevas técnicas y formas en presentar la información, basándose en el drama, o en la caracterización de la persona.

#### 3.5.8. Planteamiento del problema comunicacional

La televisión nos entrega información a través de sus programas, es ahí donde nace la noción de los mismos que es: transportar un mensaje o un sentido predeterminado, a través de prácticas de significación; es decir que la televisión nos dice “Qué pensar” en vez de “Sobre qué debemos pensar”, así que la comunicación es el transportador del proceso social, por lo que cabe preguntarse si la televisión: ¿Es en sí misma responsable de su programación y contenidos?, ¿Es desculturizante?, ¿Deformadora o sensacionalista?

La televisión es una herramienta fundamental en su relación con la audiencia, ya que funciona como un proceso de construcción de sentidos, pues su contenido posee un mensaje. Por esta razón la comunicación en los programas televisivos tiene una lectura, pasando de ser un juego de palabras, a una forma de identificar una nueva y diversa manera de transmitir la información, lo que hace que la unión de sonido con la imagen, la facilidad de contemplar acontecimientos en tiempo real, la capacidad de interpretar sentidos al mismo tiempo y darlos a conocer, integre diferentes tipos de

arte (música, pintura, fotografía, literatura...) y a partir de estas categorías genere códigos comunes y a la vez emotividad, siendo esta su principal característica.

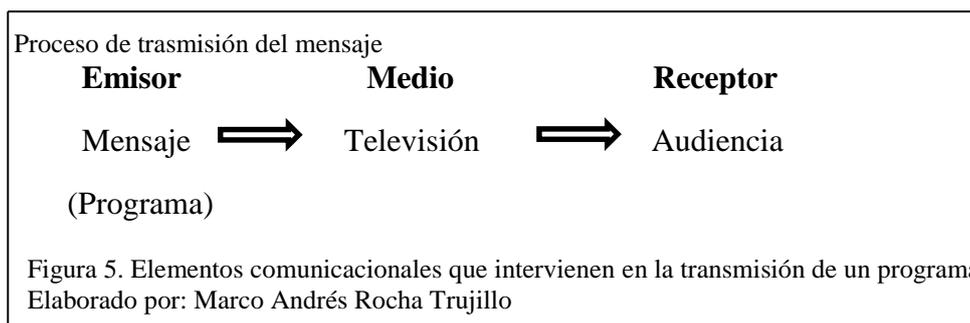
De esta forma crean contenidos capaces de llegar a varios lugares y a toda una sociedad utilizando códigos y técnicas, de tal manera que puedan acceder a la emotividad de los receptores. La televisión nos entrega información a través de sus programas, es ahí donde nace la problemática en que: la noción de los programas es la de transportar un mensaje o un sentido predeterminado en un lugar, a través de las prácticas de significación; es decir que la televisión nos condiciona a: “Qué debemos pensar” en lugar de “Sobre qué deberíamos pensar desde nuestra propia individualidad”, así la comunicación se convierte en el transportador del proceso social.

Los programas televisivos se manejan mediante procesos los cuales transmiten un mensaje al receptor (Audiencia) acerca de una determinada información. Tratan de cumplir un propósito determinado en el que la comunicación necesita en sí reciprocidad, para que el proceso comunicativo se visualice, puesto que los programas televisivos deben contemplar una estructura en el mensaje que envía el emisor y el que llega al receptor, el mensaje producido y difundido se produce y se estructura desde una realidad concreta, la que configura, condiciona y da significado a cada uno de sus elementos.

La situación descrita, introduce la problemática que obliga a tomar en consideración los diferentes entornos sociales, para así estructurar los mensajes que se producen y difunden, ya que no existen procesos de retroalimentación que permitan conocer cuál ha sido el significado que ha tenido el receptor.

La televisión es un medio de comunicación que distorsiona la realidad con su programación, puesto que utilizan códigos sociales en su contenido como: violencia, crímenes, honra, acoso e intimidación, robos, irrespeto a los niños/as y adolescentes, entre otros.

A partir de lo mencionado; en el marco televisivo, la comunicación se desarrolla en un esquema, el cual está estructurado de la siguiente manera:



La televisión es identificada como el medio de mayor credibilidad, esto crea una mayor responsabilidad para los directivos, que son los que ejercen el poder en la toma de decisión sobre la creación de contenidos. Aspectos como: enfoques informativos, fuentes informativas, temas tendenciosos con el objetivo de polemizar crear una crisis de valores, no solo del lado que produce determinados contenidos sino a aquellos a los que estos van dirigidos.

Evidenciando el problema que enfatiza propiamente en la comunicación interhumana y no del medio televisivo; es decir que no cumple adecuadamente el objetivo mismo de la comunicación, pues la televisión cumple el papel de canal, es decir, transporta el mensaje a la audiencia. En el proceso de comunicación existen varios canales que sirven de transportador del mensaje; cuando éste no se cumple, ningún proceso de desarrollo de comprensión mental es posible y entonces, deja de existir un proceso de comunicación.

Existe comunicación cuando hay una acción recíproca entre el medio televisivo y la audiencia; es decir cuando el interlocutor habla y de la misma forma es escuchado, recibe y emite un mensaje en igualdad de condiciones. Por lo tanto la comunicación se convierte en el fundamento de los televidentes.

La situación descrita obliga a tomar en consideración los diferentes entornos sociales para estructurar los mensajes que se producen y difunden ya que no existen procesos de retroalimentación que permitan conocer cuál ha sido el significado que el receptor ha tenido.

### 3.5.9 -Variables

- Derecho a la honra de las personas.
- Difusión de valores establecidos por la constitución del Ecuador.
- Respeto a la intimidad personal y familiar.
- Irrespeto a la intimidad personal y familiar.
- Opiniones positivas y negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de las personas.
- Imágenes o menciones identificativas de la niñez como: autores, testigos o víctimas de actos lícitos, salvo autorización dispuesta por la autoridad.
- Imagen del adolescente en conflictos con la ley penal.
- Revictimización de la niñez en casos de: violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar y accidentes.
- Medio televisivo privilegiando la protección integral de la niñez y adolescencia.
- Historias de vida, noticias, reportajes y crónicas; con la imagen de niños, niñas y adolescentes víctimas de maltrato y abuso.
- Imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifiquen a la niñez como víctima de: abuso sexual, psicológico, social en el entorno urbano.

### 3.6 Análisis del contenido de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente”

3.6.1.- Análisis de programas, antes de la aprobación de la ley orgánica de comunicación

Fecha: 13 de abril de 2013 al 13 de mayo de 2013 (Primer mes)

Programa: En Carne Propia

- Primera Semana

El rapero.

Niños con familia en la calle.

- Segunda Semana

Niños sorprendidos con armas.

Estudiantes en vez de ir a clases, acudieron a una fiesta.

- Tercera Semana

Policía captura al loco Alfredo.

Zona de la “Vieja Melba”

- Cuarta Semana

Quejas de padres de familia.

Niños maltratados en la escuela.

Tabla 2.

Análisis de la programación del primer mes previo a la aprobación de la LOC.

VARIABLE	INDICADOR	ADJETIVO/ACCIÓN
Violencia al derecho de la honra.	6	Es mañoso, ladrón delincuyente, agredido (Agredidos) físicamente,
Difusión de valores.	1	Honesto, trabajador, digno
Irrespeto a la intimidad (Personal y Familiar)	10	Asaltante, robador, vicioso, gorda, aburrido, avaro, frívolo, agresivo, perezoso, perdedor, tacaño.
Representaciones positivas o negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de la persona.	4	loco, negligente, zoquete, despistado, despreciable
Menciones de la niñez como: autores o víctimas de actos ilícitos.	3	Torpe, ladrón, tramposo
Imagen del adolescente en conflicto con la ley penal	5	Niños armados, rencillas, atracos, libando, asaltante, creído (engreído).
Revictimización de la niñez; violencia física, sexual, psicológica, intrafamiliar.	1	Malicioso, vago
Mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia.	2	Llamado a la protección de la niñez (DINAPEN)
Publicación de historias de vida, noticias, reportajes crónicas, con	10	- Maltrato - Abuso

imágenes y nombres propios de la niñez víctimas de maltrato y abuso.		- Revoltosos -Desordenado
Exhibición de imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifique a la niñez como víctima de: maltrato, abuso: sexual, psicológico, social o contra la ley en el entorno urbano.	4	- Explotados - Esquivos - Golpeado - Insultados
Protección a la integridad de imagen de la niñez y de las personas.	2	-Protegidos la imagen dentro de la policía. -Protección de la identidad en el retén.

NOTA: En este primer mes de análisis, se identificó cómo la niñez y adolescencia, dentro del programa “En Carne Propia” semana a semana violaba todas las variables identificadas en base al respeto de la imagen e integridad de los menores, siendo estas en discurso e imagen. Tal como se observa, en el cuadro se identificó dos ejes centrales, irrespeto a la integridad personal y publicaciones de historias de vida, siendo estos casos los más repetitivos en la violación de los derechos, abarcando todas las temáticas en las noticias, es decir, en estos dos casos se identificaban todas las variables dentro de los mismos.

### 3.6.2.- Fecha: 13 de mayo de 2013 al 13 de junio de 2013 (Segundo mes)

Programa: En Carne Propia

#### - Primera Semana

Lluvia lleno de helados en la basura.

Afectado con problemas mentales.

#### - Segunda Semana

El encebollado en balde, de Don Lara.

Caso niña Solange.

#### - Tercera Semana

Detenidos y heridos en enfrentamientos de estudiantes.

Escuela en problemas.

- Cuarta Semana

Profesor rompe pared de la escuela.

Madre exige que le devuelvan a su hijo

Tabla 3.

Análisis de la programación del segundo mes, previo a la aprobación de la LOC

VARIABLE	INDICADOR	ADJETIVO/ACCIÓN
Violencia al derecho de la honra.	5	-Atacados. -Indignado. -Maltratado. -Descuidado.
Difusión de valores.	0	
(I) respeto a la intimidad (Personal y Familiar)	6	- Postrado en la cama. - Vulgar. - (Nauseabundo. - impaciente. - Pobres - “Motongo” al desnudo.
Representaciones positivas o negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas hacia la persona.	9	- Discapacidad para hablar. - Nombre del niño. - loco. - Exaltado. - Alcohólico, Drogadicto. - vicioso, ladrón, adicto. - Alterado.
Imagen y menciones de la niñez como: autores o víctimas de actos ilícitos.	1	-Ladrón, (Daños a la escuela).
Imagen del adolescente en conflicto con la ley penal	3	-Agresivos (atentan con rocas ante la ley) -Maltratados, amedrentados, amenazados (Policía reacciona a disparos). - Riña (Vándalos)
Revictimización de la niñez; violencia física, sexual, psicológica, intrafamiliar.	4	-Golpeado (Es apedreado el niño). -Victima, maltratado (Balacera, estudiante herido). -Golpeado, abusado, negligente.
Mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia.	0	
		-Sucios, vulgares (Helados en la basura “los recojo para mis

Publicación de historias de vida, noticias, reportajes crónicas, con imágenes y nombres propios de la niñez víctimas de maltrato y abuso.	16	niños). -Visualizaciones de la niñez (varias apariciones). -Maltratadas (La niña le lanzan piedras). -hambrientos (Los niños, les gusta el encebollado). -La niña Solange. -prepotentes (Grupos de estudiantes se toman) las calles. - Abuso, Maltrato (niña rostro rayado, abuso por la profesora). - golpeado. -Pobre, vagabundo desahuciados (Tienen que dormir en el piso niños y madre).
Exhibición de imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifique a la niñez como víctima de: maltrato, abuso: sexual, psicológico, social o contra la ley en el entorno urbano.	7	-Maltraído (Golpes por parte de la maestra). -Golpeado. -Malcriado. -Agresivo -Arisco
Protección a la integridad de la niñez y de las personas.	6	-Malcriado. -Niño afectado. -Amenazados por el conyugue. -vástagos -Doña Julia con intención de atacar.

Nota: Como se observa en el cuadro, en este último mes de análisis, se puede observar y comparar con en análisis de caso anterior, que con una Ley Orgánica de Comunicación en proceso de aprobación, el programa “En Carne Propia” mantiene su contenido y violando aún variables de respeto a la imagen de los menores; y como se puede observar en los dos ejes centrales de del estudio anterior, el quebrantamiento se mantiene y se repite más reiteradamente , evidenciando que sin existir aun un órgano regulador no se ha optado por autorregular o autocensurar el contenido informativo.

3.6.3.- Fecha: 13 de abril de 2013 al 13 de mayo de 2013  
(Primer mes)

Programa: sorprendente

- Primera Semana

Jordy Lynch.

La rancherita de cristo.

- Segunda Semana

Aparece virgen en grano de maíz.

Joven ciego ejemplo de vida.

- Tercera Semana

Historias del empalme.

Daniel Mera del empalme.

- Cuarta Semana

La viuda de blanco

El club de los solteros

Tabla 4.

