



Aproximación a los hábitos de consumo y contenidos mediáticos Niños y Niñas en la ciudad de Cali-Colombia

Investigadora: Yamile Sandoval Romero
Etnógrafa: Natalia Gutiérrez Martínez



MinCultura
Ministerio de Cultura

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**



TABLA DE CONTENIDO

Introducción	3
1. Sobre el contexto regional	5
1.1. Contexto Institucional	5
1.2. Contexto Sociodemográfico	7
1.2.1. Estratificación sociodemográfica	7
1.2.2. Población	7
1.2.3. Educación	8
1.2.4. Salud	9
1.2.5. Exposición a la violencia	10
1.2.6. Oferta Mediática	10
1.2.7. Oferta Cultural	10
2. Hallazgos a partir de la Etnografía	12
2.1. Descripción de la muestra	12
A. Análisis de contexto segmento 1	14
B. Generalidades sobre consumo mediático	18
C. Consumo Señal Colombia	20
A. Análisis de contexto segmento 2	21
B. Generalidades sobre consumo mediático	25
C. Consumo Señal Colombia	30
A. Análisis de contexto segmento 3	28
B. Generalidades sobre consumo mediático	30
C. Consumo Señal Colombia	32
3. Conclusiones	33
4. a. Asociadas a los consumos	33
b. Asociadas al contexto psicosocial	33
3.1. Consumo por edades y género	34
3.2. Consumo por diferencial socioeconómico	37
BIBLIOGRAFÍA	39

Aproximación a los hábitos de consumo y contenidos mediáticos por parte de los niños y niñas en la ciudad de Cali

Yamile Sandoval Romero
Universidad Santiago de Cali
yamilesandoval@usc.edu.co

INTRODUCCIÓN

Son muchas las razones que actualmente validan la necesidad de estudiar la relación niños y televisión. Una de ellas y de las más evidentes, es la elevada exposición al medio, confirmada por el *rating* como mecanismo comercial. Evidencia de esto se encuentra en la Encuesta de Consumo Cultural realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE en el año 2012, que registra un total de 4.185.000 de niño(a)s entre 5 y 11 años, que vieron televisión en la semana antes de realizarse la medición, lo cual equivale al 96,9% de la muestra total (4.321.000). Aunque la encuesta no revela tiempo de exposición, otros estudios hablan de un promedio de tres horas o más por día, tiempo que aumenta los fines de semana (Mereilles, 2005).

Esta elevada exposición sumada a las ventajas frente a la elección de contenidos que les brinda el acceso por la tecnología confirmado con un 54,5% de los niños encuestados, que reportan a través de sus cuidadores haber usado internet en los tres meses anteriores a la encuesta, hace que el tema cobre mayor vigencia que nunca.

La audiencia infantil y la relación con los contenidos audiovisuales, especialmente y gracias a la producción comercial aquellos emitidos por televisión, han sido objeto de interés e investigación desde siempre. De manera general, el tema de ha sido estudiado desde diferentes intereses investigativos que pueden ser agrupados:

1. Quienes investigan por la influencia del medio en las audiencias (Vilches, 2001; López DelaRoche, 1997; Fernández, 1998; Rincón, 1990; Fuenzalida 2002-2004)
2. Los preocupados por la forma como se realiza el proceso de recepción, directamente vinculado con el primer grupo, pero con propuestas de intervención frente que constituyen una línea importante que se enmarca en diferentes conceptos como Recepción Crítica, *Media Literacy* o Formación de audiencias, desarrollada desde diversos autores (Aguaded, 1999-2011; Orozco, 1996; Fuenzalida y Hermosilla, 1989; Sandoval-Romero, 2006-2011;) y entidades, organizaciones, programas o fundaciones (CENECA, ILCE, Restrepo Barco, Konrad Adenauer, UNESCO, EDUSAT, Ministerio de Educación Colombiano)
3. Aquellos que proponen desde la producción, contenidos audiovisuales con intención educativa, siendo España y México países que lideran este campo. (Televisión española TVE; Señal Colombia; Red de televisión educativa EDUSAT; Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana ATEI)

En Colombia, Martín-Barbero y Téllez (2008), proponen un estado del arte, en el que dividen por periodos los estudios que involucran el proceso de recepción en audiencias infantiles. En 1985, ubican la primera investigación que indaga la acción de la televisión en los niños, realizada por la Universidad de Bucaramanga con el apoyo del ICFES y la Universidad Industrial de Santander. Para los autores, el punto de partida era el poder negativo de la televisión, de lo que dan cuenta los resultados de los procesos investigativos. Los años 90, se debaten de acuerdo con esta indagación, entre el consumo y los usos sociales y el público estudiado son los jóvenes, mientras los niños pasan a un segundo lugar. Finalmente, los niños se convierte en eje central en el año 97, con la etapa que denominan Fin de la década: nuevas miradas a viejos problemas ³ con investigaciones en las que la audiencia infantil es el centro (López DelaRoche, 1997; Fernández, 1998; Rincón, 1999). (Sandoval, 2011, p.112)

Dentro de esta misma etapa, se relaciona la investigación entre los años 2000 y 2004, centrada en los nuevos medios de comunicación y su incidencia en la cultura de paz, "Internet, guerra y paz en Colombia" (Barón, 2000), así como el impulso a la pedagogía en audiencias infantiles, con el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) y su programa de Investigaciones académicas.

Para el año 2002, Omar Rincón coordina la publicación tendencias de la investigación sobre televisión infantil en Colombia, durante el periodo 1980-1999, la cual presenta una agrupación frente al tema:

- La primera se denomina la televisión dirigida a niños y en ella están todos los trabajos cuyo objetivo final "es el diseño de televisión relacionados con los niños como audiencia o como temática", lo cual representa el 10% de los trabajos encontrados.
- La segunda, el discurso educativo en la televisión, constituye el 25% y se enfoca en la relación entre televisión y educación.
- Los niños como audiencia, componen el grueso de las investigaciones con cerca de un 50% y se concentra en el análisis del impacto de la televisión educativa o la interacción entre niños y medio y lo que esto supone.

Este panorama permite evidenciar el interés creciente por el campo audiovisual y su relación con la infancia. De manera complementaria, las entidades estatales vinculadas con esta relación, han sumado esfuerzos para propiciar la generación de un creciente colectivo de realizadores y productores audiovisuales que se especializan en el público infantil.

Diversas convocatorias en investigación y producción han sido lideradas desde entidades como el Ministerio de la Cultura; la antigua Comisión Nacional de Televisión, ahora Autoridad Nacional de Televisión; El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico; el Ministerio de Educación y Colciencias, en la mayoría de los casos en alianza para optimizar recursos.

Como las más recientes investigaciones se cuentan el libro Los niños menores de tres años y la televisión. Perspectivas de investigación y debate (1999-2010) de Adriana Rodríguez, financiado por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura de Colombia quien divide en cuatro tendencias la investigación de la relación niños y televisión: “estudios orientados a describir o caracterizar el consumo de medios de comunicación de estos niños, estudios sobre el aprendizaje (imitación y aprendizaje del lenguaje), estudios sobre la atención y el análisis de videos o programas dirigidos a esta población.” (p.23)

En esta línea y con el apoyo del mismo Ministerio, se incluye “de ocho a diez. Proyecto de televisión infantil cultural”, que presenta una investigación que evidencia una forma de producir televisión con la participación activa y el reconocimiento de los niños, que entrega como producto final el *reality* de producción propia “La Lleva”, ganador de reconocimientos a nivel nacional e internacional.

Mientras tanto y de manera paralela, los últimos 10 años de convergencia gracias al internet, ha modificado el escenario audiovisual desdibujando los límites que hasta hace poco parecían muy claros. En el centro de este cambio vertiginoso, audiencias infantiles con múltiples opciones de contenidos, especializados por edades, pero que muy pocas veces reflejan su diversidad y sus necesidades de desarrollo, y por otra parte, realizadores interesados en producir audiovisual infantil, pero sin las herramientas necesarias para contenidos de calidad para la infancia.

