

Princesas, transgresores, apasionados y otros

Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos
mediáticos por parte de los niños y niñas en Colombia.



ISBN: 978-958-8920-00-9

Princesas, transgresores, apasionados y otros



Ministra de Cultura
MARIANA GARCÉS CÓRDOBA

Viceministra de Cultura
MARÍA CLAUDIA LÓPEZ SORZANO

Secretario General
ENZO RAFAEL ARIZA AYALA

Director de Comunicaciones
ARGEMIRO CORTÉS BUITRAGO

**Coordinador Grupo de Gestión y Ejecución
Dirección de Comunicaciones**
RICARDO RAMÍREZ HERNÁNDEZ

**Coordinadora Proyecto Comunicación Cultural y
Niñez Dirección de Comunicaciones**
DIANA DÍAZ SOTO

**Asesora Proyecto Comunicación Cultural y Niñez
Dirección de Comunicaciones**
SANDRA TÉLLEZ SILVA

Rector Universidad Santiago de Cali
CARLOS ANDRÉS PÉREZ GALINDO

Rector Universidad Autónoma de Bucaramanga
ALBERTO MONTOYA PUYANA

Coordinador investigación Fase I
MANUCINE S.A.S

Coordinadora Investigación Cali
YAMILE SANDOVAL ROMERO

Coordinador Investigación Bucaramanga
CARLOS ERNESTO ACOSTA POSADA

Coordinadora Investigación Villavicencio
SANDRA MONROY

Autores
DIANA CAROLINA CORTÉS ACOSTA
DIANA CIFUENTES GÓMEZ
DIANA DÍAZ SOTO

JUANITA REYES BERRÍO
LORENA CANTILLO
SANDRA TÉLLEZ SILVA
YAMILE SANDOVAL ROMERO

**Equipo etnográfico fase piloto, registro fotográfico
y audiovisual**
ANDREA ANZOLA
DIANA CIFUENTES GÓMEZ
JUANITA REYES BERRÍO
RICARDO BELTRÁN VELEZ

**Equipo etnográfico Cali, registro fotográfico y
audiovisual**
NATALIA GUTIÉRREZ MARTÍNEZ
YAMILE SANDOVAL ROMERO

**Equipo etnográfico Bucaramanga, registro
fotográfico y audiovisual**
DIANA CAROLINA CORTÉS ACOSTA
ERIKA DAYANNA DÍAZ RANGEL

**Equipo etnográfico Bucaramanga, registro
fotográfico y audiovisual**
SANDRA MONROY

Compiladora y edición conceptual
LORENA CANTILLO

Ilustración íconos
DIANA DÍAZ SOTO

Guión de E-Book
SANDRA TÉLLEZ SILVA

Diseño, diagramación y programación E-Book
CARLOS ANDRÉS CRUZ

Foto montaje y edición videos E-Book
LUISA FERNANDA TÉLLEZ

ISBN
978-958-8920-00-9
BOGOTÁ 2015





Consejo Superior 2014 - 2018

Dr. Juan Portocarrero Cuero

Presidente

Dra. Julieth Andrea López

Vicepresidenta

Dr. Fortunato García Wallis

Secretario General

Dr. Carlos Andrés Pérez Galindo

Rector

Dra. Zonia Yazmín Velásco Ramírez

Gerente Administrativa

Dr. Arturo Hernán Arenas Fernández

Vicerrector

Dr. Óscar Albeiro Gallego Gómez

Gerente de Bienestar Universitario

Dr. Humberto Salazar Grajales

Gerente Financiero

Dr. Jorge Eliécer Olaya Garcerá

Director General de Extensión

Universitaria

**Oficina de Publicaciones
Unidad de Comunicación
Universidad Santiago de Cali**

CS. César A. Rincón

cesararincón@usc.edu.co

Coordinación Editorial

Carlos Cruz

carlos.cruz01@usc.edu.co

Diseño y Diagramación

Miembros de

EDITORIAL USC

Calle 5 No. 62-00 Pampalinda, Bloque 3 Piso 3. Tel. (2) 518 30 00 Ext. 405 – 489

publica@usc.edu.co / editorial.usc.edu.co

Cali - Colombia



ASEUC

Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia

Princesas, transgresores, apasionados y otros: Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y niñas en Colombia /Diana Carolina Cortés Acosta, Diana Cifuentes Gómez, Diana Díaz Soto, Juanita Reyes Berrío, Lorena Cantillo, Sandra Téllez Silva, Yamile Sandoval Romero.