Análisis de la programación del primer mes, previo a la aprobación de la LOC

VARIABLE	INDICADOR	ADJETIVO/ACCIÓN
Violencia al derecho de la honra.	0	
Difusión de valores.	3	- Disciplinados (clave para la formación del menor) - Crear, estimular y dar amor al niño. -Estudioso (Cambiar Juguetes por libros “Los niños son nuestro futuro y nuestro presente).
Respeto a la intimidad (Personal y Familiar)	4	-Motivador (Un hogar cálido). - Habilidadoso (Sus cualidades están desarrolladas). - Líder, independiente (Persona sabia dentro de hogar).
Opiniones positivas o negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de la persona.	3	- Intelectual (Medio cerebritito) - Increíble tanta devoción. - Su discapacidad le ha hecho aprender.
Imagen y menciones de la niñez como: autores o víctimas de actos	0	

ilícitos.		
Imagen del adolescente en conflicto con la ley penal.		
Re victimización de la niñez; violencia física, sexual, psicológica, intrafamiliar.	0	
Mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia.	2	-Inventivo, justo. -Emprendedor.
Publicación de historias de vida, noticias, reportajes crónicas, con imágenes y nombres propios de la niñez.	4	-Prodigio (Locutor) -Maduro, cooperativo, convincente (Es bendición para la familia y un Ángel para la niñez). -Emprendedor (Mire has adolescentes pertenecen al club).
Exhibición de imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifique a la niñez como víctima de: maltrato, abuso: sexual, psicológico, social o contra la ley en el entorno urbano.	0	
Protección a la integridad de la niñez y de las personas.	0	

Nota: Como se puede observar en el programa “Sorprendente” se maneja bajo los tres ejes centrales de “En Carne propia ” (Pobreza, Violencia, lo popular) pero en este caso lo popular en casilla el 50% y la violencia y la pobreza el otro 50% en partes iguales, evidenciando que existe el quebrantamiento al respeto de la imagen e integridad de los menores pero en menor proporción, ya que el contenido de lo popular se lo maneja desde lo místico, mitos, prejuicios, ignorancia y superstición de la sociedad, los cuales más adelante se los explicara más claramente.

3.6.4.- Fecha: 13 de mayo de 2013 al 13 de junio de 2013  
(Segundo mes)

Programa: sorprendente

- Primera Semana

El coro del silencio

De campesino a locutor

- Segunda Semana

Inauguración de vías en José Luis Tamayo.

ADDNE nudismo

- Tercera Semana

El depósito de la plastilina.

Jóvenes con habilidades.

- Cuarta Semana

Ernesto lucero

Nacimientos familia villacreses

Tabla 5.

Análisis de la programación del segundo mes, previo a la aprobación de la LOC Primer mes

VARIABLE	INDICADOR	ADJETIVO/ACCIÓN
Violencia al derecho de la honra.	1	-Nudismo
Difusión de valores.	8	-Emprendedores. -Habilidades (Chicos que sobresalen por sus habilidades). -Ingenioso (Aprovecha su habilidad para seguir su sueño). -Emprendedor (Su meta lo hizo seguir el camino de la locución). -Libertada y respeto. -Arte a través de sus manos -Ético, exigente (Respeto como ser humano). -Creativo, emotividad.
Respeto a la intimidad (Personal y Familiar)	6	- Humilde. -Emprendedor (esta solo en su hogar). -Libertad (libertinaje) -Respeto del cuerpo. -Sabio (la sapiencia de los años) -La familia ama seguir con la colección,
Opiniones positivas o negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de la persona.	2	-Sensato, sinceros (Solo se movilizaban en burros) Cuidadosos (Ahora van a poder hacer competencias).

		-Entusiasta, entregado (Entre más edad, más grande)
Imagen y menciones de la niñez como: autores o víctimas de actos ilícitos.	0	
Imagen del adolescente en conflicto con la ley penal.	0	
Re victimización de la niñez; violencia física, sexual, psicológica, intrafamiliar.	0	
Mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia.	3	-Emprendedor (Montaron un coro musical) -Asertivo (Su lenguaje está lleno de detalles). -Coherentes - Cautos
Publicación de historias de vida, noticias, reportajes crónicas, con imágenes y nombres propios de la niñez.	7	-Emprendedor. -Entregados (Tratan a través de la música hacer oír sus derechos). -Habilidoso -Entregado (Jóvenes aprovechan su tiempo). -Atento -Niña valentina ama lo que la familia hace.
Exhibición de imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifique a la niñez como víctima de: maltrato, abuso: sexual, psicológico, social o contra la ley en el entorno urbano.	0	
Protección a la integridad de la niñez y de las personas.	3	-Emprendedores -Formal, hábil -Imaginativo -Inventivo

Nota: A pesar de darle un manejo diferente a una de las tres temáticas y desarrollarla desde otro enfoque, en el último cuadro de análisis, se observa en comparación con el anterior que se mantiene reiteradas veces la violación a la imagen e integridad de los niños/as y adolescente y en comparación con los cuadros de análisis de “En Carne Propia” se identifica que sin una normativa de control su contenido no sufre modificación y se mantienen con el mismo tipo de información violando en el respeto a los derecho, se puede resaltar ya que una de sus temática tiene otro enfoque estas transgreden en menor proporción a “En Carne Propia”

### 3.6.5 Análisis de programas después de la aprobación de la ley orgánica de comunicación

Fecha: 14 de junio de 2013 al 14 de julio de 2013 (Tercer mes)

Programa: En Carne Propia

- Primera Semana

Madre tiene abandonado a sus hijos

Barrió atacado a bala

- Segunda Semana

Mujeres se fueron a golpes.

Ex delincuente La “chicago”.

- Tercer Semana

Hombre con la cabeza alterada

Golpeada por su hijo.

- Cuarta Semana

No puede ingresar a la casa.

Pago 5 dólares para cargar

Tabla 6.

Análisis de la programación del tercer mes, después de la aprobación de la LOC

VARIABLES	NO EXISTE	ADJETIVOS UTILIZADOS
Violencia al derecho de la honra.	3	-Ladrón (Usted robaba, Yo aprendí de la mejor escuela, la calle). -Queremos ayudarlo (ayuda médica) Irrespetuosos
Difusión de valores.	0	
respeto a la intimidad (Personal y Familiar)	5	-Maltrato, Agredido (Mire el maltrato, el impacto de bala). -Ético (Protección a la

		intimidad de la persona). -Valiente, respetuoso (Sal del cuarto y da la cara). -Me metió la bala, tal cual como me está grabando.
Opiniones positivas o negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de la persona.	1	-Ladrones, locos, desquiciados
Imagen y menciones de la niñez como: autores o víctimas de actos ilícitos.	0	
Imagen del adolescente en conflicto con la ley penal.	2	-Agredido -Ladrón, criminal (Ese pelado Adolescente es el campanero).
Re victimización de la niñez; violencia física, sexual, psicológica, intrafamiliar.	0	
Mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia.	0	
Publicación de historias de vida, noticias, reportajes crónicas, con imágenes y nombres propios de la niñez.	1	-Droga, adictos, adictos, alcohólicos
Exhibición de imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifique a la niñez como víctima de: maltrato, abuso: sexual, psicológico, social o contra la ley en el entorno urbano.	1	-Adicto
Protección a la integridad de la niñez y de las personas.	6	-Serios -Atentos -Éticos -Coherentes -Animosos, asertivo

Nota: Se puede observar, al entrar en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación se comienza a tomar en cuenta el Código de la Niñez y Adolescencia, vinculados y haciendo ejercer el respeto a los derecho de los niños/as y adolescentes, evidenciando que las variables identificadas ya no son quebrantadas, por tanto, las mismas fueron autorreguladas o autocensuradas, cumpliendo con los artículos de las normativas.

3.6.6 Fecha: 14 de julio de 2013 al 14 de agosto de 2013  
(Cuarto mes)

Programa: En Carne Propia

- Primera Semana

Perro macho dio a luz.

Señoras se van de Golpes.

- Segunda Semana

Spiderman Ecuatoriano arriesga su vida.

Don Alfonso atrapó un lagarto.

- Tercera Semana

Aparición de un ángel.

Choque de frente de carros.

- Cuarta Semana

El loco Miguel.

Guerra bajo el mismo techo.

Tabla 7.

Análisis de la programación del cuarto mes, después de la aprobación de la LOC

VARIABLES	NO EXISTE	ADJETIVOS UTILIZADOS
Violencia al derecho de la honra.	1	-Amigable (Interrogación Ganar confianza).
Difusión de valores.	0	
Respeto a la intimidad (Personal y Familiar).	1	-Muerto -Respeto, Ético
Opiniones positivas o negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de la persona.	1	-Incoherente
Imagen y menciones de la niñez como: autores o víctimas de actos ilícitos.	0	
Imagen del adolescente en conflicto con la ley penal.	0	
Revictimización de la niñez; violencia física, sexual, psicológica, intrafamiliar.	0	
Mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia.	0	
Publicación de historias de vida, noticias, reportajes crónicas, con imágenes y nombres propios de la niñez.	2	-Ético (Imagen de niñez). -Grotesco. -Peligros, Asqueroso (El reptil intimida a los

		niños).
Exhibición de imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifique a la niñez como víctima de: maltrato, abuso: sexual, psicológico, social o contra la ley en el entorno urbano.	0	
Protección a la integridad de la niñez y de las personas.	3	-Protección de la imagen.

Nota: Se observa que con la Ley Orgánica de Comunicación en conjunto con el código de la niñez el programa en carne propia no ha cambiado sus temáticas las variables aún se identifican, estas han sido autorreguladas y en la mayoría de casos las imágenes de los niños/as y adolescentes ha sido autocensurada, pero manteniendo el hilo de su contenido informático con el que fue analizado en un principio.

3.6.7 Fecha: 14 de junio de 2013 al 14 de julio de 2013  
(Tercer mes)

Programa: Sorprendente

- Primera Semana

Rodeo montubio promesa y acción.

Ñuca trans.

- Segunda Semana

Eloy Borja Naturista.

Sepelio musical.

- Tercera Semana

Laura serrano periodista.

Hospital Militar (Fantasmas).

- Cuarta Semana

Tradicional bebida de mira.

Julio Jaramillo.

Tabla 8.

Análisis de la programación del tercer mes, después de la aprobación de la LOC

VARIABLES	NO EXISTE	ADJETIVOS UTILIZADOS
Violencia al derecho de la honra.	1	-Adicto (La pena, los señores con un trago la pasan).
Difusión de valores.	0	
respeto a la intimidad (Personal y Familiar)	1	-Ético (Imágenes respetadas)
Opiniones positivas o negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de la persona.	0	
Imagen y menciones de la niñez como: autores o víctimas de actos ilícitos.	0	
Imagen del adolescente en conflicto con la ley penal	0	
Revictimización de la niñez; violencia física, sexual, psicológica, intrafamiliar.	0	
Mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia.	0	
Publicación de historias de vida, noticias, reportajes crónicas, con imágenes y nombres propios de la niñez.		-Asertivo (Felices por su distracción). -Atentos, Formal (Cementerio vienen de niños a mayores).
Exhibición de imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifique a la niñez como víctima de: maltrato, abuso: sexual, psicológico, social o contra la ley en el entorno urbano.	0	
Protección a la integridad de la niñez y de las personas.	0	

Nota: En el caso de sorprendente, se evidencio que las variables identificadas ya no se las encuentra en la programación, se evidencio un caso en el que se justificó la imagen de un menor ya que esta se enfocó desde el dar valor a su habilidad, identificando que su contenido se despojó de los dos ejes temático: violencia y pobreza, enfocándose a lo popular desde lo mítico y sobrenatural.

3.6.8 Fecha: 14 de julio de 2013 al 14 de agosto de 2013  
(Cuarto mes)

Programa: Sorprendente

- Primera Semana

Expendedores de drogas, capturados al sur de Quito.

Sickattermo.

- Segunda Semana

Dra. Queen, Shirley Stonyrock.

100 Años de vida petrolera.

- Tercera Semana

Incendio en Manabí.

Ahorcado en Manabí.

- Cuarta Semana

Allanamiento de casa a presuntos secuestrados.

Cirugías mal practicadas.

Tabla 9.

Análisis de la programación del cuarto mes, después de la aprobación de la LOC

VARIABLES	NO EXISTE	ADJETIVOS UTILIZADOS
Violencia al derecho de la honra.	0	
Difusión de valores.	0	
Respeto a la intimidad (Personal y Familiar)	2	-Inestable (Personas que no tenían nada, afecto incendio gran parte de su hogar). -Loco, Maniático (Se suicidó por amor dentro de la soledad de su hogar).
Opiniones positivas o negativas donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de la persona.	0	
Imagen y menciones de la niñez como: autores o víctimas de actos ilícitos.	0	
Imagen del adolescente en conflicto con la ley penal.	0	
Revictimización de la niñez; violencia física, sexual, psicológica, intrafamiliar.	0	
Mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia.	0	
Publicación de historias de vida, noticias, reportajes crónicas, con imágenes y nombres propios de la niñez.	2	-Honesto -Recto -Razonable
Exhibición de imágenes, grabaciones, referencias escritas que identifique a la niñez como víctima de: maltrato, abuso: sexual, psicológico, social o contra la ley en el entorno urbano.	0	

Protección a la integridad de la imagen de la niñez y de las personas.	2	-Ético (No se muestra imagen de niñez).
--	---	---

Nota: Se observó que la violación a las variables ya no se evidencia, existe ya un respeto a las mismas y se reproducen imágenes respetando sus derechos y en algunos casos como se observa en el cuadro de análisis se identifica la producción y difusión de imágenes de los niños/as y adolescentes, desde el respeto a su integridad física y psicológica, evidenciándolos como ejemplos de vida y no como sujetos de rating.

A continuación, se procede a analizar las variables en conjunto con los indicadores, acciones y adjetivaciones identificadas, esto ayudará a mostrar cómo se construye la imagen de los niños/as y adolescentes en el contenido de estos programas, como estos manejan esta temática, desde un quebrantamiento a sus derechos dentro del marco televisivo, a partir de la reconstrucción de su significado, he ahí donde nace la ruptura al respeto de sus derechos en los programas analizados.

Se analizarán dos segmentos de cada programa, por semana, durante tres meses, antes de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, de la misma manera, tres meses después.