Este escenario antes expuesto, hace necesario que desde propuestas investigativas más cercanas a los intereses de los niños y niñas, reconozcamos sus voces a través de las cuales podremos interpretar sus necesidades y producir televisión que potencie su desarrollo (Sandoval, 2010).

Para realizar el estudio en la ciudad de Cali desde un enfoque cualitativo, se busca la manera de conseguir la mejor representatividad del grupo objetivo al que estamos llegando. Los tres segmentos de edad, 3 a 5 años; 6 a 8 años, y 9 a 11, son divididos por género logrando la participación de 3 niñas y 3 niños en el estudio. Adicionalmente, se hace una consulta de la división socioeconómica de Cali y se escogen niños y niñas ubicados en los estratos más representativos de la ciudad. Para Cali, el 53% de la población está ubicada en los estratos 1 y 2, seguido de un 30,61% en el estrato 3, y un 16,39 % entre los estratos 4, 5 y 6.

De esta manera el estudio se realiza con una niña de 7 años en estrato 1; una niña de 11 años en estrato 2; una niña y un niño ubicados en estrato 3, y una niña y un niño ubicados en estrato 5. De las 22 comunas que conforman Cali, se incluyen seis (6, 10, 11, 17, 19, 20), en las que predomina el estrato seleccionado, o se encuentra de manera regular un asentamiento del mismo.

En el presente informe se entregan los resultados de la investigación, divididos en tres grandes partes: la primera da cuenta del contexto en el que se enmarca,

institucionalmente, la trayectoria y el interés de la Universidad Santiago de Cali y localmente se describe la situación sociodemográfica de la ciudad para ubicar los niños y niñas participantes en un contexto real. La segunda parte, se concentra en exponer los hallazgos de la etnografía realizada, y la última entrega conclusiones.

1. SOBRE EL CONTEXTO REGIONAL

1.1. Contexto Institucional: La Universidad Santiago de Cali

La Universidad Santiago de Cali se ha destacado durante sus 56 años de labores por ser un centro educativo donde estudiantes de todos los estratos, razas y credos, encuentran un espacio pluriétnico y pluricultural para su desarrollo académico. Actualmente y gracias a su calidad, el programa cuenta con acreditación de alta calidad nacional y acreditación internacional otorgada por el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo CLAEP, es uno de los programas que aporta a dichas cualidades de la Universidad y desde allí se sustenta la trayectoria académica que soporta la investigación “Hábitos y consumos mediáticos de niños y niñas en la ciudad de Cali”.

De manera particular, el interés institucional en la línea de comunicación y educación en la que se inserta la temática Medios e Infancia, ha sido liderada desde el año 2004 por la docente Yamile Sandoval, quien comienza en la realización audiovisual infantil como productora para Señal Colombia en el periodo 1997-2000 y después de su paso por la Comisión Nacional de Televisión como analista de contenidos, se especializa en la academia en los ejes de investigación, formación y producción infantil.

La Facultad de Comunicación y Publicidad se ha destacado por ser referente en la línea de comunicación y educación en la región, con proyectos, eventos y acciones específicas muchas de ellas asociadas a la relación audiencias infantiles y contenidos audiovisuales, desde la producción, la formación y la investigación. En los últimos años, ha participado en alianzas con entidades como el Ministerio de la Cultura, la Comisión Nacional de Televisión, la Asociación Colombiana de Universidades, el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y otras entidades públicas y privadas, para proveer expertos para eventos y proyectos en la línea de audiovisual infantil. Algunos de ellos se pueden citar:

- Los años 2013 y 2014 se realiza con éxito dos versiones del Diplomado Internacional en Contenidos Audiovisuales para Público Infantil, con apoyo del FDC, que cuenta con 45 egresados y 8 cortometrajes para niños y niñas.
- El Ministerio de Cultura, reconociendo la experiencia y trayectoria de la Universidad Santiago de Cali en cabeza de la directora de la línea de Comunicación y Educación Yamile Sandoval, convoca a la institución como aliada, para que junto a Telepacífico realicen los días 26 y 27 de mayo de 2014, los eventos:
 - o “Claves Alharaca”, un taller en el que se entregan las herramientas para que quienes estén interesados en producir contenidos para la infancia, cuenten con los

elementos necesarios para diseñar apuestas formativas que apoyen el desarrollo de nuestros niños y niñas.

- o ‘¡ALHARACA! Los niños tenemos la palabra’, evento en el teatro estudio de Telepacífico, en donde se reunieron cerca de 60 niños entre los 7 y los 11 años de edad con realizadores de televisión, radio y otros medios, periodistas, profesionales, investigadores, pedagogos, estudiantes y representantes de entidades que tienen una oferta específica para la infancia, con el objetivo de dialogar sobre los contenidos que diseñamos para la niñez. Con una asistencia de 160 personas, se continúan abriendo espacios para la construcción del audiovisual de calidad para la infancia.
- Como resultado del trabajo colaborativo de investigadoras en Colombia y España, la Universidad Internacional de Andalucía, lanza Curso Experto en producción de contenidos audiovisuales para público infantil en España.
- Se trata de un curso pionero en este campo profesional y se desarrolla bajo la modalidad presencial intensiva, lo que permite su realización en apenas 8 semanas (octubre y noviembre de 2014). Se desarrolla en el Campus Santa María de la Rábida de la UNIA que dispone de residencia, aulario y servicios universitarios integrados.
- Articulado con el currículo de los programas de comunicación social y publicidad de diseña la electiva “Otros formatos de televisión” cuyo objetivo es generar un semillero de jóvenes productores en contenido audiovisuales para audiencias infantiles y juveniles.

En la misma línea pero con énfasis en formación de públicos, ha sido destacada la participación de la Universidad en proyectos nacionales e internacionales:

- El Proyecto de Formación en Recepción Crítica de Televisión, apoyado por la Comisión Nacional Televisión. Se desarrolló desde el 2006 hasta 2011, programa, dirigido a docentes, niños y padres de familia, de instituciones educativas públicas, a los que se formó como televidentes críticos. La tercera fase alcanzó un cubrimiento nacional obteniendo como resultado la formación de más de 4.000 adultos entre docentes y padres de familia y cerca de 5.000 niños y jóvenes; seis equipos regionales académicos en igual número de universidades; 150 multiplicadores formados en el modelos de recepción crítica “Mirando como miramos” y 420 Instituciones Educativas de educación básica y secundaria vinculadas al proyecto. Dentro del proyecto con las Audiencias infantiles se privilegia el impulso de la realización de contenidos audiovisuales desde su mirada, vinculando productores locales con las instituciones educativas conformando un semillero de propuestas que hoy se encuentran en fase de pilotaje. www.multiplicandomiradas.blogspot.com
- El observatorio de medios de la Facultad fue seleccionado en convocatoria pública de 2010 realizada por la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN) financiado por la Comisión Nacional de Televisión, para desarrollar la investigación “Tratamiento informativo del grupo poblacional infantil” en 16 noticieros emitidos en la franja prime time, en la franja nacional.
- Para el año 2014, se concreta la creación de la Red Euroamericana de Investigación «Alfamed. Competencias mediáticas de la Ciudadanía», liderada por la Universidad

Santiago de Cali desde el proyecto “Competencias Mediáticas en jóvenes entre 14 y 16 años del Valle del Cauca” que cuenta con financiación interna de las Universidades Santiago de Cali y Javeriana-Cali, quienes desarrollan en proyecto interinstitucionalmente. El objetivo de la Red Alfamed será el propiciar espacios de fortalecimiento para las actividades de formación, investigación, extensión, producción y difusión, asociadas a la investigación sobre competencias mediáticas de la ciudadanía en el contexto de la media education o educomunicación. En esta red la sublínea de audiovisual infantil, tiene un lugar privilegiado y recibe el apoyo de grupos académicos tan importantes como el Grupo Comunicar, liderado por el Dr. José Ignacio Aguaded Gómez.