1 ed. Cali, Colombia. Editorial Universidad Santiago de Cali / Ministerio de Cultura / Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2015

10,5MB, E-book

ISBN: 978-958-8920-00-9

1. Comunicación 2. Medios de Comunicación 3. Medios masivos. I.Tit
302.23-dc22

Princesas, transgresores, apasionados y otros

DIANA CAROLINA CORTÉS ACOSTA
DIANA CIFUENTES GÓMEZ
DIANA DÍAZ SOTO
JUANITA REYES BERRÍO
LORENA CANTILLO
SANDRA TÉLLEZ SILVA
YAMILE SANDOVAL ROMERO

AUTORAS PRINCIPALES



CONTENIDO

El contexto y los resultados

¿Cómo se hizo?

El estudio por fases



PRINCESAS, TRANSGRESORES, APASIONADOS Y OTROS
Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y niñas en Colombia

EL CONTEXTO Y LOS RESULTADOS

	Pag.
1. EL CONTEXTO	12
1.1. ¿Qué se ha hecho y dónde?	12
1.2. ¿Para qué? ¿Por qué?	15
1.3. ¿Por qué estudiar la relación niños y medios?	15
1.4. ¿Con quiénes y dónde?	16
1.4.1. Las ciudades, los niños participantes y sus características	17
1.4.1.1. Barranquilla	18
1.4.1.2. Bogotá	19
1.4.1.3. Medellín	20
1.4.1.4. Cali	21
1.4.1.5. Bucaramanga	22
1.4.1.6. Villavicencio	23
2. ¿CÓMO SE HIZO?	59
Se profundiza en los aspectos metodológicos de este estudio, con un enfoque pedagógico	
3. ¿QUÉ RESULTÓ?	60
3.1. Hallazgos generales	60
3.1.1. Encuesta Consumo Cultural 2012 - DANE	60
3.1.1.1. La televisión reina en los hogares colombianos	62
3.1.1.2. La edad, la ubicación geográfica y el estrato socioeconómico: Tres factores determinantes y diferenciadores	63
3.1.1.2.1. Consumo por edades y por medio	63
3.1.1.2.2. Consumo por regiones	66
3.1.1.2.3. Consumo por nivel socio económico	69
3.1.2. Trabajo de Campo, Etnografía	71
3.1.2.1. Análisis de contexto	71
3.1.2.1.1. Estratos bajo y medio bajo	72
3.1.2.1.2. La vivienda	72
3.1.2.1.3. El entorno	73
3.1.2.1.4. Redes de apoyo	75
3.1.2.1.5. Los objetos de la casa	76
3.1.2.1.6. Estrato medio	78
3.1.2.1.7. La vivienda	79

Ir a Contenido>>>

3.1.2.1.8.	El entorno	79
3.1.2.1.9.	Redes de apoyo	80
3.1.2.1.10.	Los objetos de la casa	81
3.1.2.1.11.	Estratos medio alto y alto	81
3.1.2.1.12.	La vivienda	81
3.1.2.1.13.	El entorno	82
3.1.2.1.14.	Redes de apoyo	82
3.1.2.1.15.	Los objetos de la casa	83
3.1.3.	Generalidades de los niños y las niñas	84
3.1.3.1.	De tres a cinco años	85
3.1.3.2.	De seis a ocho años	86
3.1.3.3.	De nueve a once años	87
3.2.	Hallazgos Particulares	88
3.2.1.	Perfiles a partir del trabajo de campo	89
3.2.1.1.	Chico grande	92
3.2.1.1.1.	Actividades y contenidos	94
3.2.1.2.	Amantes de la naturaleza	95
3.2.1.2.1.	Actividades y contenidos	96
3.2.1.3.	Estrellas por un día	98
3.2.1.3.1.	Actividades y contenidos	98
3.2.1.4.	Factor sorpresa	100
3.2.1.4.1.	Actividades y contenidos	101
3.2.1.5.	Transgresores	103
3.2.1.5.1.	Actividades y contenidos	104
3.2.1.6.	Proyektivos poderosos	105
3.2.1.6.1.	Actividades y contenidos	106
3.2.1.7.	Princesas y príncipes por naturaleza	107
3.2.1.7.1.	Princesas	107
3.2.1.7.1.1.	Actividades y contenidos	107
3.2.1.7.2.	Príncipes	110
3.2.1.7.2.1.	Actividades y contenidos	110
3.2.1.8.	El religioso	111
3.2.1.8.1.	Actividades y contenidos	112
3.2.1.9.	Niños conectados	113
3.2.1.9.1.	Actividades y contenidos	114
3.2.1.10.	Fantástico/a responsable	115
3.2.1.10.1.	Actividades y contenidos	116
3.2.1.11.	Aficionados apasionados	117
3.2.1.11.1.	Actividades y contenidos	117