Por consiguiente en los tres primeros meses se identificarán las variables y se indicará el número de transgresiones difundidas por los programas, mismo que serán representados con el adjetivo utilizado discursivamente, evidenciando el irrespeto a los derechos de los niños/as y adolescentes, cabe mencionar que el mismo proceso se lo hará tres meses después de la aprobación de la LOC.

Se procederá a analizar, a partir de la interpretación y con los resultados del análisis de contenido, sobre la representación que se genera en la imagen de los niños/as y adolescentes dentro de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente”, los cuales producen y difunden un “supuesto” perfil de la infancia, contrastando una visión y un lenguaje como infractores de la ley, víctimas entre otras, construyendo un “reflejo” de las costumbres y tendencias actuales de la sociedad.

De esta manera, el análisis, a partir de la identificación de variables y los adjetivos del discurso, se interpretará su significado desde la construcción que hacen los programas televisivos, es decir, como hacen asociar un significado falso al del real,

propiciando acciones y palabras “reales”, la cual debe asociarse a este concepto como un tipo de comunicación.

De la misma manera, se evidenciará el significante, es decir, el concepto mental al que debe asociarse, mismo que debería construir el medio de comunicación dentro de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente”.

Y a partir de lo mencionado, permitirá demostrar, desde la denotación de las palabras (adjetivos) interpretar el significado real y objetivo de la misma, en la cual los programas debe hacer referencia al significado directo, es decir, difundir el termino concreto, aquel que se encuentra en relación con el signo lingüístico y con su referente en otras palabras aquel termino que se encuentra en el diccionario.

Dentro de este análisis se mostrara como los programas, manejan la connotación desde una visión compleja, es decir, el significado de las palabras no lo reproducen de forma clara y difunden el concepto secundario de la palabra, acción o expresión; manipulando las imágenes y los términos a favor del programa televisivo, dejando un significado vago, en el cual la audiencia se el que lo descifre, creando en este punto un quebrantamiento al respeto de los derechos de los menores.

Y así, evidenciar como los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” manejan la interpretación del significado y como este es manipulado en el contexto social, creando la ruptura en el respeto, a partir de la producción y difusión de la imagen de los menores.

Situando el análisis, en un marco de conocimientos sólidos, evidenciándose desde categorías y conceptualizaciones adecuadas a los términos y a la temática utilizada, constituye, la construcción del análisis al fenómeno investigado desde el diseño metodológico utilizado, describiendo lo que se llevó a cabo, que se encontró con este análisis, proporcionando la interpretación que se halló de los resultados del estudio desde la una sistematización y recopilación de varias posturas de autores.

### 3.7 Significado-significante

La televisión genera un significado concreto a un significante por medio del lenguaje, el cual sirve para comunicarse entre emisor y receptor, compartiendo un mismo código para codificar y decodificar el mensaje; sin embargo si el código se

desarrolla de manera objetiva se construye el significado, mientras el significante surge desde lo subjetivo. “La televisión modifica primero, y fundamentalmente, la naturaleza misma de la comunicación, pues traslada del contexto de la palabra al contexto de la imagen. La diferencia es radical”. (Sartori, pág. 39)

La palabra es un símbolo que se resuelve desde lo que significa a lo que nos hace entender, es decir, si no conocemos la lengua o su lenguaje, su contexto no es entendido; en caso contrario, pasa a ser un signo o un sonido cualquiera. Por el contrario la imagen es pura y simple representación visual.

Por esta razón cuando existe comunicación o una intención comunicacional se usarán códigos, los cuales permiten comprender lo real y concreto de algo; pero si deseamos comunicar aspectos que trasciendan al significado es decir comprender aquello que no se dice, pero está, entonces el código se genera desde lo subjetivo que atiende en especial a los significantes.

Según Saussure: “El significado es el contenido mental que le es dado a este signo lingüístico, es decir, es el concepto o idea que se asocia al signo en todo tipo de comunicación, es el contenido mental” (Saussure, pág. 56). De tal manera, el significado es un concepto mental que se genera a partir de lo que se obtiene, de aquello a lo que el código se refiere; sin embargo, al relacionarlo con la comunicación este significado depende de la persona, ya que la misma le da o asigna un valor mental al significado (el valor que representa).

Según (Saussure, 1991), el significante del signo lingüístico es el conjunto de los elementos fonológicos de la serie de sonidos que lo forman; este término se lo maneja para denominar a todo aquello que percibimos, es decir, se manifiesta de forma física el objeto, siendo una descripción de lo que significa; pero al actuar a través de los sentidos, el significante resulta más arbitrario que el significado, y por lo tanto se representa el código en un plano más íntimo y personal de lo que se comprende.

El significante, trata de descomponer un mensaje sin fin, constituido por el conjunto de mensajes emitido, en unidades significantes mínimas y el significado es el contenido mental que le es dado a este signo lingüístico. En otras palabras diríamos que es el concepto o idea

que se asocia al signo en todo tipo de comunicación, es decir el contenido mental. Este depende de cada persona, ya que cada uno le asigna un valor mental al significado, pero por convención este significado debe ser igual para realizar una comunicación óptima. (Zecchetto, 2002, pág. 68).

Este mensaje se construye por un signo lingüístico, desde la unión de un concepto, en este aspecto un significado, y de una imagen audiovisual que es el significante; sin embargo es una construcción social que funciona como un sistema lingüístico. Significado y significante son partes del signo, construyéndose el significante como el plano de expresión y el significado un plano mental del objeto; y cada uno atiende a la forma de la palabra en el mensaje.

Las imágenes que crean los programas desde las variables de respeto a la intimidad personal, familiar y violación a la honra son manejadas desde un significante diferente el cual se relaciona a los siguientes puntos:

- La necesidad de protección de los vecinos.
- Evidenciar sus necesidades (económicas y familiares).
- Espectacularización del estilo de vida y formas de convivencia con los demás.

De esta manera son creadas las variables y utilizadas las imágenes como una forma libre de manipular y fragmentar el contenido de la información; sin ser tratados los menores con respeto y como sujetos sin derechos.

Por tal motivo decimos que la niñez y la adolescencia en el trato de su imagen desde los contenidos de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” antes de la aprobación de una ley que los autorregule, es irrespetuosas, ya que en el análisis de la programación, se identificó el manejo que se le da a las variables encontradas en sus temáticas de contenido creando un significante erróneo, el cual se construye hacia el rating de los programas y no hacia respeto de los personajes (Niños/as y adolescentes) que participan en ellos.

El siguiente cuadro mostrará desde que significante se construía las temáticas de los programas, mismos que irrespetando la imagen e integridad de los menores:

Tabla 10.

Construcción del significante en el marco televisivo

<b>EN CARNE PROPIA Y SORPRENDENTE</b>			
Cuadro de análisis : Manejo de la imagen de los menores, antes de la aprobación			
<b>VARIABLES IDENTIFICADAS</b>		<b>SIGNIFICADO/ REAL</b>	<b>SIGNIFICANTE/MANEJADO EN LA PROGRAMACIÓN</b>
<b>Violencia al derecho de la honra</b>	Físico (Cuerpo niño/as)	Constitución del cuerpo humano (Respeto)	Abuso ,maltrato, agresión
	Dignidad (niño/niña)	Comportamiento honorífico, con decoro	Bajeza, deshonestidad, deshonor, desvergüenza, humillación, perdición
<b>Irrespeto a la intimidad</b>	Persona	Individuo (Hombre y mujer) especie humana	
	Familia	Hogar (grupo familiar-lazos familiares)	Hogar desestructurado. Hogar quebrantado.
<b>Menciones , opiniones e imágenes positivas y negativas</b>	Niño/a	Seres humanos-Individuos	Raiting-Temas de contenido
	Calle	Espacio público para transitar	Espacios conflictivos
	Escuela	Institución de enseñanza y aprendizaje.	-Lugar de perdición (venta-consumo de drogas, alcohol) -Lugares conflictivos
	Adolescente	Persona (en crecimiento)	Crecimiento (adolescente) = vicio, robo, delincuencia, mañoserías
<b>Publicaciones de niños/as y adolescentes</b>	Noticia	Divulgación y publicación de un hecho	Notas, hechos de victimización y re victimización de niños /as y adolescentes
	Historias de vida	Sucesos relacionados con la actividad humana	
	Crónica	Relatos hechos de acontecimientos de la actualidad	
	Reportajes	Suceso e información sobre un tema o personaje	
	Entrevistas	Serie de preguntas que se hace a un personaje (difundir opiniones)	

Nota: se construye el significado real de la de las variables, adjetivaciones y acciones encontradas y se refleja con el manejo que los medios televisivos dentro de los programas y como los reconstruyen.

Elaborado por: Marco Rocha

Tal como se observa, en el cuadro, las imágenes que son reproducidas por los programas “En carne propia” y “Sorprendente” deben responder al significado al cual están establecidos, pero el medio televisivo los construye con significante diferente, favorable a su programación y rating, propiciando que se genere los siguientes puntos:

- Vulnera la imagen, intimidad o el honor de un menor.
- La imagen que se desprende del mismo es la de menores agresivos, rodeado de malas compañías, y detenido.
- Es perjudicial para la dignidad y libre desarrollo de la personalidad del menor.
- La reputación del menor, en este caso su honra, fragmentada, repercute en su autoestima.

Por tanto, el contenido que reproduce: “Sorprendente” y “En Carne Propia”, trata de agresiones físicas y verbales, las cuales se evidencian en reiteradas ocasiones dentro del análisis desde el abuso y el maltrato, la cual evidencia estas, como vulneraciones o como algo “natural”. Esa “naturalidad” es tomada de la sociedad, y transformada en: Historias de vida, crónicas, reportajes. Misma que vinculan temas de niños, niñas y adolescentes en aspectos a partir de la relación con padres, estilos de vida y comportamientos sociales.

Esta programación, es desarrollada a partir de ¿cómo son tratados en los diferentes entornos de las zonas urbanas?, por lo cual desde este eje, se crea la falta de respeto a la imagen e integridad, ya que los menores son: golpeados, maltratados y en algunos casos visibilizados como objetos y no como sujetos. Y así el medio televisivo espectaculariza la información del contenido; ya que sin un órgano que los regule y controle, se crea esta vulnerabilidad en los menores, la cual es utilizada, explotada; para llegar a la audiencia y que ésta consuma este tipo de programación.

En el caso del respeto a los nombres propios e imágenes de niños/as y adolescentes es manejado con el fin de atribuirles una caracterización de agresor, tal como se indica en el apartado anterior al mencionar que los niños/as y adolescente son una amenaza para la sociedad, por ser autores de actos ilícitos como robo, expendedores y consumidores de drogas y personas violentas con algún vicio o problema social; tendiendo a fortalecer la percepción de peligrosidad de estos; sin embargo, no siempre son señalados bajo esta caracterización, también suelen utilizarlos para usar el testimonio subjetivo de ellos como fuente de información.

Las programaciones televisivas deben manejarse tal como dice la Ley Orgánica de Comunicación, con mensajes que privilegien la protección integral de la niñez y adolescencia, creando responsabilidades, respeto, ayuda o beneficios para los menores y haciendo hincapié a lo establecido por la ley.

El manejo de la variable en la exhibición de imágenes y grabaciones, que presenten a niños/as y adolescentes como víctimas de abusos y maltratos en el entorno urbano, son de suma importancia. Se deben redimensionar en los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” en lo que se refiere al manejo del escenario de los menores en nuestra sociedad; apreciar, sus identidades, costumbres y forma de vida para considerarlos como ciudadanos y por consiguiente, no culpabilizarlos ni cuestionarlos; para que la problemática de la niñez no se transforme en algo “natural” y sean mediatizadas a partir de la venta de estereotipos en los canales de televisión. Este manejo es correcto cuando la imagen no es una exposición pública y cuando no ocasiona un efecto dañino en niños/as y adolescentes.

Por ende, la estructura bajo la cual deben manejarse los programas debe ser: respetar la imagen de los niños/as y adolescentes en noticias de; abuso, maltrato y como autores de actos ilícitos, sin ser evidenciados, ni vistos como objetos para el rating y el consumo, sin embargo y no presentar a la niñez y adolescencia como: agresores, como una amenaza para la sociedad, como objetos para subir el rating, como objetos de consumo y sujetos noticiosos para el sensacionalismo, amarillismo y espectacularización.

Entonces, al construirse la variable de respeto a la niñez en su imagen dentro de los programas televisivos debe asociarse a partir de que son menores de edad, en donde sus derechos deben de permanecer intactos, lo cual permite la Ley Orgánica de Comunicación en conjunto con el código de la niñez y adolescencia.

A partir del siguiente cuadro se evidencia como como se desarrolla el significado y significado de los programas en el desarrollo de la programación a parte del control y autorregulación de una normativa:

Tabla 11.  
La autorregulación y la construcción del significante

<b>Cuadro de análisis : Manejo de la imagen de los menores, después de la aprobación/“En Carne Propia” y “Sorprendente”</b>			
<b>VARIABLES IDENTIFICADAS</b>	<b>SIGNIFICADO/ Real</b>	<b>Ley Orgánica de Comunicación / Código de la niñez y adolescencia</b>	<b>SIGNIFICANTE/ Manejo desde la programación</b>
<b>Violencia al derecho de la honra</b>	Físico (Cuerpo niño/as)	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Constitución del cuerpo humano (Respeto)
	Dignidad (niño/niña)	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Comportamiento honorífico, con decoro
<b>Irrespeto a la intimidad</b>	Persona	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Individuo (Hombre y mujer) especie humana
	Familia	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Hogar (grupo familiar-lazos familiares)
<b>Menciones , opiniones e imágenes positivas y negativas</b>	Niño/a	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Seres humanos- Individuos
	Calle	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Espacio público para transitar
	Escuela	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Institución de enseñanza y aprendizaje.
	adolescente	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Persona (en crecimiento)
<b>Publicaciones de niños/as y adolescentes</b>	Noticia	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Divulgación y publicación de un hecho
	Historias de vida	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Sucesos relacionados con la actividad humana
	Crónica	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Relatos hechos de acontecimientos de la actualidad
	Reportajes	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Suceso e información sobre un tema o personaje
	Entrevistas	<b>censura al rostro del niño, niña y adolescente / mantienen las misma temáticas de contenido</b>	Serie de preguntas que se hace a un personaje (difundir opiniones)

Nota: A partir de las variables encontradas, se evidencia la construcción real del significado y como este es reinterpretado por parte de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” y como esta es regulada desde el ejercicio de la Ley Orgánica de Comunicación.