1.2. Contexto sociodemográfico

El Valle del Cauca lo componen 42 municipios y hace parte de los 32 Departamentos en los que se divide políticamente Colombia. Situado en el suroccidente colombiano, pertenece a la denominada región Pacífica o Suroccidental y recibe la influencia 7 poblacional de los Departamentos de Cauca y Nariño situados en la misma región.

1.2.1. Estratificación socioeconómica

La ciudad de Santiago de Cali, y está compuesta por 22 comunas y la estratificación socioeconómica sigue los lineamientos de la ley 142 de 1994, que define dos variables para determinar el estrato, relacionado directamente con el cobro de los servicios públicos: la primera, dada por las características urbanas cercanas a la vivienda, y la segunda por las características directas de la vivienda, como lo afirman Ibatá y Torres (2006) “El modelo de estratificación urbana actual establece una relación directa entre calidad de vida, insuficiente capacidad de pago de los hogares y calidad de las viviendas y de su entorno urbano cercano” (p.215), aunque el ingreso mensual no aparece entre las variables contempladas para el estrato, existe una relación tácita entre mayor estrato, mayor ingreso.

En las comunas se puede encontrar más de un estrato, pero de manera regular como lo anotan Alonso, Arcos, Solano, Vera y Gallego (2007), existe concentración de cierto estrato en comunas específicas, evidenciado en la concentración del estrato 6 en las comunas 22 y 2 y el estrato 1 en las comunas 21, 20, 14 y 1.

La composición socio-económica de la ciudad para el año 2011, en términos de estratos como se observa en la tabla No. 1, está concentrada en los estratos 1 y 2, con un 53%, seguido de un 30,61% en el estrato 3, y un 16,39 % entre los estratos 4, 5 y 6.

Estrato	Nivel	%
1	Bajo-Bajo	21.43
2	Bajo	31.57
3	Medio-Bajo	30.61
4	Medio	7.21
5	Medio-Alto	7.23
6	Alto	1.94

Tabla No. 1 Composición socioeconómica por niveles y estratos de la ciudad de Cali para el año 2011.
 Fuente: Cali en cifras 2011.

1.2.2. Población

Para el año 2005, según cifras entregadas por el Departamento Administrativo de Nacional de Estadística (DANE), el Valle del Cauca contaba con una población total de 4.052.535, lo que representa el 9,8% de la población nacional de 41.468.384. Cali aporta un 5% de esta cifra concentrando 2.075.380 millones de habitantes. Con relación al Departamento, el 51% de los habitantes se encuentran en Cali y el 49% en el resto de municipios.

La población infantil referente para el presente estudio, se encuentra en tres franjas poblacionales censadas por el DANE, identificadas por los rangos de 0 a 3 años; 5 a 9 años y 10-14 años. Un total de 1.155.189 niños y niñas en estas franjas que indican una 8 composición infantil del 29% para el Departamento del Valle del Cauca.

Estratificando un poco más nuestro público objetivo, podemos tomar los datos de población censada de 3 años y más, por asistencia escolar, lo que nos permite identificar en el Valle del Cauca un total de 555.026 niños y niñas, de los cuales el 85% (474.447) se ubican en la cabecera.

Con relación al género, se mantiene un equilibrio entre hombres y mujeres, como se aprecia en la tabla 2. Tendencia que se mantiene igual a nivel de cabecera.

Niños	Niñas	Total	H%	M%
79142	75741	154883	51	49
203681	196462	400143	51	49
282823	272203	555026	51	49

Tabla 2. Relación niños y niñas en edad escolar en los rangos de 5 a 6 y 7 a 11 años Valle del Cauca. Fuente: Información DANE, Censo 2005. Análisis propio.

De acuerdo con la proyección incluida en el informe Cali en cifras para el año 2014, en el cual se toman los estimados de proyección emitidos por el DANE, se considera que la ciudad cuenta en el 2014 con una población total de 2.344.703, habitantes, de los cuales 551.737 están entre los 0 y los 14 años de edad manteniendo el equilibrio en género, tal como se aprecia en la tabla 3. Esto equivale a un 23,5% de la población total de la ciudad.

Edad	Niños	Niñas	Total	% niños	% niñas
0 a 4	90.512	86.113	176.625	51	49
5 a 9	90.158	94.268	184.426	49	51
10 a 14	96.418	94.268	190.686	51	49
Total	277.088	274.649	551.737		

Tabla 3. Proyección población infantil 2014, por género.
Fuente: DANE, censo 2005. Elaboración propia.

1.2.3. Educación

Tomando como base la información del Ministerio de Educación, reportada por las instituciones educativas, un total de 491.658 niños y niñas dentro del rango de 3 a 11, se encuentran matriculados en el Valle del Cauca.

Pre jardín

Año	y jardín	Transición	Primaria	TOTAL
2012	17.939	73.917	399.802	491658

Tabla 4. Matrícula de los grados en los que se ubican los niños y niñas entre 3 y 11 años.
Fuente: Matrícula 2002 certificada por las Secretarías de Educación; 2003 – 2012. MEN Sistema Integrado de Matrícula, SIMAT

En Cali se concentra el 48% de la población, como se aprecia en la tabla No. 5 matriculada en 886 instituciones del total de 1742 registradas en el Departamento.

Pre jardín

Año	y jardín	Transición	Primaria	TOTAL
2012	11.213	36.954	187.777	235.944

Tabla 5. Matrícula de los grados en los que se ubican los niños y niñas entre 3 y 11 años.
Fuente: Matrícula 2002 certificada por las Secretarías de Educación; 2003 – 2012. MEN Sistema Integrado de Matrícula, SIMAT

Es importante considerar que la mayoría de la población está siendo atendida por la oferta de educación denominada por el Ministerio como No oficial, correspondiente al servicio privado de educación. De las instituciones educativas en Cali, solamente 91 corresponden al nivel Oficial.

Para finalizar, del total de 929.290 estudiantes matriculados en el Valle del Cauca, el 53% (491.658), son niños y niñas ubicados en los primeros niveles de educación en los que se encontraría la población entre 3 y 11 años de edad.

1.2.4. Salud

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Demografía y Salud – ENDS 2010, realizada por Profamilia, en el caso del Valle del Cauca:

- El 37 por ciento de los hogares tiene como cabeza a una mujer.
- Un 81 por ciento de las mujeres de Valle tiene algún grado de educación secundaria o superior. Un 1 por ciento no tiene ningún grado de educación.
- El 51 por ciento de los niños menores de 15 años vive con ambos padres, el 33 por ciento vive solo con la madre pero tiene el padre vivo, un 3 por ciento vive solo con el padre aunque tiene la madre viva y un 6 por ciento no vive con ninguno de los dos padres aunque ambos están vivos.
- El 14 por ciento de la población del Valle no tiene ningún tipo de afiliación al Sistema General de Seguridad Social en Salud. Un 49 por ciento está afiliado a una EPS, un 35 por ciento a EPS Contributivo y un 14 por ciento a una ARP.
- El 2 por ciento de los niños de este departamento padece desnutrición global es decir bajo peso para la edad.

Por otra parte, de acuerdo con el Ministerio de Salud y Protección Social, en la región Pacífica el porcentaje de afiliación al sistema es del 90,69%. El 54,42% de la población está afiliada al régimen subsidiado, el 35,51% al contributivo, el 0,76% al especial y el restante 9,31% no está afiliado al sistema.

Aunque los indicadores de mortalidad, desnutrición y vacunación han disminuido notablemente en el Departamento del Valle de acuerdo con los informes de Profamilia, y no se encuentra en los primeros lugares de desnutrición crónica en menores de 5 años, en los reportes del Ministerio de Salud y Protección Social, aún falta trabajo en cobertura y atención.