3.2.2.	A partir del análisis del Consumo de medios y contenidos	119
	- Etnografías	
3.2.2.1.	¿Todos los niños son multimediáticos? Depende, todo depende	120
3.2.2.2.	La tele, la gran compañía	121
3.2.2.2.1.	¿Qué ven los niños cuando ven televisión?	122
3.2.2.2.2.	Algunas reflexiones particulares por ciudades	123
3.2.2.3.	Del cine, las películas	125
3.2.2.3.1.	¿Qué ven cuando ven películas?	126
3.2.2.4.	Historias benditas y otras	128
3.2.2.4.1.	¿Qué leen cuando leen?	129
3.2.2.5.	Consumos transmediales	131
3.2.2.5.1.	La cercanía que los conecta	131
3.2.2.5.2.	¿Qué buscan cuando buscan?	132
3.2.2.5.3.	Preferencias por edades	133
3.2.2.5.4.	Las tablets, los smartphones y otros ¿juguetes de hoy?	134
3.2.2.6.	Los otros de la casa, influencia permanente	135
3.2.3.	Para cerrar, algunas notas finales: Conclusiones, recomendaciones, aclaraciones, usos y otros pendientes	137

El Contexto



¿Qué se ha hecho y dónde?

“Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y niñas en Colombia” es una investigación realizada con el fin de enriquecer la perspectiva de la relación comunicación-cultura-niñez de una manera más cotidiana y aprovechando métodos que desde la investigación cualitativa y el mercadeo permiten conocer con profundidad a un público objetivo específico.

Con la fase piloto realizada en el 2013 nos interesó no solo conocer los resultados, confirmaciones y revelaciones en relación con los hábitos de consumos de niños y niñas entre los 5 y los 11 años de edad en Bogotá, Medellín y Barranquilla, sino también transferir el método, el modo de aproximación y el trabajo de campo al sector de la comunicación y la niñez, de ahí la importancia de reconstruir y presentar de manera organizada la propuesta metodológica con sus respectivas guías y herramientas.





Se realizaron 53 talleres en 25 municipios colombianos en los que participaron niños y niñas entre los 8 y los 10 años; a través de talleres lúdicos, se dedicaron a jugar y dialogar con más de 300 niños de diversas etnias y contextos sociales y culturales, con el fin de recoger información sobre sus imaginarios, sus narrativas, sus dilemas, sus valores; en suma, sobre cómo son sus universos y cómo les gustaría verlos y verse representados en la televisión. Estos talleres fueron insumo fundamental para la definición de principios orientadores para el diseño y la producción la serie La Lleva. En este año se llevó a cabo el programa piloto.

El material recogido en los talleres con los niños fue analizado y los principales resultados fueron presentados en “De ocho a diez Un acercamiento a los niños Colombianos para hacer televisión”. Se realizaron grupos focales para conocer las reacciones de los niños frente al formato de La Lleva y se hicieron ajustes. En alianza con Centro Ático de la Universidad Javeriana, Canal 13, Señal Colombia y el Ministerio de Cultura se empezó la producción de la serie completa de 13 capítulos.



Se finalizó la producción de la Lleva y se publicó la investigación “De ocho a diez Un acercamiento a niños y niñas para hacer televisión. Las dos experiencias se lanzaron en la Segunda Muestra Iberoamericana de Televisión Infantil. En este mismo evento se abrió la Convocatoria de Estímulos para la Producción de Televisión Infantil Mincultura - CNTV, la cual se ha venido haciendo desde entonces de manera ininterrumpida.





En el marco de la "Política de Primera Infancia: De Cero a Siempre", se llevó a cabo la investigación documental sobre la relación de la primera infancia y la televisión "Los niños menores de tres años y la televisión. Perspectivas de investigación y debate (1999-2010)", teniendo en cuenta la escasa oferta de contenidos de comunicación orientados al favorecimiento de la calidad de vida de los niños de 0 a 6 años producidos en Colombia. Esta investigación fue concebida con el fin de dotar al sector de productores y creativos, de una herramienta de aproximación a la primera infancia, que reuniera y brindara conocimientos especializados respecto a la pertinencia y calidad de los contenidos que se diseñan para los niños y las niñas en estas edades, y que a su vez aportara elementos de análisis para todos aquellos comprometidos de manera responsable con su desarrollo integral.