Elaborado por: Marco Rocha

“Sorprendente” y “En Carne Propia”, tratan de aplicar la regulación en cuanto a la protección de la niñez, promoviendo una conciencia crítica, creando reflexión, ya que en su programación sus actores sociales (familia, niñez, adultos, mayores entre otros) están asociados a un correcto manejo del lenguaje y de la imagen; promoviendo sus habilidades y fomentándolas, para incentivar el sentido de realidad del niño; pero a la vez hace hincapié en sus contenidos desde el lado supersticioso creando una brecha entre la realidad y la fantasía, impidiendo el desarrollo integral de la audiencia y difundiendo nuevos tipos de creencias.

“Sorprendente” trata de dar una imagen diferente, con respecto a sus opiniones ya que generan comentarios dirigidos a menores y personas adultas, promulgando: respeto, protección, motivación, valores, ética y superación; para que el receptor al captar el mensaje y decodificarlo genere el mismo sentido con el que fue emitido.

Desde una primera postura diríamos que el análisis de contenido a partir de la aprobación de la LOC y el código de la niñez, refleja su contenido, desde el respeto a los artículos de estas normativas, ya que las planifican y desarrollan de forma autoconsciente; es decir, con respecto a lo audiovisual; sin embargo, se manejan bajo dos puntos:

- Primera: Producir noticias que sean visibles, aptas, adecuadas y educativas para la audiencia.
- Segunda: Casi todo contenido de su noticia es editado antes de ser reproducido; en este caso, ocultan el rostro de los menores y no la hacen visible, respetando por un lado, la imagen de los menores, ya que a pesar de esta autorregulación aún se vulnera la integridad de los mismos.

Es necesario hacer hincapié en el tema, que aún se vulnera la integridad de los menores, ya que esta se reproduce continuamente bajo los mismos significados encontrados en el cuadro expuesto anteriormente evidenciándolos aun desde las negatividad de su comportamiento y la exclusión en la sociedad; para de esta manera

mostrarlos como “la infancia del menor marginal”, obviamente, censurando sus rostros y nombres propios, pero irrespetando su intimidad.

Por tanto, la estructura bajo la cual deben manejarse los programas debe ser, desde el significado real que establecen los derechos y normativas de las personas, siendo estas, respetar la imagen de los niños/as y adolescentes en noticias de; abuso, maltrato y como autores de actos ilícitos, no evidenciarlos, ni observarlos como objetos para el rating y el consumo.

### 3.8 Representación simbólica

La niñez y adolescencia es representada desde cuatro ejes: víctimas, victimarios, maltratados y abusados, es decir, son representados según las situaciones que atraviesan los menores dentro del entornos de las zonas urbanas siendo estas víctimas (agresiones, inseguridad, familiares), abusados sexualmente, maltratados física y psicológicamente.

Por tanto, se procede a mostrar cómo las variables identificadas y plasmadas en los cuadros de análisis en conjunto con las acciones y adjetivos, estas se producen y son representadas por los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” de la siguiente manera:

- La imagen de los niños/as y adolescentes es representada como una desigualdad entre géneros, es decir, construye una simbología patriarcal, en la cual el niño prevalece a la niña, tal como la sociedad establece con la supremacía del hombre ante la mujer, reconstruyendo la imagen (niño = audaz, fuerte y violento), (niña = frágil, débil, sensible y manipulable).
- La visualización de la infancia es representada desde la insensibilización, es decir, al estar expuestos a la violencia diaria, simbolizan como menores sin temores, menos perceptivos al sufrimiento y tolerantes a cualquier tipo de violencia dentro de su vida social.
- La violencia entre niños/as y adolescentes es representada como la imitación de lo que sucede en la sociedad, una “realidad verdadera”, es decir, simbolizan infantes de comportamiento desviado.
- Los programas analizados producen representaciones de dos realidades distintas; la primera muestran a padres apasionados por los menores

considerándolos como más vivos, despiertos, pensantes y maduros, y por el otro punto moralista, al mostrar complacencia a los menores, estos pueden degenerarse, y a raíz de este punto simbolizar todas sus debilidades.

- La imagen de un menor en medio de la calle, con ropa desgastada y sucia y pidiendo dinero o vendiendo algún objeto, al ser reproducida por parte de los programas, dicha acción es representada desde la pobreza, creando un juicio de moral, en la cual dicha acción es creada con un significante diferenciado, actuando como repudio a los menores.
- La visualización de niños/as y adolescentes con tatuajes, perforaciones o laceraciones en su piel, estas son vinculadas a cosas diabólicas, “menores diabólicos o del mal”, es decir, que va en contra de las reglas morales de la religión, dichas marcaciones en el cuerpo, es difundida como un acto moral reprochable para ser criticado y censurado.
- De la misma manera, al reproducir imágenes de menores en las calles, sin ningún tipo de oficio, ocupación, es decir, sin una actividad de provecho es representada como acto reprochable, dando a críticas de una infancia vaga o de ociosidad, tal como se evidencia en cuadros de análisis.
- “En carne propia” en la producción y difusión de imágenes en el entorno familiar de los niños/as y adolescentes, muestra el contenido desde un hogar quebrantado, es decir, un padre que bebe, mismo que los maltrata de forma verbal (psicológica) y física, es representado como alcohólico y violento.
- Al producir la imagen de la niñez, en acciones, la cual afecte o ataque a otro menor de edad se la evidencia de una manera deplorable, siendo estos observados y a la vez representados desde una conducta de agresión asociándolo su imagen e integridad como agresores y conflictivos.
- En los casos que difunden a niños/as y adolescentes con padecimientos de alguna enfermedad o con discapacidad estos son representados en forma burlesca a su padecimiento o enfermedad como forma de equivocación al trato de estas temáticas, quebrantando sus derechos y haciendo a la audiencia al trato de estas temáticas de manera cómica.

Por ende, al tomar imágenes o tratar temáticas de la niñez y la adolescencia, habla de responsabilidad, ya que hay que contemplar al niño/a y adolescente en su peculiaridad o singularidad; no haciéndolo caer como: víctima - victimario,

maltratado o abusado, mismas que generan que sean estereotipados o estigmatizados y algunos casos otorgándoles juicios de valor.

### 3.9 Connotación – denotación

Para continuar con el análisis cabe explicar las definiciones de denotación y connotación, para lo cual partiremos desde la idea de que el signo tiene una dimensión denotativa, que viene a ser la parte objetiva; y de la misma manera ésta se contempla con su lado connotativo, el cual es la parte subjetiva. Estos términos son formas específicas y concretas para un proceso de producción del significado. “por denotación, el significado de un signo cuando corresponde con las referencias con las que el código lo hace corresponder: perla (concreción nacarada que se forma en la madreperla).” (Mozas, 1992, pág. 117)

El significado denotativo siempre nos lleva a un referente, ya que la palabra simboliza un pensamiento o referencia, es decir, que este tiene un significado concreto haciendo referencia a un objeto o acontecimiento sobre el que se habla. Los programas de los medios televisivos transmiten imágenes audiovisuales, tratando de enviar una información para que sean determinantes para la construcción del significado (mensaje) y perciban la realidad como se la representa.

Los rasgos connotativos tratan de contenidos en los que el hablante sugiere o expresa involuntariamente o intencionalmente un mensaje en la mente del oyente, el cual éste la capta, para de esta forma comprenderla y así la comunicación sea “completa”. Las imágenes audiovisuales se convierten en representaciones determinantes para informar a los televidentes. Antonio Mozas define que: “La connotación, en cambio, hace referencia a los significados añadidos que los signos pueden adquirir en el uso lingüístico: (Perla: diente; persona muy valiosa etc.)”. (Mozas, pág. 124); es decir, El contenido de los programas en la variable del respeto, intimidad de las personas, familia y la violación a su derecho a la honra, es representada en el programa “En Carne Propia” con imágenes de:

- Hogares disfuncionales.
- Ausencia de alguna figura paterna.
- Niños/as y adolescentes con adicciones.
- Problemas económicos. (Evidenciando el domicilio y el sector)

Y a partir de los factores mencionados el programa “En Carne Propia” presenta estas imágenes como:

- Niños/as y adolescentes sin madurez
- Adultos sin personalidad ni identidades definidas.
- Familias con libre intromisión a su vida y hogares.

El siguiente cuadro demostrará los tres puntos mencionados y cómo los caracteriza el medio televisivo, en los programas:

Tabla 12.  
Construcción de términos, manejados por los programas “En carne propia” y “Sorprendente”

<b>NIÑOS/AS</b>	
DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN DE LOS PROGRAMAS
Pequeños, Frágiles, Débiles, Tiernos, Cariñosos	Suciedad, Agresividad, Avispados, Ariscos, Malcriados.

<b>ADOLESCENTES</b>	
DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN DE LOS PROGRAMAS
Jóvenes, Fuertes, Maduros, Correctos, Estudiosos	Peligrosos, Agresivos, viciosos, Criminales, Desafiantes, dañados, Fumones.

<b>FAMILIAS</b>	
DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN DE LOS PROGRAMAS
Hogar, Estabilidad, Amor, Seguridad, Cariño, Confianza.	Maltrato, Agresiones, Peleas, Conflictos, Riñas, Pobreza.

Nota: se construye la dirección que dan los programas a estos términos dentro de su contenido, desde la utilización de estas temáticas.

Elaborado por: Marco Rocha.

Estas fragmentaciones permiten a los medios televisivos insertarse en los hogares y en la vida de cada ser humano para mostrar desde la pobreza sus vidas, personalidades y comportamientos y de esta forma trascender e impactar a la audiencia de manera directa y de forma cruda con una realidad sobredimensionada.

Tabla 13.

Construcción del termino / temática central bajo el cual se manejan los programas.

<b>POBREZA</b>	
DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
Falta de dinero , sin recursos, necesidad	Humillante, Degradante

Nota: se describe lo conceptos verdaderos y como se reconstruye del termino desde la televisión

Elaborado por: Marco Rocha

Ciertamente el respeto a la intimidad de las personas y a la familia, en este caso su vida privada, no la definen de manera correcta, por lo que la connotación toma diferentes significados en la audiencia adulta. De la misma manera la sociedad considerará las variables mencionadas desde varias esferas, desde el lado de condiciones de salud, identidad, personalidad psicológica, creencias, preferencias; debido a que estas imágenes son distantes al público; éste lo asocia en relación al desarrollo del contenido; y construye un mensaje en el público, de miseria y necesidades, que los lleva a generar un sentimiento de compasión y lástima hacia los protagonistas, perdiéndose el respeto a la vida privada, evitando que se constituya como un carácter democrático de las personas.

Se observó en el análisis de los programas que “Sorprendente”, construye la variable del derecho fundamental de la imagen de un menor, garantizando a los menores respetos, mismo contenido se reproduce en tres notas semanales y se caracteriza por:

- Respetar sus rasgos físicos y personales.
- Acatar las leyes y reglamentos (Ley Orgánica de Comunicación, Código de la Niñez y Adolescencia) del estado, en el tema de producción de contenidos televisivos.
- Respetar incapacidades físicas y psicológicas.
- Por lo tanto promueve el respeto en la utilización de la imagen, dando prioridad al derecho de cada ser humano, el cual es:
- Dar su consentimiento para el uso, reproducción y difusión de su imagen.  
Establecer ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿En qué forma? se reproducen sus imágenes.

Estas prioridades de respeto en la imagen de niños/as, adolescentes y adultos, se evidencian en el cuadro de análisis de contenidos de programación, antes y después de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación.

Los niños/as y adolescentes como víctimas de abusos, maltratos y de la misma manera como autores de actos ilícitos, son presentados y se reproducen en este tipo de programas con imágenes que los hacen reconocibles, mostrando su identidad; como se evidencia en los cuadros de análisis de contenido; ya qué captan: ¿En qué forma?, ¿Cuándo?, ¿dónde?, ¿Con quién? se desarrollan: física, psicológica y

socialmente; y a la vez reproducen sus rasgos y fisonomías manipulando el uso de estas imágenes para terceros, los cuales vienen a ser la audiencia adulta. En primer lugar, la televisión evidencia su imagen como menor; y en segundo lugar, expone la afectación a su honra y vida privada, por consiguiente, los programas expresan opiniones de sus cualidades y valores morales como menores y sus problemas concretos de identidad y dignidad como seres humanos.

Esto conlleva a la audiencia a hacer una construcción subjetiva de la forma de ver a la niñez desde una perspectiva discriminatoria y negativa; en donde no existe una igualdad como seres humanos, y por ende, se puede excluir e irrespetar sus derechos como niños/as y adolescentes. La imagen de los menores debe ser construida de manera positiva; y así reproducirla y difundirla, representándola como una etapa de vida de los seres humanos en la que se van construyendo como personas y desarrollándose física y psicológicamente, fortaleciendo su personalidad.