El informe de Cali en cifras 2011, habla de 130 unidades de atención en salud y 4.531 camas y cunas para el año 2010. Así como de una tasa de mortalidad infantil del 8.1 y un porcentaje de mortalidad entre 1 y 14 años del 1.6% (192) con relación a las 12.258 muertes reportadas por la Secretaría de Salud Pública Municipal para el mismo año, como se puede detallar en la tabla 6.

Edad	Niños	Niñas	Total	% niños	% niñas
1 a 4	43	31	74	58	42
5 a 9	18	24	42	43	57
10 a 14	45	31	76	59	41
Total	106	86	192		

Tabla 6. Muertes en edades comprendidas entre 1 y 14 años para el año 2010, por género. Fuente. Cali en cifras 2011. Elaboración propia.

1.2.5. Exposición a la violencia

De acuerdo con las cifras reportadas por el Observatorio de Violencia Familiar de la Secretaría de Salud Municipal para el año 2010, del total de reportes de maltratos 9.208, en el 36% (3.336) la víctima se ubicaba entre 1 y 14 años de edad; la madre y/o el padre son los principales agentes de maltrato y la violencia es de tipo psicológico o físico especialmente en los niños ubicados en el rango entre los 5 y los 12 años de edad.

En el año 2011 el observatorio social de la Secretaría de Gobierno, reporta 390 menores entre 1 y 19 años víctimas de homicidio, de los cuales 373 son hombres y 17 mujeres. Los menores estuvieron involucrados en 108 muertes en accidentes, siendo 83 hombres y 25 mujeres.

1.2.6. Oferta Mediática

De acuerdo con cifras de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), para el cierre del año 2013, “la TV por suscripción alcanzó los 4,66 millones de usuarios, registrando un crecimiento del 8,29 por ciento (agregó cerca de 357 mil usuarios durante los 12 meses).” Con una participación general de 5 operadores grandes y otros pequeños en los que se agrupan servicios de televisión comunitaria y pequeños operadores de cable.

Dentro del grupo, Telmex (Claro), tiene el 44% del mercado, seguido por UNE EPM con el 23%.



Gráfico No.1. Participación de Operadores de TV por suscripción a diciembre de 2013. Fuente: Autoridad Nacional de Televisión (ANTV).

Para Cali, en el año 2014, de acuerdo con datos del registro de usuarios de la ANTV, participan en el mercado siete operadores, siendo Telmex Colombia con el 44%, el que representa el mayor porcentaje de usuarios de los 332.249, registrados.

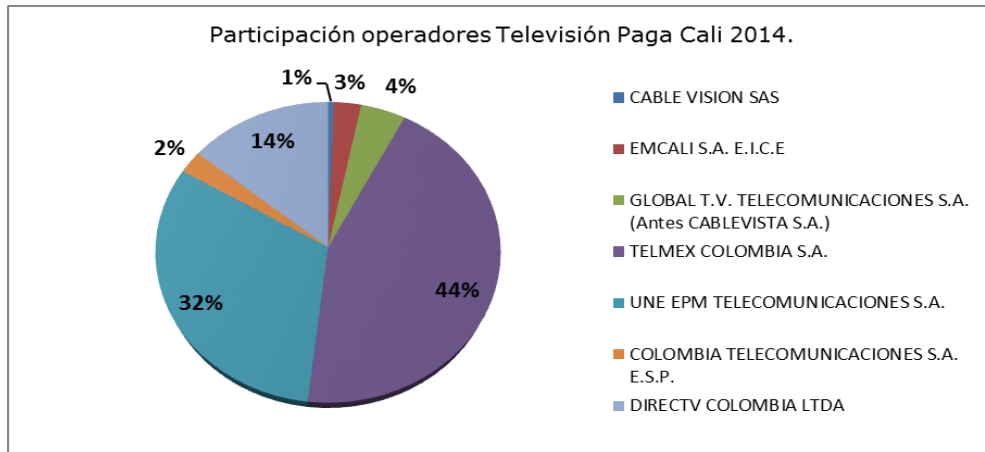


Gráfico No. 2. Participación de operadores TV paga en Cali año 2014. Fuente: Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), análisis propio.

En el caso de internet residencial, el informe de Cali en cifras 2013 reporta que para el año 2012, Cali contaba con 379,515 usuarios. Distribuidos en categorías de acceso según la tecnología, siendo el cable la más utilizada, tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

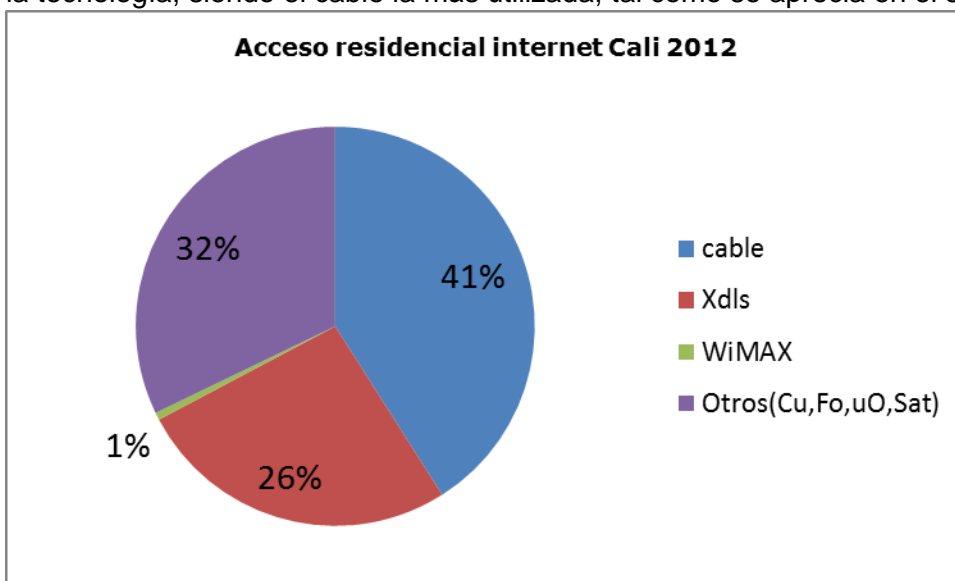


Gráfico No. 3. Acceso residencial internet en Cali. Fuente: Informe Cali en Cifras 2013. Análisis propio.

1.2.7. Oferta cultural

El mismo informe Cali en cifras 2013, agrupa en el capítulo cultura y recreación, la oferta cultural de Cali, la cual se resumen en la tabla 7.

Salas de Cine	72
Teatros	22
Grupos de teatro	37
Museos	11
Bibliotecas	124
Salas de exposición	24
Salas de convenciones y auditorios	271

Tabla No. 7. Oferta cultural Cali 2014. Fuente: Informe Cali en Cifras 2013. Análisis propio.

Setenta de las salas de cine son operadas por tres empresas privadas: Royal Films, Cinépolis y Cine Colombia, siendo la última la que mayor cobertura tiene. Cubren la mayoría de las zonas geográficas de la ciudad y cuentan con precios diferenciales de acuerdo al público objetivo de la zona en la que se ubican. Todas tienen programas de fidelización con descuentos asociados a tarjetas de afiliación.

También se pueden identificar nueve teatrinos y cinco videotecas en esta oferta cultural. Dentro de las bibliotecas, se identifican tres como infantiles. Las dos primeras de cajas de compensación familiar: Comfandi, Comfenalco y la última, la Infantil y Juvenil de Cali, del centro cultural.

2. HALLAZGOS A PARTIR DE LA ETNOGRAFÍA

2.1. Descripción de la muestra:

Para el estudio se siguen las directrices nacionales, que incluyen seis niños en total distribuidos equitativamente por género y buscando representatividad en los estratos socioeconómicos de la ciudad, expuesto en la tabla No. 8.

RANGO	EDAD	GENERO	ESTRATO	NIVEL	COMUNA
3 A 5	4	Niña	5	Medio-Alto	19
	4	Niño	3	Medio-Bajo	10
6 A 8	7	Niña	1	Bajo - Bajo	20
	6	Niño	3	Medio-Bajo	11
9 A 11	11	Niña	2	Bajo	6
	10	Niño	5	Medio-Alto	17

Tabla No. 8. Composición socioeconómica muestra ciudad de Cali. Fuente: Elaboración propia.