El Proyecto de Comunicación Cultural y Niñez (PCCN) se puso la tarea de fortalecer la interlocución con los niños. Para esto se realizó ¡ALHARACA! Los niños tenemos la palabra, un espacio de encuentro entre adultos y niños alrededor de los temas de comunicación. Esta experiencia generó reflexiones profundas que se pueden consultar en <http://www.mincultura.gov.co>

Se realizó la etapa piloto de la investigación Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y niñas en Colombia en tres ciudades: Barranquilla, Bogotá y Medellín.





¿Para qué? ¿Por qué?

Esta investigación se realizó con el fin de que los creadores de contenidos y las instituciones responsables de definir las políticas públicas para el fomento de la producción nacional de contenidos infantiles, contaran con un insumo valioso no solo para mejorar la calidad de sus apuestas, si no también para definir nuevas formas en que la población pueda acceder a ellas.

En esta medida, esperamos que tanto el proceso como los resultados obtenidos sean de interés y de la utilidad de creadores, productores, programadores, investigadores, docentes, gestores culturales, entre otros adultos que valoran la interlocución con los niños como una forma de enriquecer el trabajo y el aprendizaje día tras día.

¿Por qué estudiar la relación niños y medios?

- * La elevada exposición a los medios, especialmente la televisión, confirmada por el rating como mecanismo comercial.

- * La evidencia mostrada por diferentes estudios y comprobada por esta investigación acerca del tiempo de exposición de los niños a la televisión que oscila en promedio en tres horas, aumentando en los fines de semana.

- * El acceso cada vez mayor a Internet, a nuevas tecnologías y aparatos electrónicos que le permite a los niños tener más opciones de elegir contenidos para ver.





¿Con quiénes y dónde?

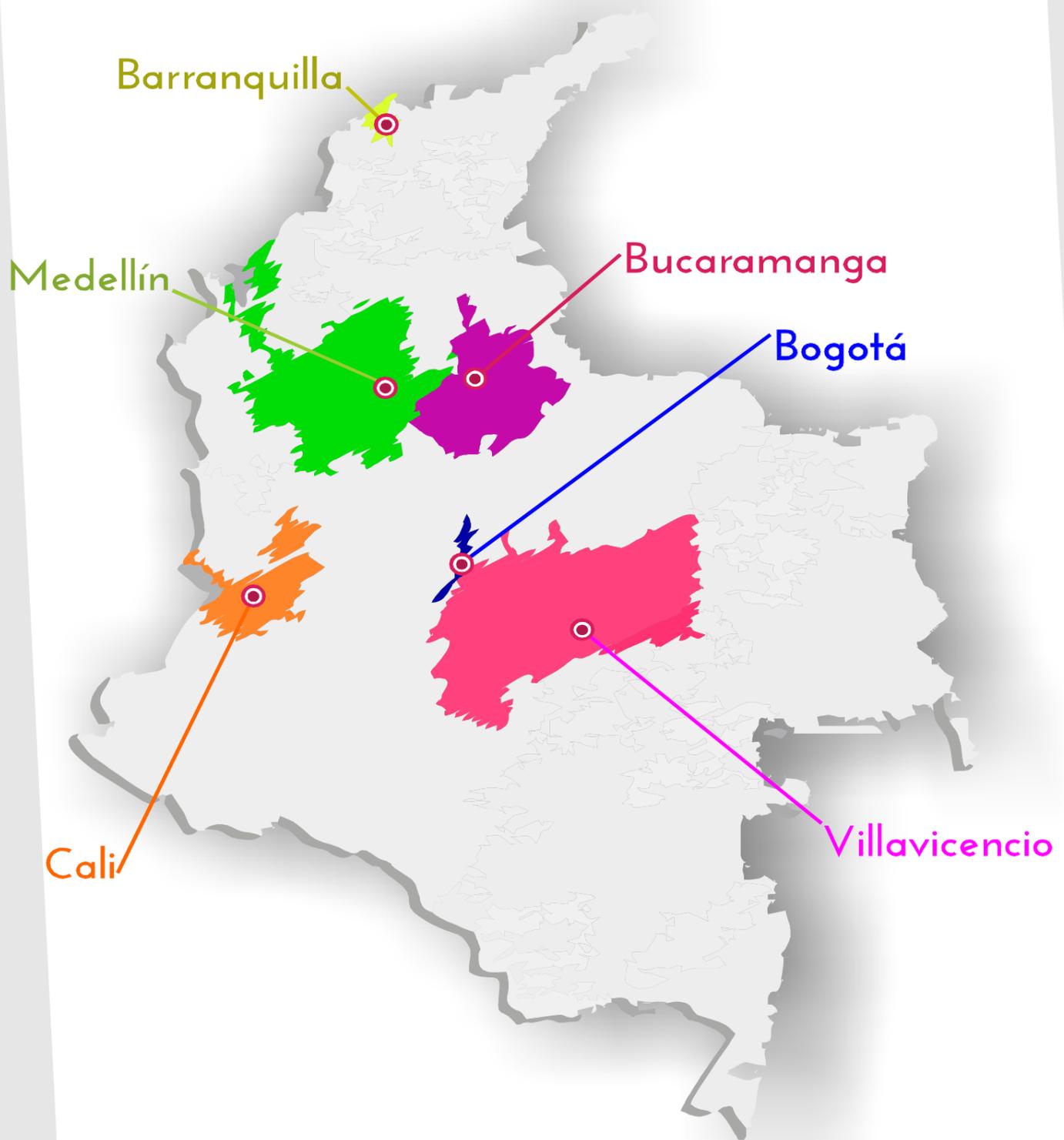
Para la etapa piloto (2013) se consolidó un equipo de investigación que cumplía tres criterios para garantizar los objetivos del proceso: experiencia en investigación del sector cultural, experiencia de trabajo con niños y experiencia en investigación de mercados. En la Fase 2 (2014) participaron la Universidad Santiago de Cali a través de la Facultad de Comunicación y Publicidad y la Universidad Autónoma de Bucaramanga con el Programa de Artes Audiovisuales, ambas instituciones fueron aliados estratégicos para la realización de la investigación en sus respectivas ciudades. Para el caso de Villavicencio, se contó con un equipo independiente con experiencia en investigación cualitativa y trayectoria en el