La forma de representación en lo que se refiere al tema de opiniones positivas y negativas o donde se haga burla de discapacidades físicas o psicológicas de la persona; se presenta con historias en las cuales el entrevistado narra problemas e incomodidades; haciendo énfasis en los temas de conflictos y agresiones con otras personas; para a partir de estas causas demostrar la agresión en el cuerpo del personaje y combinar su historia con el humor, para luego, dar paso a opiniones negativas y de culpabilidad, sobre su adversidad.

De la misma manera cuando se presentan historias con problemas de discapacidades psicológicas, estos son espectacularizados y sensacionalistas, ya que exageran el padecimiento y mencionan al individuo con un “nombre” llamativo como “el loco”, “la loca” o “los alterados mentales”; por lo que a partir de estos títulos atractivos generan opiniones y burlas, por ejemplo: acotan que la enfermedad es contagiosa, preguntan en forma jocosa ¿Por qué se encuentra así? Estos aspectos son desarrollados por el programa “En Carne Propia” y evidenciados en el análisis de contenido.

La audiencia adulta como observador, capta esta representación de una manera subjetiva y construye el mensaje. En este caso los televidentes lo asocian con el derecho y respeto, los cuales se los puede quebrantar, ya que visualizan una ruptura en estos valores; entendiéndose, que es de total libertad el manifestarse de esta

manera sin ningún tipo de limitaciones y sin tomar conciencia, en la forma de expresarse con las personas, ya sea por sus problemas o por su discapacidad.

El programa “Sorprendente”, representa a través de las imágenes cualidades: físicas, mentales y morales de los menores y de las personas adultas; presentando la vida privada de las personas e identificándolas y reconociéndolas como seres humanos con habilidades y destrezas; para que a partir de estos se construya un nuevo mensaje, el cual es, buscar la protección a los menores desde su imagen y vida privada y desde el respeto innato de estos.

### 3.10 Reinterpretación

Para iniciar, es necesario hacer hincapié en los tres ejes fundamentales de las temáticas de los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente”, los cuáles son: Pobreza, Violencia y lo Popular, de esta manera, proceder a las conceptualizaciones teóricas de algunos autores, los cuales llevarán a comprender la construcción de las mismas y como están orientadas dentro del contenido informativo para su producción y difusión.

El respeto a la imagen de los niños/as y adolescentes es quebrantada para alcanzar audiencia, mismas que son manipuladas y conceptualizadas a favor del medio de televisivo y su programa. El programa “En Carne Propia” maneja su programación con un enfoque peyorativo de la pobreza en las zonas urbanas de Guayaquil; este término según Rosa María dice: “la pobreza se identifica al desempleo y a la crisis económica y coincidentemente, ambas derivan a la falta de ingreso, lo que lleva a considerar como aspecto determinante el aspecto económico” (Gomez, pág. 19). Pero este término dentro del marco de este programa se maneja desde el contexto de un hogar, su forma de convivir y como se desarrolla su vida cotidiana desde la pobreza humana y pobreza adquirida, tal como lo menciona Alejandra Boni: “el concepto de pobreza se ha definido de acuerdo a las convenciones de cada sociedad. La percepción de qué es la pobreza depende del contexto social y económico y de las características y entorno a lo que se organiza en la sociedad” (Boni, pág. 62); por tanto, el programase desarrolla su contenido haciendo referencia a las diferentes carencias que padecen las personas y poniendo en evidencia la dignidad de lo infancia; así conceptualizándola como limitaciones de la sociedad.

Por ende, la violencia se la reproduce dentro del programa como una manera de encontrar solución a los conflictos, desde la justicia propia, venganza y en algunos casos enfocándola desde el placer, convirtiéndose en una forma de sociabilización entre los niños/as y adolescentes

Y por último, la conceptualización de lo popular, como eje central, para la construcción de contenido.

Lo popular conocido como lo singular, es una forma de subordinación de las grandes mayorías y de las minorías excluidas, estas últimas amenazadas de desaparición, generando una mirada desde la racionalidad ilustrada como una cultura conformada por mitos, prejuicios, ignorancia y superstición. (Barbero, pág. 130)

Por tanto, la caracterización que se da a lo popular, es desde un punto objetivo presentada desde problemáticas en el ámbito campesino, étnico y desde la categorización de clase social siendo visibilizados estos lugares como explotados, marginados, oprimidos y discriminados.

El programa “Sorprendente” encasilla el 50 % de la producción de su contenido en base a la temática de lo popular, pero manejada bajo la conceptualización que da Jesús Martín Barbero, lo popular se relaciona con los mitos, prejuicios y superstición; dejando el otro 50% para las temáticas mencionadas anteriormente : pobreza y violencia construyéndose estas últimas en un porcentaje por igual. Por ende, los contenidos noticiosos giran por representaciones estereotipadas y prejuiciosas, cayendo en la revictimización el escándalo y la descontextualización.

### 3.11 Análisis pragmático

A continuación se analizará el contenido para determinar su significado real y puntual. Para iniciar con el análisis partiremos desde la característica principal de los programas. El programa “Sorprendente”, busca sensibilizar a los televidentes, que se den cuenta de la importancia y el valor de las personas y de la niñez dentro de la sociedad. Busca, por medio de su contenido concientizar, valorar y resaltar las habilidades de los niños/as, adolescentes y de las personas, identificándolos como un

ejemplo de lucha de vida diaria, como personas con talentos, héroes y modelos a seguir.

El programa “En Carne Propia”, en cambio, su característica principal es el sensacionalismo y la espectacularización en su contenido, pues en su línea de producción, busca hechos intrigantes e impactantes, especialmente en las zonas urbanas, con el fin de llegar a la audiencia adulta; casi siempre evidenciando en sus programas: agresiones, maltratos, abusos, burlas, la miseria de las personas; sus problemas, ya sean estos sociales psicológicos, familiares, entre otros. Tal como se los evidencia en los cuadros de análisis de contenidos, explicados en páginas anteriores; este programa trataba que, a través de los hechos detectados en las zonas urbanas marginales de Guayaquil, se publiquen y describan tal cual, sin censura. Pero a partir de la Ley Orgánica de Comunicación su contenido e imágenes cambiaron, para protección de la niñez, la adolescencia y de las personas adultas.

Estos dos tipos de programas son una representación de lo popular en nuestro país. El programa “En Carne Propia” de Canal Uno evidencia cómo vive la gente marginada, como son sus alrededores, su día a día, viendo sus realidades y sus vidas como un lucrativo negocio para el medio televisivo, ya que lleva a la audiencia a consumir este tipo de programas por sus tintes dramáticos y por su lujo de detalles.

Mientras que el programa “Sorprendente” también es un género que representa a lo popular, pero desde las esferas de ayuda y maneras de salir adelante, y también desde lo turístico presentando lo conocido o desconocido del país y enfocando un poco a las supersticiones y mitos para mantener interrogantes en la audiencia de realidad o ficción en hechos sobrenaturales o de supersticiones.

Tal como se evidencia en las tablas de control de contenidos, donde se detecta cómo los hechos populares que tienen como protagonistas a personas como niños y adolescentes, son difundidos y a la vez acompañados con la reproducción de un discurso, para dar paso a opiniones positivas o negativas de los hechos; en la que la audiencia a través de esta información convierte estas historias o hechos en comentarios del día a día, logrando que estas realidades formen parte del diario vivir de la población.

En el caso del programa “Sorprendente”, el trato de temas en relación a la niñez y a la sociedad, se manejan con historias asombrosas que involucran a menores, dando a conocer sus talentos y necesidades; mostrando el lado opuesto del contenido del programa. “En Carne Propia” en cambio, apuesta por los imaginarios del ciudadano pobre, ignorante, desprotegido y necesitado que tiene problemas de drogadicción, violencia intrafamiliar y casos de violación.

Los cuadros de análisis de control de contenidos de los programas, permitieron evidenciar que los dos medios televisivos tratan problemas sociales que aquejan a las personas, pero ninguno demuestra sus preocupaciones reales; utilizando como un instrumento el drama e imágenes morbosas para cautivar la atención de la audiencia adulta de forma dramática.

Otra característica de los programas, está en la forma del manejo del discurso al presentar las historias; el presentador es el que lleva la batuta del programa, tratando siempre de generar expectativa en el televidente, proyectando las historias más interesantes para así conseguir incrementar el rating.

En relación a la edición y protección en los programas televisivos con respecto a la imagen de niños/as, adolescentes y personas adultas, en el programa “En Carne Propia”, se evidenció que no todo se edita, ni censura y que a partir de estos preceptos el medio televisivo define: ¿Qué se quiere mostrar?, ¿Cómo se lo quiere mostrar?, ¿Cómo se lo va a demostrar? y ¿Qué impacto se quiere lograr?

Debido al interés que ha causado la investigación en el televidente, quien por un lado no se conforma con saber "el qué", sino que además le interesa conocer "el por qué", "el para qué"; y por otro, lo cautiva la información novedosa, curiosa o extraordinaria; los medios han apostado a realizar programas exclusivos de investigación.

El periodismo de investigación es muy practicado actualmente, consiste en indagar a fondo un hecho noticioso aplicando el reportaje como género. En un espacio de noticias, la brevedad y la concreción de una nota periodística son importantísimas, por ello se delimita el tiempo de un reportaje que puede durar entre un minuto y un minuto y medio. Sin embargo, en algunos casos, éste tiempo puede excederse dependiendo de la importancia del tema o cuando la investigación es muy amplia, es

preferible realizar varios reportajes y ofrecer al televidente una continuación diaria de los hechos. “El periodismo de investigación es la persecución de la verdad utilizando métodos de investigación y análisis destinados a garantizar que toda la información publicada es correcta en el más amplio sentido posible”. (UNESCO, 1990, pág. 25)

En el caso de “Sorprendente”, su contenido audiovisual se maneja bajo otro tipo de criterios, al reproducir sus imágenes desde otro frente; en la que la audiencia adquiera nuevos conocimientos, habilidades y pueda desarrollar otras capacidades a través del contenido de su programación; es ahí donde se identifica la planificación en sus programaciones, recurriendo al reciclaje; es decir editan y censuran su información, creando una estética audiovisual, que caracteriza al canal y al programa, por sus productos audiovisuales.

Los programas manejan el lenguaje y el discurso en sus mensajes, de modo que privilegian la protección integral de la niñez y adolescencia y su difusión de valores, pero de manera muy efímera ya que la temática de sus contenidos la mencionan de manera subjetiva, utilizando adjetivaciones con respecto a la información que imparten. Utilizan el poder de la palabra con el fin de hacer más comercial su contenido y no como una forma de construir valores o generar productos que sean educativos.

El tema de violencia en el programa “En Carne Propia”, se maneja bajo las discusiones públicas y mediáticas, usando las imágenes que contienen signos de violencia y problemas sociales en la que la vida está llena de conflictos, donde además estos espacios de violencia son reproducidos a la audiencia, dejando de lado, las leyes que los regulan.

### 3.12 Análisis teórico

Al abordar el tema de la televisión, en lo que se refiere a la producción y difusión de sus programas, junto con la Ley Orgánica de comunicación y el Código de la niñez y adolescencia, este se lo analiza desde el punto de vista del respeto a la imagen de los menores y cómo se ha ido generando estas producciones televisivas sin una autorregulación y control en el contenido, y además cómo, a partir de la vigencia de

la Ley, estos medios han ido cambiando su contenido en cuanto a la producción y difusión en cumplimiento con lo establecido por la LOC.

En este sentido el abordaje teórico se asume desde la perspectiva de concepción de la niñez y adolescencia ya que desde este eje se genera el abordaje para la producción y difusión de contenido de los programas En Carne Propia y Sorprendente.

El medio televisivo ejerce tres funciones primordiales: entretener, formar e informar; es a partir de estos tres ejes donde se genera la mayor amenaza de la televisión y su programación, ya que llega a cualquier lugar y es direccionada para todas las personas, recurriendo a técnicas que permiten acceder a la emotividad de los receptores.

Por consiguiente al ser un dispositivo de transmisión de elementos culturales, educativos, entretenidos tienen una gran carga de responsabilidad social para sus intérpretes y televidentes sin descartar que funcionen como una plataforma económica, es decir, como una empresa generadora de beneficios económicos, por tanto, sus funciones primordiales son sustituidas por la manipulación. Noam Chomsky “no sería demasiado extraño que la imagen del mundo que los programas que la televisión nos presenta no es más que un reflejo de los puntos de vista de los poderes económicos por sus intereses”. (Chomsky, pág. 25)

Por lo cual, se puede identificar que la televisión es una fábrica de mentiras puesto que construye a diario y permanentemente una realidad de apariencias siendo estas inocentes neutras como el mundo real, forjando una nueva percepción y construcción de un entorno y de la sociedad.

El imaginario de la infancia por parte de los programas es representada desde la vida colectiva en su cotidianidad, la cual no se la evidencia como individuos de una sociedad sino como objetos de la misma; por consiguiente, elaboran la imagen desde personas como: enemigas, rivales, aliados y cómplices, proyectando sus hechos y acontecimientos desde temores. Tal como lo afirma Luckman:

El imaginario social son una serie de representaciones colectivas, basadas en ideas e imágenes que representan a la sociedad global y a todo lo que tiene que ver con ella. Mediante esas representaciones, las

comunidades elaboran su identidad, perciben sus decisiones, legitiman su poder y crean modelos para los ciudadanos. (Luckman, 1984, pág. 181)

Estas representaciones de la niñez del concepto de la imagen de la niñez y adolescencia, se la identifica desde la violencia y delincuencia, creando acciones de descontrol, agresión y maltrato. Tal como se observa en el análisis de la programación, las variables que entran en el análisis son: conductas agresivas, delictivas, desviadas, acciones de agresión, maltrato, violencia; las mismas que están vinculadas a un entorno de pobreza y descuido, afirmando el estereotipo de que “Violencia genera violencia” y que vivimos en una sociedad que no piensa en nada más. Por lo cual, son basadas en imágenes, ideas que representan la “verdadera” realidad de una sociedad y su entorno; mediante estas representaciones mencionadas, los programas construyen una nueva identidad desde nuevos modelos de los seres humanos, es decir, representaciones inventadas, mismas que influyen en la mentalidad y los comportamientos de la audiencia.