La siguiente imagen permite ubicar las comunas en las que se situaron las viviendas de los niños y niñas que participaron en la investigación.

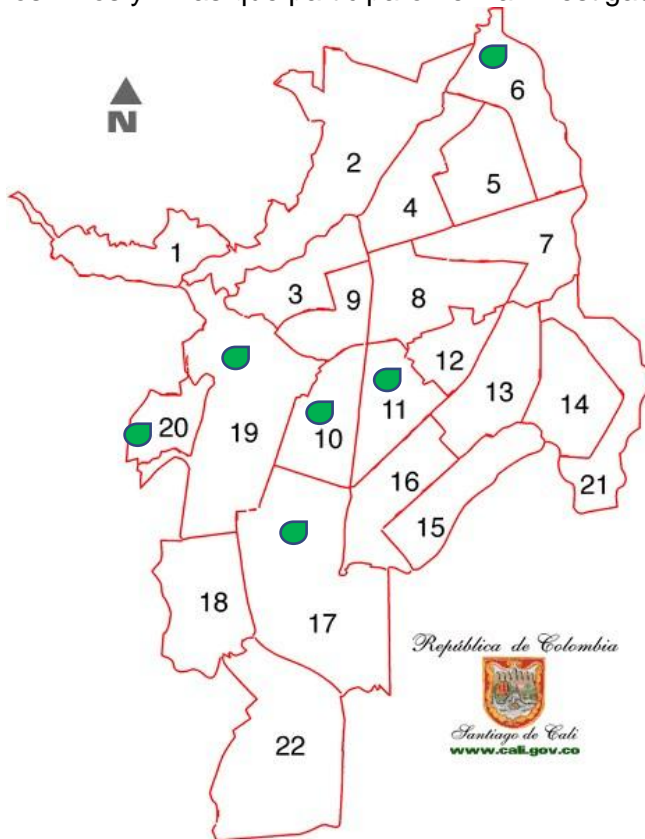


Imagen No. 1 Ubicación por comunas de residencia de los niños y niñas participantes.

Listado:

1. María Andrea (4 años, estrato 5) Las Cascadas.
2. Santiago (4 años, estrato 3) San Judas.
3. María Ángel (7 años, estrato 1) El Cortijo.
4. Daniel (6 años, estrato 3) Casa abuela- La Selva/ Casa papás- Gran Colombia.
5. Natalia (11 años, estrato 1) Floralia.
6. Juan José (10 años, estrato 5) Multicentro.

A. Análisis de contexto:

Segmento 1 (Estratos 1 y 2)

RANGO	Nombre/ Dirección		EDAD	GENERO	ESTRATO	NIVEL	COMUNA
6 A 8	María Ángel Lozada <input type="text"/>		7	Niña	1	Bajo - Bajo	20
9 A 11	Natalia Peña Restrepo <input type="text"/>		11	Niña	2	Bajo	6

Tabla 9. Muestra segmento 1 (estratos 1 -2). Elaboración propia.

Entorno:



- Las viviendas están ubicadas en zonas de alta exposición a la violencia. Sin embargo, en los dos casos han tratado de buscar dentro de la zona, espacios menos peligrosos para proteger a las niñas.
- En las dos comunas se ubican barrios con el mayor índice de homicidios en la ciudad y en el caso del barrio Floralia en donde vive María Ángel, de la comuna 6, ocupa el cuarto lugar con 38 homicidios en el año 2013. (Observatorio social de Cali).
- Cuentan con espacios públicos cercanos como parques, pero por el peligro no son muy utilizados. Las niñas no pueden acceder a ellos fácilmente porque los padres o adultos presentes no tienen mucho tiempo para acompañarlas.
- En las dos comunas se encuentran ubicados centros culturales en los que pueden hacer uso de cursos de extensión en artes o deportes, de los cuales han disfrutado ellas y/o sus familias.
- Tienen acceso a todos los servicios públicos. En el caso de la televisión acceden a través de cable en los dos casos. Los \$150.000 pesos mensuales que paga la mamá de María Ángel, incluye servicio de televisión por cable, pero la señal no es buena. En el caso de Natalia, pueden acceder porque pagan la mitad del servicio en la casa en la que viven, equivalente a \$20.000 pesos mensuales.
- Ninguna de las dos tiene servicio de internet. En el caso de Natalia, gracias a que el dueño de la casa tiene servicio, puede acceder algunos minutos a la semana. Por el contrario María Ángel, nunca accede.
- La contaminación es uno de los mayores problemas de las zonas, en la primera (comuna 6), al estar cerca al río Cauca está expuesta a los problemas derivados de la contaminación del mismo. Es una de las zonas de vigilancia por brote de dengue e infecciones respiratorias.
- Cuentan con acceso a centros comerciales como la 14 de Calima en el caso de la comuna 20 y Cosmocentro en el caso de la comuna 6.
- La vivienda de María Ángel está ubicada en el sector de las unidades deportivas Jaime Aparicio, pero no acceden a los servicios nunca.
- Natalia asiste con frecuencia a la cancha de patinaje ubicada en el coliseo del barrio San Luís, pero por problemas de inseguridad y tiempo disponible de su mamá, no van tan seguido como quisiera.
- A pesar de estar en zonas de niveles socioeconómicos bajos, cuentan con buenas vías de acceso y servicio de transporte público regular.



Vivienda:

- En los dos casos son viviendas compartidas, en las que alquilan una habitación o espacio al interior de una casa.
- Las personas de la familia duermen en un mismo espacio. Aunque Natalia tiene un espacio más grande en el que puede personalizar un espacio para ella, comparte la habitación con su mamá y su hermano. María Ángel cuenta con una habitación pequeña en la que convive todo el tiempo con su hermano y su abuela. Todas sus ¹⁶ actividades las realiza en la cama.
- Tratan de tener espacios para sus cosas, pero en la mayoría de los casos los espacios no son diferencias por otra cosa que un mueble o una cortina.
- Es importante para la familia, que las niñas cuenten con sus propias cosas, por esa razón, tienen objetos personales diferenciados por color y son muy cuidadosas con ellos (morrales escolares, armarios, cuadernos, colores, etc.).
- Normalmente cambian de vivienda cada año buscando mejores condiciones económicas; cercanía al trabajo para poder vigilar a los niños, o cambio de pareja.

Redes de apoyo:

- Para estas familias, las redes de apoyo no están conformadas únicamente por familiares directos (hermanos, primos, abuelas), sino por las personas que comparten la casa en la que tienen su alojamiento (dueños y sus familiares).
- Las madres en los dos casos cabeza de familia, trabajan y cuentan con poco tiempo para acompañar a las niñas. Sin embargo, se muestran interesadas por su educación y formación y nunca las dejan solas.
- Algunas veces las niñas tienen la responsabilidad de ayudar a cuidar a otros niños que forman parte del círculo cercano a los habitantes de la casa, o a personas mayores que viven con ellas.
- Los hermanos son parte vital de su entorno y con ellos comparten muchas de las actividades de consumo mediático, especialmente las asociadas al consumo televisivo y los videojuegos.



Objetos de la casa:

- Los colores son utilizados como elemento personalizado en los dos casos (rosados, morados y fucsia).
- Las casas están pegadas unas de otras y los espacios están inacabados.
- Se trata de mantener el orden, pero en algunos casos la misma disposición de los ¹⁷ espacios y su falta de terminación no permiten que se vean completamente organizados.
- Lo importante en cada caso es aprovechar al máximo los espacios.
- El televisor ocupa un lugar principal en la casa, contando con un espacio propio y diferenciado. Solamente tienen uno que comparten todos en la familia.
- Igualmente el computador es un elemento necesario, asociado al cumplimiento de los deberes escolares. No tiene conexión a internet en ninguno de los dos casos. Natalia cuenta con la Tablet que le regaló su papá, pero la utiliza poco *online*.