trabajo de campo con niños y niñas.

Para esta investigación se tomó una muestra conformada por 36 niños y niñas ubicados en seis ciudades del país: Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali, Bucaramanga y Villavicencio. Se escogieron seis niños de diferentes niveles socioeconómicos por ciudad, divididos en tres rangos de edad: tres a cinco años, seis a ocho años y nueve a once años. Esta segmentación garantiza la cobertura de todas las edades que se definieron como sujetos de estudio, la inclusión de ambos sexos, amplitud geográfica en la medida en que lo permitía el presupuesto, y participación de los diferentes estratos socioeconómicos. Dado el tamaño de la muestra no se pretende obtener significancia estadística, pero sí profundizar en el objeto de estudio.



LAS CIUDADES, LOS NIÑOS PARTICIPANTES Y SUS CARACTERÍSTICAS.



Barranquilla



Damaris. 5 años
María José. 7 años



Ángela. 4 años



David. 8 años



Rubén. 9 años



Matías. 4 años



Geraldine. 10 años



Bogotá



Santiago. 5 años



Brady . 11 años



Isabel. 4 años



Kevin. 7 años



Valentina. 9 años



Medellín



Manuela. 5 años



Sofía. 9 años



Mathew. 11 años



Carolina. 7 años



Juan. 5 años



Juan José. 11 años



Cali



Santiago. 4 años



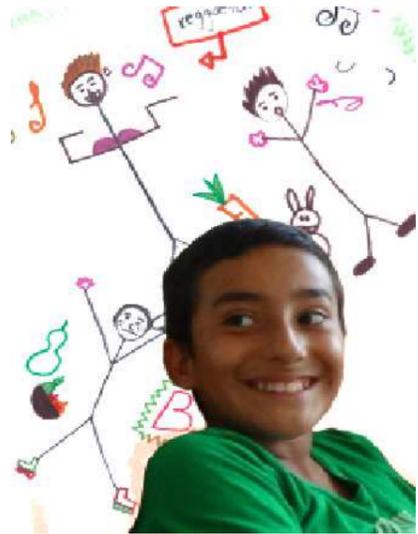
María Andrea. 4 años



Daniel. 6 años



María Ángel. 7 años



Juan José. 10 años



Natalia. 11 años



Bucaramanga



Nicolás Felipe. 3 años



María Lucía. 5 años



Juan Pablo. 7 años



Liliana. 10 años



María Fernanda. 11 años



Julián Alejandro. 5 años



Villavicencio



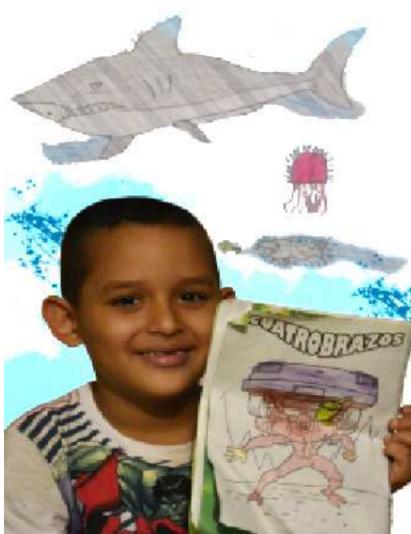
María José. 7 años



Andrés Juan. 4 años



Yulian Gabriela. 5 años



Carlos Javier. 7 años



Elena. 10 años



Juan Diego. 9 años





David, 8 años, Barranquilla (NSE: 4)

Es un niño extrovertido, hablador, elocuente y sociable. Se integra fácilmente con personas de todas las edades y atiende órdenes. Sus actividades favoritas son hacer manualidades, ver televisión y jugar. Le gusta la música y otras actividades artísticas. Se considera malo para el deporte y no le gusta comer mucho, aunque su comida favorita es la pasta. Como quiere ser inventor quiere estudiar ingeniería, "para podérselos inventar bien", y comercio, para poder vender sus inventos.

En su casa cuenta con:



Televisor



Computador



Tableta



Teléfono
inteligente



Reproductor
de video





Geraldine, 10 años, Barranquilla (NSE: 3)