Es a partir de esta construcción de imaginarios que “En Carne Propia” y “Sorprendente” producen y difunden contenidos que intencionan en determinadas prácticas y conductas de su entorno, por tanto, al ser esta una prioridad la misma desfavorece a que se ejerza el derecho de los niños/as y adolescentes en su situaciones de pobreza y vulnerabilidad; representándola desde la desigualdad, exclusión y la diferencia social, sin esconder y evidenciando el estado real de las condiciones de vida de la niñez y adolescencia.

Por tanto, dicha representación social de la pobreza es reflejo de la teoría que dice: “las representaciones sociales, son sistemas de valores, nociones y prácticas que proporcionan a los individuos los medios para orientarse en un contexto social y material, los cuales se originan de la vida diaria”. (Moscovici, pág. 91)

Por ello, la misma se la asocia a condiciones en las que se ve expuestas la pobreza y la violencia, esto genera patrones de desorganización en la sociedad, familia y la escuela, elaborando patrones de conflictos, marginalidad, desesperanza, inferioridad; elaborando y produciendo un efecto de aculturización, es decir, el medio de comunicación forma imágenes de un entorno abandonado, proporcionando los hechos que suscitan a su alrededor, presentando a la infancia desde otras

perspectivas, mismas que las evidencia desde acontecimientos cotidianos que se resisten al cambio, imponiendo a la infancia y condicionando su imagen desde la limitación de sus posibilidades .

Por tal manera, la construcción de los niños/as y adolescentes se genera desde su imagen visual representándoles como referentes, mismos que son visibilizados como un objeto que se puede simbolizar, sin ser apreciados como sujetos de derechos tal como afirma el autor Marcuse que: “la concepción que se da a la niñez dentro del marco televisivo es para ser considerados como inexistentes y compasivos, objetos producidos para el servicio, acciones y satisfacción de una necesidad económica o personal” (Marcuse, 2010, pág. 36). Por tanto, al manejar a la infancia desde esta categoría dentro de las variables identificadas en el análisis de programación a partir del cuadro de identificación de adjetivo/acción, se puede hacer referencia a niños/as y adolescentes, como por reiteradas ocasiones se vulnera sus derechos, ya que no son mostrados como sujetos de derecho, lo cual genera que se desarrolle una serie de estereotipos a partir de sus hallazgos.

Por consiguiente, los estereotipos consisten en ser entendidos desde una imagen estructurada misma que debe ser aceptada por las personas o por un colectivo (sociedad), estos no solo construyen una realidad de las personas en este caso la niñez y adolescencia, sino que de forma implícita esconde una serie de acciones de los niños/as y adolescentes las cuales son aspectos positivos para su personalidad, vida y para la sociedad.

El estereotipo es una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple (causando distorsión en dicho proceso porque hace más énfasis en algunos aspectos del grupo mientras que se ignoran otros), es decir el estereotipo se desarrolla con descripciones basadas en lo subjetivo y no en lo objetivo (Diaz, 2008, pág. 34).

Por lo cual, la estereotipación en los programas “En carne propia” y “Sorprendente” afecta a la sociedad en la forma de percepción de la realidad, asimilando dicha categoría como una realidad y generando procesos de opinión pública sean estas positivas o negativas.

Por tanto establecen que el estereotipo se desarrolle desde el conjunto de creencias sobre las características de las personas (niños/as y adolescentes) y del grupo social en el que se desenvuelve, generalizando a todo miembro dentro del mismo; basando su imagen en las habilidades o defectos de las personas.

En el marco televisivo y dentro de los programas analizados al hablar de estereotipos, este se desarrolla como un proceso de categorización, el cual se construye desde varias caracterizaciones, sucesos y hechos, por consiguiente las mismas se producen desde las sensaciones, emociones y formas de percepción hacia el resto.

Al pensar que el estereotipo es tal y como se percibe, sin considerar proyecciones y comunicaciones defectuosas, exagerando las diferencias intergrupales y la homogeneidad; percepción causal errónea al atribuir diferencias a la raza en lugar del ambiente; pretensión de que los rasgos negativos producen hostilidad, cuando la verdadera causa de este puede ser el etnocentrismo, amenazas o desplazamientos de agresión. (Campbell, 1995, pág. 106)

Por tanto, se construye el contexto, donde se sitúa cada cual, el rol que desempeña en su entorno y las características del mismo para desarrollar el estereotipo; ya que dichas relaciones sociales se enmarcan en la visibilidad de sus hechos sea subjetiva o no.

Por consiguiente los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” al producir y difundir que los niños/as y adolescentes que se encuentran en la calle, se los evidencia desde la ausencia de higiene (exposición excesiva), dando a considerar que ese entorno es un ejemplo de la falta de sanidad, evidenciándolos como una infancia trabajadora (factor adyacente) en las cuales su condiciones varían diariamente.

La visualización de la niñez y adolescencia en situaciones de la calle o de conflictos con la ley (exposiciones repetitivas y excesivas), por lo cual se determina que por estar en ese entorno, ellos sobreviven del robo, peleas conflictos y vivezas, mostrándoles que esos actos es su única forma de supervivencia.

Todos estos puntos mencionados, categorizados, contextualizados y ejemplificados se los maneja desde la imagen de la pobreza de los niños/as y adolescentes, la misma que es estereotipada por su condición y desde acciones y adjetivaciones como se lo evidencia en el siguiente cuadro:

Tabla 14.

Construcción de la imagen de los niños, niñas y adolescentes / Acciones

<b>Pobreza</b>	<b>Representación de la imagen de los niños/as y adolescentes/hechos o acciones.</b>
Conflictos	-Riñas callejeras -Golpes -Eres pobre -Eres flojo
Explotación	-Menores dedicados a la venta de drogas. -Menores dedicados a actos delincuenciales, por parte de los padres. -Menores dedicados a ventas callejeras.
Mendicidad	-Menores enviados a la calle a pedir dinero y comida.(Porque son pobres) - Son pobres porque son delincuentes.
Maltratos	-Agresión del maestro con el alumno (son vulnerables). -Agresión entre compañeros y padres de familia.
Discriminación	-Falta de dinero.
Delincuencial	-Venta de drogas. -Robos
Abusos	-Sexual -Físico
Maltratos	-Físicos. -Psicológicos.
Fragmentación del hogar (Sin padre o madre )	-Menores sin control. -Menores agresores.
Maltrato	-Agresiones a los menores. -Golpes con objetos.
Conflicto	-Verbales -En detenciones.

Nota: La tabla demuestra cómo se maneja la imagen de la Niñez y Adolescencia y como esta es representada equívocamente por los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente”; a partir de las temáticas, adjetivaciones y acciones que estos desarrollan.

Elaborado por: Marco Rocha

Esta condición de pobreza viene adjunta con los prejuicios, racismos, mismos que son evidenciados con individuos de bajas condiciones de vida y económicas, la misma que se genera por varios factores: las situaciones sociales, culturales económicas, políticas de infraestructura. Por tanto, como primer punto los programas, sin un control previo, desarrollan la reproducción de contenido desde un contexto de violencia social, es decir, que visibilizan el desarrollo de un entorno, reproduciendo lo que ocurre entre la infancia y la adultez; convirtiendo este tipo de imágenes en un proceso de construcción social-histórico-cultural y de relaciones sociales, creando en su información acciones de: angustias, tensiones y temores tal como se lo evidencia en los cuadros de análisis, las mismas que se generan desde las posibilidades que les da el sistema social en sus estilos de vida.

Otro eje esencial dentro de este análisis, es la violencia, misma que se la evidencia desde el ámbito cultural, es decir, que se la hace referencia con los aspectos simbólicos (formas no materiales), las cuales incurren en situaciones violentas y de agresión; siendo la televisión un medio que cumple un papel esencial en la construcción de la violencia, en el siguiente cuadro se evidencia como se plantea el estereotipo real de la niñez y como los programas los reconstruyen desde otra resignificación.

Tabla 15.

Cuadro comparativo de resignificación de la niñez

<b>Estereotipo común de la niñez</b>		<b>Resignificación del estereotipo de la niñez en los programas “En carne propia” y “Sorprendente”</b>	
Niño	Niña	Niño	Niña
Independiente	De la casa	Malcriado	Malcriada
Seguros	Sumisa, débiles	Agresivos, conflictivos	Machonas
Fuertes	Dependiente	Vagos	Descuidadas, feas
Inquietos, estudiosos	Bellas, estudiosas	Ignorantes desobligados y	Ignorantes

		desocupados	
--	--	-------------	--

Nota: La función de la televisión como medio de comunicación es proteger a los niños/as y adolescentes, generando un tratamiento periodístico como sujetos de derecho con voz propia, sin criminalizarlos ni revictimizarlos, propiciando contenidos de calidad desde la promoción y protección a sus derechos.

Elaborado por: Marco Rocha

Al observar que estas variables están siendo reproducidas en los programas, se determina que la imagen de la niñez y adolescencia se está encaminando por un aspecto de vulnerabilidad idenditaria, es decir, que si ésta no va acompañada de entornos sociales educativos y recreativos que permitan el desarrollo como persona y la configuración de una identidad, existirá aun estas brechas de conductas violentas, agresivas y delictivas, utilizadas a favor del rating de los programas televisivos para producirlos y difundirlos.

Estos contextos y escenarios de vida que se evidencian a través de la programación, muestran libremente la exposición de los menores desde conductas agresivas, abusivas, violentas y delictivas, es decir, solo difunden a la audiencia conductas antisociales de los niños/as y adolescentes, dejando de lado todo su lado positivo.

Por tanto, se debe Incorporar una diversidad de segmentos en diferentes dimensiones como: cultural educativo, contextos sociales, lenguas entre otras; despojándose de la inclusión de temáticas de niños/as y adolescentes, prescindiendo de estereotipos, humillaciones, ridiculizaciones, discriminaciones y prejuicios.

Los mismos que apelen a una información eficaz, la cual pueda seguir con la construcción de noticias sobre representaciones de la realidad; ya que un órgano regulador no trata de ser un gran censor, sino apoyar, impulsando mecanismos de participación de los ciudadanos/as velando por respeto a sus derechos, actuando como proceso de sociabilización el cual sea también con fines educativos

## CONCLUSIONES

- El presente análisis demostró los mecanismos utilizados por los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente” para exaltar las notas a una dimensión dramática, la cual se desarrolla a partir de la imagen de los niños, niñas y adolescentes, mismo que ayudo a comprender el tratamiento que se da a la infancia, a partir de la construcción de una imagen y discursos sostenidos desde el prejuicio, estereotipo y resignificación de las situación sociales de los menores, en zonas urbanas, y por último, dilucidar como predomina el estilo sensacionalista de los presentadores, al narrar el acontecimiento, señalando su urgencia y gravedad del caso, generando un nuevo valor interpretativo.
- En la actualidad en el Ecuador ,los programas de los medios televisivos se han transformado, volviéndose muy influyentes en la audiencia y grandes generadores de la opinión pública; ya sea de manera favorable o perjudicial, elaborando cambios sociales , es decir, presentan “nuevos” sentidos de percepción a las condiciones de vida los niños/as y adolescentes, siendo desde la familia (maltrato), educación(conflicto y riñas), economía (pobreza), ley (víctimas y victimarios), creando una carencia ética en la elaboración del contenido de las noticias y a la vez como presentadores, sin propiciar dinámicas de protección con este grupo etario.
- El Estado al instaurar las normativas de respeto (Código de la Niñez y Adolescencia) y de control (Ley Orgánica de Comunicación) obligan a los medios televisivos y sus programas desarrollar un reconocimiento que valore a la infancia como seres humanos y cumplir con el propósito del Plan Nacional del Buen vivir, la construcción de una sociedad incluyente y solidaria.