B. Generalidades sobre el consumo mediático:

Contenidos en televisión:

- En los dos casos, el consumo televisivo es alto. Entre 6 y 7 horas diarias. Sin embargo, la práctica es diferente. Para María Ángel, el televisor es un elemento de compañía que está presente casi todo el tiempo mientras ella está en casa. Por su parte Natalia invierte las horas en programas puntuales con contenidos asociados a su gusto propio y el de su mamá.
- Cuando ellas escogen los programas, siempre están asociados a su edad e intereses propios.
- La recepción televisiva en los dos casos es compartida. Con adultos en el caso de Natalia, y con su hermano en el caso de María Ángel. Esta situación hace que las niñas estén expuestas a programas para adultos o para niños mayores que ellas.
- En el caso de María Ángel, el televisor acompaña los diferentes momentos del día, ¹⁸ inclusive cuando ella está haciendo tareas. El único espacio de recepción es la cama que comparte con su mamá y su hermano.
- Natalia tiene un espacio de recepción televisiva compartido en la habitación de los dueños de la casa en donde vive, porque no tiene televisor en su cuarto. Prefiere ver en el cuarto de la persona mayor que vive con ellos, pero los programas no siempre reflejan sus preferencias.

- El fin de semana en el caso de María Ángel el consumo televisivo aumenta, porque no tiene actividades alternas y pasa todo el día en su casa. Para Natalia, el deporte y compartir con sus familiares, ocupan parte de sus fines de semana, por lo que solamente consume televisión en la mañana y en la noche antes de dormir.

Contenidos en computador:

- Realizar tareas escolares y los juegos son las dos actividades asociadas al uso del computador. A pesar de que su madre adquirió el computador para las tareas escolares, al no tener conexión a internet, las niñas no le dan el uso real. Prefieren jugar en el o ver fotografías y dibujos.
- El consumo se realiza *offline*, porque no tienen servicio de internet.
- Natalia quien tiene acceso de vez en cuando, elige sitios asociados a su preferencia musical (Facebook y Youtube).
- La Tablet es utilizada para jugar, acceder a redes sociales y tomar fotografías.

Contenidos impresos:

- La lectura no forma parte integral de los consumos o hábitos de ninguna de las familias. No es una práctica que las niñas decidan por ellas mismas. Los adultos (madre, compañeros de vivienda, hermanos y maestros) motivan la lectura y la utilizan para mejorar el desempeño escolar o psicosocial.
- No cuentan con libros impresos propios, salvo algunos asociados al colegio/escuela.



Contenidos en películas:



- Ir al cine no es una actividad de este grupo de población. María Ángel no ha ido nunca y Natalia, no recuerda a la última película que asistió con su padre.
- Las películas en DVD tampoco son utilizadas.
- El consumo de películas se hace a través de los canales de televisión en los que las programan después de salir de cartelera.
- Natalia quisiera que hicieran más programas de concursos como el de “La nota” y “El Precio correcto”, en los que los jóvenes pueden hacer preguntas o jugar como crucigramas y cosas por el estilo y el televidente puede responder. También quisiera de temas de valores y de doctores como Dra. Juguetes.
- Su mamá quisiera que mostraran programas de las rutinas de las familias, pero sin mostrar la pobreza extrema o rica, sino como las novelas de *Siguiendo el rastro* y *Pandillas Guerra y Paz*, que son acogedoras y dejan una enseñanza.

Segmento 2 (Estrato 3-4)

A. Análisis de contexto:

RANGO	Nombre/ Dirección		EDAD	GENERO	ESTRATO	NIVEL	COMUNA
3 A 5	Santiago Restrepo Flórez		4	Niño	3	Medio-Bajo	10
6 A 8	Daniel Enrique Ruíz Mena		6	Niño	3	Medio-Bajo	11

Tabla 10. Muestra segmento 2 (estrato 3-4). Elaboración propia.

Entorno:



- Las viviendas se ubican en dos de las comunas con mayor participación del estrato 3. De acuerdo con Alonso, Arcos, Solano, Llanos y Gallego (2007), el 78,9% de la comuna 10 y el 72,1% de la comuna 11 pertenecían al estrato 3.
- Son barrios compuestos por casas independiente, construidas de acuerdo al diseño de cada propietario
- En las comunas en las que se ubican, 10 y 11, no se incluyen barrios con altos índices de violencia, sin embargo, la comuna 10 recibe la influencia de la galería Santa Helena, lo que hace que algunos sectores sean peligrosos.
- El sector cuenta con parques cercanos, sin embargo, los niños no pueden acceder a ellos fácilmente y las calles de su barrio o antejardines de sus casas se convierten en el sitio de juegos.
- El peligro en el sector no solo está representado por algunos brotes de delincuencia común, sino por los automóviles que transitan por las calles del barrio. Por esta razón los padres solo sienten que sus hijos están seguros en casa o cuando salen acompañados por un adulto. Sin embargo, pueden disfrutar algunos momentos del día de juegos en la calle frente a su casa, mientras los supervisa alguien de su familia.

- Cuentan con todos los servicios públicos y las vías de acceso son buenas, aunque su estado actual no es el mejor.
- Los centros comerciales de influencia en la zona son Cosmocentro y Premier Limonar, en la comuna 11 y para la comuna 10, no existe un centro comercial específico, sino una zona comercial aledaña, no apta para actividades recreativas.

Están ubicadas en el sector de las unidades deportivas Jaime Aparicio y Alberto Galindo, con presencia de ligas de diferentes deportes como volleybol, natación, artes marciales, patinaje, bolos, etc. Sin embargo, ninguno de los niños hace uso de estos escenarios. En el caso de Daniel, accede a los escenarios deportivos y culturales de la Universidad Santiago de Cali, en la cual trabajan sus padres.

- Tienen servicios de televisión paga y los dos cuentan con internet, porque acceden a 22 paquetes con los servicios de telefonía, internet y televisión con las compañías, UNEEPM, Claro y Directv.

Vivienda:



- Las casas en las que viven pertenecen a la generación de los abuelos de los niños, quienes las comparten o las han heredado. Son viviendas familiares que comparten con otros familiares como tíos, abuelos y primos. En los dos casos son casas independientes en las que se construyen por pisos las viviendas de las familias.
- Tienen habitaciones compartidas generalmente por otro miembro de la familia que puede ser su tío o hermana. Por esta razón no se encuentran espacios personalizados y los niños solamente utilizan la habitación para dormir.

- Los espacios son amplios, iluminados y con acabados sencillos, pero terminados completamente.
- Cuentan con espacios en la casa (patios, garajes) para actividades de ocio. Los niños no salen a la calle porque consideran los adultos cuidadores que son escenarios peligrosos.
- Cada espacio tiene una organización utilidad específica y los niños pueden acceder fácilmente y en condiciones normales de seguridad.



Redes de apoyo:

- Las redes de apoyo están conformadas por familiares que habitan en la misma casa.
- Nunca están solos. Siempre hay la presencia de otro niño o un adulto de la familia, quien influye en los hábitos y consumo de los niños.
- Son familias nucleares, en las que la presencia de los dos padres es evidente, aunque el padre con menos tiempo por su trabajo. La mamá de Daniel trabaja pero intenta dedicarle el mayor tiempo posible y la mamá de Santiago está todo el tiempo con él, sin embargo, no participa en las actividades del niño.



Objetos de la casa:

- Se cuenta con los electrodomésticos que hacen más fácil la vida doméstica, licuadora, picadora, horno microondas, etc.
- Los televisores pasan de uno en los estratos 1 y 2, a cuatro. Uno en cada cuarto y uno ubicado en la sala de la casa.
- Cuentan con computador, Tablet, equipo de sonido y celulares smartphones.
- Los niños desarrollan todas las actividades de consumo mediático en la sala, aunque cuenten con los aparatos en sus habitaciones, entre otras cosas por la ubicación del computador de mesa y la interacción con otros niños de su familia.