Es una niña aplomada, se comunica de forma muy clara, y siempre está muy bien arreglada. Le gusta mucho la música y el deporte, particularmente el patinaje y el baloncesto. Lo que más le gusta es compartir con sus amigos, le teme a la soledad y a tener que separarse de su familia. Le da mucho valor a la solidaridad familiar, y a lo que puede lograr el amor y el cuidado de los unos a los otros.

En su casa cuenta con:



Televisor



Computador
Personal





Ángela, 4 años, Barranquilla (NSE: 5)

Es sonriente e introvertida, no es tan habladora, en el preescolar era callada y tímida. Es cariñosa y pacífica. Es una niña independiente que busca las actividades que le gustan, toma la iniciativa de las cosas que quiere hacer y puede jugar sola una mañana completa. Es una niña que se forma sus propias opiniones. Cuando sea grande quiere ser Chef.

En su casa cuenta con:



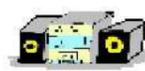
Televisor



Computador portátil



Tableta



de sonido





Damaris, 5 años - María José, 7 años, Barranquilla (NSE: 2)

Su casa está en el estrato 2 y tienen Televisión y computador. Les gusta estar juntas todo el tiempo aunque la mayor expresa que de vez en cuando le gustaría estar sola y su hermana no se aparta de ella nunca. Damaris tiene muchos vestidos, le encanta vestirse de colores rosa y fucsia, y a María José, le gusta vestirse con vestidos, pero también con camisetas y pantalonetas. A ambas les gusta desfilarse, hacer poses y mandar besos, son cariñosas. A María José no le gusta comer y a Damaris sí.

En su casa cuenta con:



Televisor



Computador
Personal





Matías, 4 años, Barranquilla (NSE: 5)

Es un niño organizado, obediente, con buen nivel de concentración, no le gusta dibujar ni cuenta muchas historias, es gritón. Es un niño muy cercano a su mamá por lo que está la mayoría del año solo con ella, y cuando llega el papá que vive en Alaska a visitarlos, hay ocasiones en que le hace escena de celos. Es un niño insistente en pedir las cosas que quiere. No le gusta estar solo "ni para ver televisión".





Rubén, 9 años, Barranquilla (NSE: 2)

Es un niño hablador y sociable, tiene muchos amigos en el colegio, unos cuantos en el barrio, le gusta atender a la gente tanto de su edad como mayor, y siempre está riendo. Es un niño muy cariñoso y uno de sus juegos favoritos es jugar "al que dé más besos" con su mamá

En su casa cuenta con:





Brady, 11 años, Bogotá - (NSE: 2)

Es un niño muy analítico, alegre pero al mismo tiempo nostálgico por situaciones familiares que ha tenido que vivir. Es muy sensible y expresivo, le gusta ser líder y socializar con personas adultas. Tiene buenas habilidades de comunicación.