## RECOMENDACIONES

- El desarrollo del contenido de los programas se concentra en los entornos de las poblaciones más pobres, se las proyecta frecuentemente desde diferentes géneros como: noticias, reportajes, notas, historia de vida y hechos, ocupando un lugar predominante en estos medios televisivos; ya que algunos segmentos los relaciona con los niños/as y adolescentes desde hechos de violencia (física, psicológica y sexual) y pobreza, cometidos a ellos, desde varios entornos cómo: escuela, familia y comunidad, quebrantando el respeto a sus derechos.
- Sin una Ley Orgánica de Comunicación aprobada, los programas “En Carne Propia” y “Sorprendente”, en los tópicos de la imagen de los niños/as y adolescentes no constituían el centro de su agenda mediática, pero cuando estos entraban en ella, se los encamina desde una perspectiva que no los recocina como sujetos de derechos sino como objetos de rating y bajo una lógica comercial.
- La industria de la televisión y la información somete a la realidad actual, lo que genera que la percepción social de los niños, niñas, adolescentes y de la población dentro de las zonas urbanas, resulte considerablemente negativa, y una producción de capital de gran escala, lo cual propicia el quebrantamiento a los derechos de los menores y de la ciudadanía, propiciando a que el Estado, provoque cambios en los medios televisivos dentro su programación, mismas que han mantenido sus temáticas y produciendo un tratamiento informativo de autocensura, aun velando por sus intereses económicos y dejando una brecha en la construcción de contenido con responsabilidad social.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Real Academia Española*. (2001). Recuperado el Jueves 15 de Mayo de 2014, de Real Academia Española: <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>
- Código de la Niñez y la Adolescencia* . (2008). Quito: Cooperacion de Estudios y Publicaciones .
- Código de la Niñez y Adolescencia*. (2008). Quito, Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones,.
- Alvear, M. N. (2005). Los Derechos de la Comunicación. En M. N. Alvear. INREDH.
- Asamblea Nacional. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Nacional.
- Badenes, S. O. (12 de junio de 2014). *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social 64 - 2009*. Obtenido de RLCS, Revista Latina de Comunicación Social 64 - 2009: [http://www.revistalatinacs.org/09/art/28\\_827\\_46\\_ULEPICC\\_07/Sara\\_Ortells.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/28_827_46_ULEPICC_07/Sara_Ortells.html)
- Barbero. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, Cultura y hegemonía. En M. Barbero, *Lo popular* (pág. 257). Colombia: Gustavo Gilfi.
- Barbero, J. M. (2003). De los medios a las mediaciones. En J. M. Barbero, *De los medios a las mediaciones* (pág. 335). Bogotá: Gustavo Gili. S.A.
- Boni, A. (2006). *Construir a la ciudadanía global desde la universidad*. Barcelona: Intermón Oxfam.
- Bravo, S. (2002). Tesis Doctorales y Trabajos de investigación científicas. En S. Bravo, *Tesis Doctorales y Trabajos de investigación científicas*. Paraninfo.
- Briones, E. G. (2009). *La noticia y el reportaje*. Madrid: CIDE MEDASCOPIO.
- Briones, F. (s.f.). *Fundación Ecuador Libre*. Recuperado el 12 de 25 de 2013, de <http://www.ecuadorlibre.com/>
- Campbell, D. (1995). *Ethnocentric, and other alturistic motives, University of Nebraska*. Nebraska: EUA.
- Cañizares, M. T. (2012). La autorregulación: Una alternativa para la protección de los "menores digitales". En M. T. Cañizares, *La autorregulación: Una alternativa para la protección de los "menores digitales"* (pág. 197). Madrid: ISBN.
- Carpizo, J. (2000). El derecho a la información como garantía del Estado. En V. E. Carpizo Jorge, *El derecho a la información como garantía del Estado* (pág. 200). Buenos aires: Kapelus S.A.
- Carrasco, J. (2001). La Comunicación. En J. Carrasco, *La Comunicació* (pág. 280). Buenos Aires-Argentina: Porrúa S.A.

- Chomsky, N. (1995). Como nos venden la moto. En N. C. Ignacio Ramonet. Barcelona: ISBN.
- ciencias, I. A. (Marzo de 2014). *Introducción a la comunicación*. Recuperado el Lunes de Mayo de 2014, de Introducción a la comunicación:  
<http://books.google.com.ec/books?id=ZYkgAQAIAAJ&pg=PT2&dq=que+es+comunicacion&hl=es&sa=X&ei=nPM5U9zxO4ez2gWesICICQ&sqi=2&ved=0CDUQ6AEwAg#v=onepage&q=que%20es%20comunicacion&f=false>
- Cosentino, J. C. (1999). Construcción de los Conceptos Freudianos . En J. C. Cosentino, *Construcción de los Conceptos Freudianos* (pág. 177). Buenos Aires : Manantial.
- D.r.a.e. (Lunes de Julio de 2001). *Real Academia Española*. Recuperado el Martes de Mayo de 2014, de Real Academia Española:  
<http://lema.rae.es/drae/?val=sensacionalismo>
- Desarrollo, P. N. (2007-2010). Reformar el Estado para el bienestar colectivo. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Díaz, G. H. (2008). *as tres "T" de la comunicacion, television, teoria, televidentes*. Minipres.
- Diaz, G. H. (2008). *Las tres T de la comunicación, Television, Teorias y Televidentes*. Venezuela: UCAB.
- Dijk, T. V. (2011). teoria de os géneros periodísticos desde el tradicional binomio anglosajón. En L. M. Victor Manuel García, *Manual de los géneros periodísticos* (pág. 339). Bogotá: ECOE.
- Fuenzalida, V. F. (1999). Géneros televisivos y cultura del protagonismo. En G. Sunkel, *El consumo de America Latina, Construccion teorica y lineas de investigacion*. (pág. 371). Bogota: Andres bello.
- Gálvez, J. L. (2003). Sensacionalismo valores y jovenes. En M. P. Jose Luis Galvez, *Sensacionalismo valores y jovenes* (pág. 185). La paz: Edobol.
- Garcia, F. (2000). La imagen del niño en los medios de comunicacion. En G. Francisco, *La imagen del niño en los medios de comunicacion* (pág. 277). Madrid: Tecnologia Grafica S.L.
- Gemma, G. P. (2008). El lenguaje de las noticias de television.Las audiencias en la television . En G. P. Gemma, *El lenguaje de las noticias de television.Las audiencias en la television* (pág. 71). Barcelona: UOC.
- Giordano, E. (1999). *politicas de comunicación, la comfiguracion del mercado audio visual*. Barcelona: ISBN.
- Gloria Alberti Grafiras, V. U. (2010). *Por un periodismo no sexista: Pautas para comunicar desde la prespectiva de género*. Santiago: Andrea.
- Gomez, R. M. (2006). *Una mirada al cencepto de la pobreza, Analisis del concepto de pobreza del programa de las naciones unidas para el desarrollo*. Libros red.

- González, J. E. (1999). Televisión y Comunicación. En J. E. González, *Televisión y Comunicación*. Logran.
- Greenfield, M. (1984). El niño y los medios de comunicación . En M. Greenfield, *El niño y los medios de comunicación* (pág. 237). Madrid: Morata,S.L.
- Huerta, L. (9 de Julio de 2000). *Pontifica Universidad Catolica del Peru*. Recuperado el 16 de Mayo de 2014, de Pontifica Universidad Catolica del Peru: luis.huerta@pucp.edu.pe.
- Jaén, A. (1994). Prólogo a la comunicación. En J. B. Ángel, *Prólogo a la comunicación* (pág. 176). Madrid: Complutense.
- L.O.C. (13 de Junio de 2013). Ley Organica de Comunicacion. *Ley Organica de Comunicacion*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Leopo, P. R. (1989). El Concepto de Persona . En P. R. Leopo, *El Concepto de Persona* (pág. 293). Madrid: Rialp, S.A. Sebastian Elanco.
- Lita, R. L. (2008). Nuevas estrategias de television:identidad, marca . En R. L. Lita, *Nuevas estrategias de television:identidad, marca* (pág. 311). Madrid: Ciencias Sociales SA.
- López, F. S. (2004). Dercho Constitucional. En F. S. López, *Dercho Constitucional* (pág. 568). Madrid: Dykinson.
- Luckman, P. (1984). *Lenguaje y contexto: La cosntruccion del imaginario social,en la construccion social de la ralidad* . Buenos Aires: Amorrutu.
- Luckmann, T. (2001). La construccion social de la realidad social. En T. L. Peter L. Berger, *La construccion social de la realidad social* (pág. 240). Avellaneda: Amorroutu.
- Marcuse, H. (20101). Sujetos y objetos. En J. B. C., *Marcuse y los sujtos* (pág. 260). Caracas: Eugenia Pino.
- Martínez, M. (2012). Adolescencia, Aprendizaje y personalidad. En M. Martínez, *Adolescencia, Aprendizaje y personalidad* (pág. 327). Sello.
- McLuhan, M. (2009). Comprender a los medios de comunicacion . En M. McLuhan, *Comprender a los medios de comunicacion* (pág. 203). Barcelona: Litografias Roses, S.A.
- McQuail, D. (1969). La comunicacion masiva (Sociologia de los medios de comunicacio). En D. McQuail, *La comunicacion masiva (Sociologia de los medios de comunicacio)* (págs. 20-23). Buenos Aires : Paidos .
- Mendieta, S. C.-G. (15 de Marzo de 1998). *Teorías sin disciplina, (latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate)*. Obtenido de Teorías sin disciplina, (latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate).: <http://people.duke.edu/~wmignolo/InteractiveCV/Publications/Teoriassindisciplina.pdf>

- Moscovici, S. (2007). Teoría de las representaciones sociales. En A. L. Kornblit, *Metodologías cualitativas de las ciencias sociales* (pág. 197). Buenos Aires: Biblos.
- Mozas, A. B. (1992). Gramática Práctica. En A. B. Mozas, *Gramática Práctica* (pág. 282). Chile: EDAF.S.A.
- Nacional, C. (2003). *Código de la niñez y adolescencia*. Ecuador.
- Omar Rincón, M. E. (2001). La televisión: Pantalla e identidad. En M. E. Omar Rincón, *La televisión: Pantalla e identidad* (pág. 296). Quito: El conejo.
- Ortells, S. (17 de junio de 2014). *La redifinición de los géneros periodísticos, como punto de partida del cambio*. Obtenido de La redifinición de los géneros periodísticos, como punto de partida del cambio: <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi13/38.pdf>
- Petit, C. (s.f.). *Televisión la caja que sociabiliza*. Cordova: Brujas.
- Plaza, G. M. (1998). La liberación del lector en la sociedad posmoderna. En G. M. Plaza, *La liberación del lector en la sociedad posmoderna* (pág. 339). Puerto Rico: De la Universidad de Puerto Rico.
- PNBV. (2010-2013). Orientaciones Éticas y Programáticas. Ecuador.
- Pozo. (1991). Procesos Cognitivos en la comprensión de la ciencia. En M. C. J.I. Pozo, *Procesos Cognitivos en la comprensión de la ciencia* (pág. 322). Madrid: Graficas.
- Prada, J. R. (2004). Madurez Afectiva. En J. R. Prada, *Madurez Afectiva* (pág. 128). Bogota: ISBN.
- Rincón. (2005). La Información. En O. M. Rincón, *Televisión: Pantalla e Identidad* (pág. 296). Bogotá: CAB.
- Rincón, J. M. (2001). Televisión pública: del consumidor al ciudadano. En J. M. Rincón, *Televisión pública: del consumidor al ciudadano* (pág. 295). Bogota: Printed in Colombia.
- Rincon, O. (2006). *Narrativas Mediáticas*. Barcelona: Gedisa.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. España: Obets.
- Rosdolsky, R. (2004). Génesis y estructura de el capital de Marx (Estudios sobre los Grundrisse). En R. Rosdolsky, *Génesis y estructura de el capital de Marx (Estudios sobre los Grundrisse)* (pág. 372). Mexico: ISBN.
- Sanchís, L. P. (1998). Ley, Principios, Derechos. En L. P. Sanchís. Madrid: DYKINSON.
- Santander, M. L. (2004). Teorías de la comunicación. En M. L. Santander, *Teorías de la comunicación* (pág. 231). Santiago de Chile: Universitaria.

- Sartori, G. (2002). Homo Videns. La sociedad teledirigida. En G. Sartori, *Homo Videns. La sociedad teledirigida* (pág. 205). Taurus.
- Saussure, F. d. (1991). Curso de lingüística general. En F. d. Saussure, *Curso de lingüística general* (pág. 320). Akal.
- SEMPLADES. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.
- SENPLADES. (2009). *Plan nacional del buen vivir*. Recuperado el 27 de 12 de 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec/>
- Serrano, M. M. (1982). *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia, Cuadernos de la comunicación*. España: Graficas Valencia.
- Sierra, B. S. (1984). *Tesis doctoraly trabajos de investigacion científica*. Paraninfo S.A.
- Sinova, J. (2006). La censura de la prensa. En J. Sinova, *La censura de la prensa* (pág. 347). Barcelona: Zero Pre Impresion.
- SNPD, (. N. (2013-2017). Plan Nacional del Buen Vivir. En S. N. Desarrollo, *Plan Nacional del Buen Vivir* (pág. 439). Quito: Consejo Nacional de Planificación.
- Stella, M. (2004). Los que hacen la noticia: periodismo, informacion y poder. En M. Stella, *Los que hacen la noticia: periodismo, informacion y poder* (pág. 215). Argentina: Biblos.
- Stiftung, K. A. (1995). Medios de comunicación y democarica. En K. A. stiftung, *Medios de comunicación y democarica* (pág. 135). Caracas: Adenauer- Stiftung.
- Suárez, C. (2010). Tecnologías de la información y la comunicación. En C. Suárez, *Tecnologías de la información y la comunicación* (pág. 57). Ideas Propias.
- Tomás Fernández García, A. G. (2001). Medios de Comunicación Sociedad y Educación. En A. G. Tomás Fernández García, *Medios de Comunicación Sociedad y Educación* (pág. 280). complete la información: Humanidades.
- Vilches, L. (1984). La lectura de la imagen.Prensa, Cine, Televisión. En L. Vilches, *La lectura de la imagen.Prensa, Cine, Televisión* (pág. 34). Paidos Iberica .
- Zecchetto, V. (2002). La danza de los signos. NOCIONES DE SEMIOTICA GENERAL . En V. Zecchetto, *La danza de los signos. NOCIONES DE SEMIOTICA GENERAL* (pág. 243). Quito: Abya-Yala.
- Zillmann, J. B. (1996). Los efectos de los medios de comunicacion. Investigaciones y teorías. En D. Z. Jennings Bryant, *Los efectos de los medios de comunicacion. Investigaciones y teorías* (pág. 127). Barcelona: Paidos.

## ANEXOS

### Anexo 1. Ley Orgánica de Comunicación

- Artículos relacionados a la producción y difusión de la imagen de niños/as y adolescentes

Art.- 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art.- 6.- Medios de comunicación social de carácter nacional.- Los medios audiovisuales adquieren carácter nacional cuando su cobertura llegue al 30% o más de la población del país, de acuerdo al último censo nacional; o, si el sistema está conformado por una matriz y seis o más repetidoras cuya cobertura alcance poblaciones de dos o más regiones naturales del país.