B. Generalidades sobre el consumo mediático:

Contenidos en televisión:

- En este caso el consumo de televisión de los niños disminuye a 4 horas promedio, porque se distraen con otras actividades asociadas a la posibilidad de espacios seguros en su casa, interacción con otros niños, o actividades extracurriculares en las que los padres los han inscrito.
- La práctica de consumo es dispersa y sin un patrón específico, salvo cuando es el adulto el que determina el consumo. Daniel cuando está con su abuela, consume el bloque de tres programas después de las 7 de la noche, porque ella decide qué ver. Santiago por su parte, comparte el noticiero a medio día junto a su mamá mientras almuerzan. Cuando los niños están solos nunca eligen programas para adultos.
- El fin de semana se incrementa un poco el consumo de televisión cuando los niños permanecen en casa.
- El televisor está prendido todo el tiempo en los dos casos, aunque los niños o adultos no estén prestando atención a los contenidos emitidos.
- Identifican claramente el canal y los programas que ellos mismos eligen.
- Mientras consumen televisión, alternan otras actividades como tareas escolares y consumo en otras pantallas como la Tablet o el celular.



Contenidos en computador:

- El computador de escritorio existe pero no es utilizado por los niños. Prefieren acceder a contenidos a través de la Tablet y el celular.
- Los contenidos a los que acceden son guiados por otra persona. En algunos casos como el de Santiago, por su mamá quien busca contenidos educativos que le ayuden. Daniel, accede gracias a la ayuda de su primo un par de años mayor que lo orienta hacia los juegos como Mario Bross y Pacman.
- El consumo es muy intuitivo y responde a las posibilidades de cada edad. Santiago no lee todavía y le queda difícil jugar todas las aplicaciones que tiene en la Tablet. Las páginas a las que acceden son las de juegos como www.juegos.com y Youtube para videos musicales o chistosos. La página de Disney junior es visitada

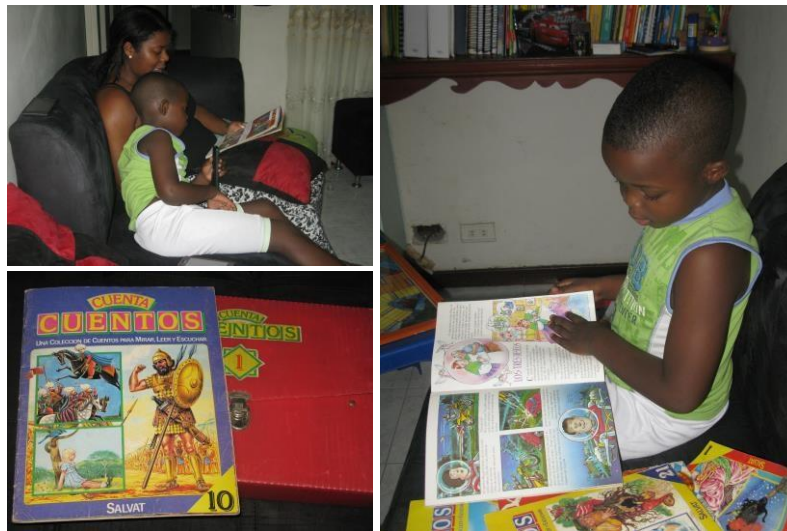
constantemente por Santiago. También Google para búsqueda de imágenes. No es la pantalla más utilizada, pero interactúan con ella de manera relajada.

- En este caso el uso se hace *online*, porque los dos tienen acceso a servicio de internet.
- Otra pantalla utilizada de vez en cuando es el celular, desde el cual acceden a las mismas páginas y contenidos que en la Tablet.
- El consumo de contenidos en internet se realiza en la mayoría de los casos en compañía de un adulto o un par que les ayuda a navegar.
- Cuando se utiliza la Tablet y/o el celular, no se realizan actividades diferentes a su consumo, porque los niños se concentran en los contenidos.



Contenidos impresos:

- La lectura está presente cuando el interés de los padres hacen que se convierta en un elemento principal. Daniel está acostumbrado a que su mamá le lea libros casi todas las noches, mientras que Santiago no tiene y cuando intentaron leerlos no les prestaba atención, porque no le es fácil concentrarse por mucho tiempo en una misma actividad.
- La lectura está asociada al mejoramiento de sus competencias lecto-escritoras.



Contenidos de películas:

- El consumo de cine es diferente en los dos niños, pero existe. Mientras Santiago no resiste una película completa por su tendencia a cambiar de actividad constantemente, Daniel asiste regularmente a la sala de cine del centro comercial cercano a su casa.
- El video es una de las actividades preferidas de Daniel y cuenta con una gran colección de películas que ordena en un mueble especial para ello. Repite las películas y tiene sus preferidas.



A. Análisis de contexto:

Segmento 3 (Estrato 5-6)

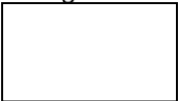

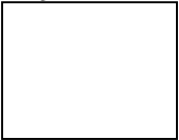

RANGO	Nombre/ Dirección		EDAD	GENERO	ESTRATO	NIVEL	COMUNA
3 A 5	María Andrea Arango 		4	Niña	5	Medio- Alto	19
9 A 11	Juan José Hoyos García 		10	Niño	5	Medio- Alto	17

Tabla 11. Muestra segmento 3 (estratos 5-6). Elaboración propia.

Entorno:

- Las viviendas están ubicadas en las comunas 17 y 19, con índices bajos de exposición a la violencia.
- La comuna 20 es una de las menos pobladas en la ciudad, aunque en los últimos años la proyección de la ciudad se ha extendido, incrementando las unidades habitacionales principalmente compuestas por apartamentos, especialmente en la comuna 19.
- Son comunas que se han desarrollado de manera organizada y cuentan con buenas vías de acceso en estado aceptable.
- Tienen acceso a servicios públicos completos y se componen de barrios tradicionales con casas independiente y unidades residenciales como en las que habitan los niños participantes del estudio.
- Tienen parques, zonas verdes, centros comerciales, clínicas y unidades recreativas cerca. Sin embargo, en el caso de María Andrea su madre los considera peligrosos, razón por la que no los utiliza, y para Juan José, la unidad de apartamentos tiene todos los espacios que necesita (piscina, zona verde, parque, zona para montar bicicleta), por lo que no sale de ella, excepto para actividades extracurriculares a las que asiste.
- En los dos casos cuentan con acceso a servicios de internet y televisión paga.



Vivienda:

- Espacios amplios, decorados, iluminados y decorados completamente.
- Cada niño cuenta con su habitación propia, la cual personaliza de acuerdo con sus gustos e intereses.
- Dentro de la casa, los niños cuentan con espacios para actividades de ocio (patios, balcones, estudio)
- Son viviendas unifamiliares.





Redes de apoyo:

- Familias nucleares con un papel activo de los dos padres en la crianza de los niños.
- En los dos casos los padres son profesionales y mientras María Andrea pasa todo el tiempo con su mamá, Santiago tiene una persona que lo cuida mientras ella trabaja en el día.
- No hay presencia de familiares cercanos en papel de adultos cuidadores.
- En las unidades, los guardas de seguridad ejercen un papel de control y vigilancia cuando los niños juegan en los espacios comunes.

Objetos de la casa:

- La casa está dotada de electrodomésticos modernos.
- Hay un televisor por cada habitación y permanece uno central ubicado en la sala, lugar de consumo familiar.
- Los niños cuentan con computador, Tablet y celular propios.