Adquieren la misma condición los medios impresos nacionales siempre que la publicación circule en una o más provincias del territorio de la República del Ecuador cuya población corresponda, individual o conjuntamente, al 30 % o más del total de habitantes del país, de acuerdo con el último censo nacional.

Para contabilizar y verificar la adecuación al parámetro antes establecido, se considerará de forma conjunta a todas las compañías que operen un mismo medio audiovisual o impreso nacional, ya sea de forma directa, a título de ediciones regionales o con cualquier otro mecanismo.

Los medios de comunicación social de carácter nacional no podrán pertenecer en todo o en parte, de forma directa o indirecta, a organizaciones o compañías

extranjeras domiciliadas fuera del Estado Ecuatoriano ni a ciudadanos extranjeros, salvo aquellos ciudadanos extranjeros que residan de manera regular en el territorio nacional.

Art.- 7.- Información de relevancia pública o de interés general.-Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Art.- 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

## TÍTULO II

### Principios y derechos

#### CAPÍTULO 1

##### Principios

Art.-10.- Normas deontológicas.-Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

##### 1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

## 2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

## 3. Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;

- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publi-reportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h. Evitar difundir, de forma positiva o a valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente; y,
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan.
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o

por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

Ei incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.

- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art.-15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

## CAPÍTULO 11

### Derechos a la comunicación

#### SECCIÓN I

##### Derechos de libertad

Art.-17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art.-18.- Prohibición de censura previa.- Queda prohibida la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, accionista, socio, anunciante o cualquier otra persona que en ejercicio de sus funciones o en su calidad revise, apruebe o desaprobe los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación, a fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero.

Los medios de comunicación tienen el deber de cubrir y difundir los hechos de interés público. La omisión deliberada y recurrente de la difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa.

Quienes censuren previamente o ejecuten actos conducentes a realizarla de manera indirecta, serán sancionados administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 10 salarios básicos unificados, sin perjuicio de que el autor de los actos de censura responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art 19.- Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar.

Art 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;
2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad, o;
3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley.

Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes social es cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Art.- 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias.- Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;
2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta, y;
3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con A, “B” y “O”: Apta solo para personas adultas.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.

Art.- 66.- Contenido violento.- Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza. Estos contenidos solo podrán

difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación

## .Anexo 2. Código de la Niñez y de Adolescencia

Artículos: Derechos al respeto de la imagen y su integridad en el medio televisivo

### TITULO I

#### DEFINICIONES

Art. 8.- Corresponsabilidad del Estado, la sociedad y la familia.- Es deber del Estado, la sociedad y la familia, dentro de sus respectivos ámbitos, adoptar las medidas políticas, administrativas, económicas, legislativas, sociales y jurídicas que sean necesarias para la plena vigencia, ejercicio efectivo, garantía, protección y exigibilidad de la totalidad de los derechos de niños; niñas y adolescentes.

Art.- 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna.

Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes. Especialmente contra la re victimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La re victimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 45.- Derecho a la información.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a buscar y escoger información; y a utilizar los diferentes medios y fuentes de comunicación, con las limitaciones establecidas en la ley y aquellas que se derivan del ejercicio de la patria potestad.

Es deber del Estado, la sociedad y la familia, asegurar que la niñez y adolescencia reciban una información adecuada, veraz y pluralista; y proporcionarles orientación y una educación crítica que les permita ejercitar apropiadamente los derechos señalados en el inciso anterior.

#### Capítulo IV

##### Derechos de protección

Art. 50.- Derecho a la integridad personal.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete su integridad personal, física, psicológica, cultural, afectiva y sexual. No podrán ser sometidos a torturas, tratos crueles y degradantes.

Art. 51.- Derecho a la libertad personal, dignidad, reputación, honor e imagen.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete:

- a) Su libertad, sin más limitaciones que las establecidas en la ley. Los progenitores y Responsables de sus cuidados los orientarán en el ejercicio de este derecho; y,
- b) Su dignidad, autoestima, honra, reputación e imagen propia. Deberá proporcionárseles relaciones de calidez y buen trato fundamentadas en el reconocimiento de su dignidad y el respeto a las diferencias.

Art. 52.- Prohibiciones relacionadas con el derecho a la dignidad e imagen. Se prohíbe:

1. La participación de niños, niñas y adolescentes en programas, mensajes publicitarios, en producciones de contenido pornográfico y en espectáculos cuyos contenidos sean inadecuados para su edad;
2. La utilización de niños y niñas o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político o religioso;

3. La publicación o exhibición de noticias, reportajes, crónicas, historias de vida o cualquiera otra expresión periodística con imagen o nombres propios de niños, niñas o adolescentes que han sido víctimas de maltrato o abuso;
4. La publicación o exhibición de imágenes y grabaciones o referencias escritas que permitan la identificación o individualización de un niño, niña o adolescente que ha sido víctima de maltrato, abuso sexual o infracción penal, y cualquier otra referencia al entorno en el que se desarrollan; y,
5. La publicación del nombre, así como de la imagen de los menores acusados o sentenciados por delitos o faltas. Aún en los casos permitidos por la ley, no se podrá utilizar públicamente la imagen de un adolescente mayor de quince años, sin su autorización expresa; ni la de un niño, niña o adolescente menor de dicha edad, sin la autorización de su representante legal, quien sólo la dará si no lesiona los derechos de su representado.

Aun en los casos permitidos por la ley, no se podrá utilizar públicamente la imagen de un adolescente mayor de quince años, sin su autorización expresa; ni la de un niño, niña o adolescente menor de dicha edad, sin la autorización de su representante legal, quien sólo la dará si no lesiona los derechos de su representado.

Art. 195.- Funciones del Consejo Nacional.- Corresponde al Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia:

- d) Promover la creación y fortalecimiento orgánico funcional de los Concejos Cantonales de la Niñez y Adolescencia y de las Juntas Cantonales de Protección de Derechos;
- e) Vigilar el cumplimiento de los objetivos del sistema en todos sus componentes, a través de sus distintos organismos;
- g) Definir la política nacional de adopciones y vigilar su cumplimiento;
- l) Denunciar ante los órganos competentes las acciones u omisiones de servicios públicos y privados que amenacen o violen los derechos de los niños, niñas y adolescentes;

m) Difundir los derechos, garantías, deberes y responsabilidades de la niñez y adolescencia;

s) Establecer un sistema de control de calidad y valores en los mensajes y programas de los medios en función del mejor interés del niño, niñas o adolescente;

Art. 250.- Infracciones contra el derecho a la información.- Serán sancionados con la multa señalada en el artículo anterior: 1. Los medios de comunicación, cines, teatros y espectáculos públicos y los responsables de sus programaciones, que no cumplan la obligación de anunciar, con la debida anticipación, la naturaleza y clasificación de edad para la audiencia o ingreso a sus programas;

2. Los directores de los medios de comunicación, los editores de videos y grabaciones y los fabricantes y comerciantes de productos dirigidos a niños, niñas o adolescentes, cuyas publicaciones, ediciones y envoltorios de productos contravengan las prohibiciones contenidas en el artículo 46;

4. Las personas que propicien o permitan cualquier forma de participación, pública o privada, de niños, niñas y adolescentes en programas, mensajes comerciales y espectáculos cuyos contenidos sean inadecuados para su edad.

Art. 251.- Infracciones contra el derecho a la intimidad y a la imagen.- Serán sancionados con la multa señalada en el artículo 248:

1. Los medios de comunicación, los responsables de su programación o edición y los periodistas, que difundan informaciones que permitan o posibiliten la identificación de un adolescente involucrado en un enjuiciamiento penal, o de sus familiares;

2. Los medios y personas señalados en el numeral anterior, que publiquen o exhiban reportajes, voz o imagen o cualquier dato o información que permita identificar a un niño, niña o adolescente que ha sido objeto de cualquiera forma de maltrato o abuso sexual;

3. Los funcionarios públicos que por cualquier medio, directa o indirectamente, hagan o permitan que se hagan públicos los antecedentes policiales o judiciales de los adolescentes que hayan sido investigados,

enjuiciados o privados de su libertad con motivo de una infracción penal, en contravención de lo dispuesto por el artículo 53;

4. Los que utilicen la imagen de un niño, niña o adolescente en cualquier medio de comunicación o recurso publicitario sin la autorización expresa de este último o de su representante legal; y,

5. Las personas naturales o jurídicas que distorsionen, ridiculicen o exploten a través de cualquier medio la imagen de los niños, niñas o adolescentes con discapacidad

### Anexo 3. Definición de términos básicos

#### - Ley Constitucional

La ley constitucional es definida como normas generales y de carácter obligatorio que han sido dictaminadas por el poder en las que detallan o explican algún precepto de carácter constitucional en las que se desplazan reglas, principios y la voluntad de plena tutela a los derechos fundamentales. (Sanchís, 1998, pág. 117)

#### - Derechos desde la comunicación

El derecho es un conjunto de experiencias vividas, expresadas en conflictos de intereses y formas de tratar de resolverlos, en torno a las normas y a los valores que expresan en ellas es ahí donde el derecho se convierte así en un discurso que organiza los niveles sociales de consenso y conflicto. Es decir que el derecho desde la perspectiva que proponemos es que se refiere a un conjunto de normas de proposiciones que regulan ciertas situaciones específicas; pero también establecen las posibilidades y limitaciones de las personas y las organizaciones, dentro de los diversos campos de la acción social en este caso en el campo de la comunicación. (Alvear, 2005, pág. 27)

#### - Niñez

Se designa al termino de niñez aquel periodo de la vida humana que se extiende desde el nacimiento del individuo hasta la llegada de la pubertad, entre los 11 y 12 años es a partir de ahí que la niñez es el momento de la vida de las personas en el

cual se desarrolla y crece más y están en constantes cambios físicos como el desarrollo, tanto físico, motor como cognitivo. ( Prada, 2004, pág. 23)

## Adolescencia

El periodo de la vida que va entre los 12 y los 17 años está marcado por profundos cambios en el cuerpo y en la forma de ver al mundo y a los demás en la que va definiendo su personalidad, identidad y roles que desempeñara en la sociedad. (Martínez, 2012, pág. 38)

### - Niño y Niña

El niño y niña como individuo es un proceso continuo que se inicia con su nacimiento, caracterizado por un crecimiento a nivel físico, emocional, e intelectual, en proceso de desarrollo y construcción de su identidad. (Cosentino, 1999, pág. 128)

### - Regulación

Son normas económicas, sociales y administrativas con las que se pretende garantizar el funcionamiento, genera certeza jurídica, garantiza derechos de propiedad por ello las regulaciones son reglas o normas emitidas por el gobierno para garantizar beneficios sociales. (López, 2004, pág. 40)

### - Normativa

Es definida como la regla que ordena la conducta de los hombres en sociedad y la configuración del estado y cuya observancia garantiza el estado mediante oportunas sanciones. (López, 2004, pág. 32)

### - Código de la niñez

Protección integral del estado, la sociedad y la familia deben garantizar los derechos a todos los niños/as y adolescentes que viven en el Ecuador, con el fin de lograr su desarrollo integral y el disfrute pleno de sus derechos, en un marco de libertad, equidad y dignidad. (Nacional, 2003, pág. 1)

### - Comunicación

La comunicación debe ser el fluido continuo de mensajes que se mueven en diferentes direcciones pero bajo una misma forma y estilo. es decir la comunicación

tiene que ser dinámica, planificada y concreta constituyéndose como una herramienta de dirección u orientación sinérgica marcada por una retroalimentación (Feedback) con sus públicos de manera constante que ayudara a mejorarla. (Lita, 2008, pág. 26)

- Censura

Se llama censura a aquello que elimina todo aquello que no convenía a los intereses de los gobernantes y de la sociedad que al tiempo obliga a publicar lo que el poder en cada momento quiere para el beneficio de la sociedad. (Sinova, 2006, pág. 35)

- Televisión

La televisión es un medio de comunicación colectivo y su característica principal, es que es un instrumento que hace posible la relación entre los hombres, estén estos, espacial o temporalmente, distantes los unos de los otros. (González, 1999, pág. 37)

- Imagen

La imagen configura varios elementos iconos entre ellos( figuras, texturas composición, color...) en la que la imagen es algo que hacemos y construimos proposiciones que tienen las mismas formas que los hechos ilustrados; la imagen no es mental sino concreta y su reflexión parece apoyarse en la mecánica, la pintura, la fotografía el cine y la televisión de ahí el gran poder de la imagen televisiva, su veracidad, la impresión de que estamos viendo y viéndonos encada una de las imágenes que ofrece la televisión. (Vilches, 1984, pág. 24)

- Medios de comunicación

Los medios de comunicación son transmisores y generadores de actitudes y conductas, han de seguir trasladando información, educación, valores además de reflejar lo que sucede en la realidad con los más altos niveles de objetividad y fidelidad posibles en la que muestran lo que acontece en el transcurrir diario ya que son la única fuente al que tiene acceso millones de personas. (Tomás Fernández García, 2001, pág. 122)

- Efecto de los programas televisivos

La televisión interactúa con el niño mientras este los contempla y al prestar atención estos lo interpreta lo que la pantalla lo trasmite ya que no fomenta la imaginación,

produce una especie de colonización cultural exportando ideologías y culturas y ya que el mensaje televisivo no es objetivo, en el dominan lo intuitivo y emocional sobre lo intelectual y racional. (Greenfield, 1984, pág. 100)

- Persona

Persona hace referencia a un ser con poder de raciocinio que posee conciencia sobre sí mismo y que cuenta con su propia identidad , personalidad definida, el cual es sujeto a tener derechos y deberes. (Leopo, 1989)