B. Generalidades sobre el consumo mediático:

Contenidos en televisión:

- El consumo promedio es entre 4 y 6 horas diarias, que disminuyen cuando tienen actividades alternas.
- Consumen contenidos para adultos, en las franjas horarias en las que están acompañados de adultos, principalmente sus madres. Cuando tienen el control, eligen programas asociados a sus intereses de acuerdo con su edad.
- Los fines de semana el consumo disminuye porque casi siempre tienen actividades de ocio fuera de casa como ir a cine, almorzar o visitar a sus familiares.
- La elección de canales y programas cambia de acuerdo con la edad. De igual manera, la atención que le prestan a cada contenido.
- La práctica de visionado de televisión familiar es común a las dos familias, por lo que el televisor en la sala es el espacio de reunión.
- El televisor casi siempre está encendido cuando hay alguien en la casa.
- Se realizan actividades paralelas en otras pantallas mientras se consume televisión (Consultas en la Tablet y celular, juegos o tareas).



Contenidos de computador:

- La mayoría de las actividades son realizadas *online* porque tienen acceso al servicio de internet pago. Algunas aplicaciones están descargadas para jugar *offline*, especialmente en el celular y el computador de mesa.
- En el caso de Juan José por la edad ya accede solo a los contenidos y pasa gran parte del tiempo navegando por páginas de juegos y videos. Participa de comunidades *online* y descarga constantemente nuevas aplicaciones recomendadas por sus amigos.
- María Andrea necesita la ayuda de su madre o padre y utiliza la Tablet diariamente para ver los capítulos de sus series preferidas. Identifica las herramientas del historial y tiene cierto nivel de independencia.
- Algunos consumos se realizan en solitario, inclusive cuando son guiados por los adultos para ingresar a las páginas.



Contenidos de películas:

- En este segmento la asistencia a las salas de cine es constante.
- Suelen asistir en compañía de sus padres.
- Las películas que son emitidas por los canales de televisión preferidos también son consumidas y en los dos casos, son pocas las que tienen en formato DVD.

Contenidos impresos:

- Ninguno de los niños tiene biblioteca y los únicos libros que recuerdan son dos asociados a su niñez.
- En el colegio desarrollan como parte de su actividad curricular la práctica de la lectura.

3. CONCLUSIONES

a. Asociadas a los consumos

- La edad influye en la elección de los programas, cambiando las historias y la técnica en la medida en que el niño crece.
- El promedio de consumo de televisión especialmente, está asociado con la posibilidad de acceder a otras actividades dentro o fuera de la casa.
- Los niños que cuentan con espacios o actividades de ocio, consumen menos televisión.
- Los fines de semana se eleva el consumo cuando no existen actividades fuera de casa.
- Los niño(a)s consumen contenidos para adultos cuando estos están presentes. Mientras ellos tienen la posibilidad de elegir, los canales temáticos infantiles diferenciados por edades, son sus preferidos.
- Las actividades preferidas en las pantallas del computador, la Tablet y el celular, son los juegos *online* u *offline*, dependiendo del estrato socioeconómico al que pertenecen, lo cual media en el acceso a los servicios de internet.
- En todos los segmentos se presenta visionado conjunto, especialmente con la familia en momentos específicos como al medio día o en la noche, antes de descansar.

b. Asociadas al contexto psicosocial

- Los niños de estratos bajos no tienen la posibilidad de disfrutar de la oferta cultural y deportiva de sus zonas porque los lugares, o están en espacios de alta violencia, o se deben cruzar para acceder a ellos.
- Las redes de apoyo van cambiando en la medida en que el estrato socioeconómico es más alto, incluyendo personas del contexto cotidiano en el primer segmento; familiares directos en el segundo, y personal externo contratado en el tercero.
- Los niños de los estratos socioeconómicos más bajos, no cuentan con la presencia de sus madres en la casa, sin embargo, ellas buscan las mejores condiciones para su seguridad. De forma contraria, del estrato 3 hasta el 5 existen madres profesionales que se han dedicado a la crianza de sus hijos y en mayor o menor medida se involucran en sus actividades de consumo.
- Los tipos de familia cambian con relación al nivel socioeconómico, siendo madres cabeza de hogar en el primer segmento, y familias nucleares con participación activa de los dos padres a partir del estrato 3.

3.1. Consumos por edades y géneros:

Los segmentos de edad escogidos para la presente investigación se encuentran ubicados en dos etapas de edad significativas. La denominada primera infancia, en la que se ubican los niños de 3 a 6 años participantes.

De acuerdo con el artículo 29 de la Ley 1098 del código de Infancia y Adolescencia, “La primera infancia es la etapa del ciclo vital en la que se establecen las bases para el desarrollo cognitivo, emocional y social del ser humano. Comprende la franja poblacional que va desde los cero (0) hasta los seis (6) años de edad”.

Para Jaramillo (2007), quien hace una conceptualización de la infancia, este periodo se encuentra entre la gestación y los 7 años y lo define como “el periodo de la vida, de crecimiento y desarrollo comprendido desde la gestación hasta los 7 años aproximadamente y que se caracteriza por la rapidez de los cambios que ocurren” (p.110).

Para Puche, Orozco, Orozco y Correa (2009), autoras del documento Desarrollo infantil y competencias en la primera infancia para el Ministerio de Educación de Colombia, este periodo está comprendido entre los 0 y los 5 años. En el mismo, presentan una segmentación con relación al desarrollo infantil de acuerdo con sus competencias en tres momentos:

- De 0 a 1 año, periodo en el que el bebé descubre el mundo a través de las experiencias reorganizadoras, que de acuerdo con las autoras, “se refiere a un funcionamiento cognitivo que marca momentos cruciales en el desarrollo, pues ellos sintetizan el conocimiento previo y simultáneamente sirven de base para desarrollos posteriores, más elaborados. Una experiencia reorganizadora más que acumulación, es el resultado de la integración de capacidades previas, que permiten a los niños acceder a nuevos ‘saberes’ y ‘haceres’ y movilizarse hacia formas más complejas de pensamiento y de interacción con el mundo” (p.17).
- De 1 a 3 años, periodo en el que los niños y niñas adquieren competencias que les permiten involucrarse en el mundo como actores. La autonomía y la confianza en ellos mismos se desarrolla preparándolos para actuar en el mundo como seres independientes, acompañados de momentos de construcción hacia la conquista del lenguaje verbal como elemento para comunicarse con el mundo.
- De 3 a 5 años, el niño es capaz de reconocer plenamente al otro y sus intenciones, a lo que denominan las autoras “leen la mente de los otros”.

Es en esta etapa, en la que los niños y niñas, han alcanzado el desarrollo de casi todas las herramientas cognitivas, que finalmente se desarrollarán para apropiarse del contexto, al tiempo que ingresan al mundo del “otro” como participantes activos de la cotidianidad.

Puche y otros (1998), definen esta etapa como la etapa en la que los niños “leen la mente de los otros” y afirman que “los niños pueden diferenciar entre lo que el otro “quiere”, “sabe”, “cree” y “siente”. Esta capacidad de establecer esta distinción les ayuda a entender la diferencia entre creencias y afectos” (p.66).

De acuerdo con las autoras, las emociones y el control emocional; las normas y los valores y el criterio moral, y las predicciones y las intenciones, son los temas en los que con mayor fuerza se desarrollan las competencias entre los 3 y los 5 años de edad. Esto

tiene relación directa con los hitos del desarrollo que se ubican en el desarrollo cognitivo o del pensamiento y el desarrollo socio-emocional.

Esta etapa se relaciona directamente con los contenidos preferidos por los niños en las diferentes pantallas. En televisión, los programas favoritos son series en canales especializados con personajes de rasgos simples, colores básicos y expresiones marcadas. Con el aumento de edad de los niño(a)s, los personajes preferidos pasan de ser caricaturas para convertirse en actores que representan niños reales con los que comienzan a identificarse.

La duración de los programas es otro factor asociado a la capacidad de atención que gradualmente pasa de 1:30 a 7 minutos, alargándose hasta formatos de 30 minutos y más.

Nombre	Edad	Programas de televisión
Santiago Restrepo Flórez	4 años	Pepa la cerdita / Discovery Kids Jake y los piratas del nunca jamás/ Disney Junior El principito/ Discovery Kids
María Andrea Arango Sánchez	4 años	Pepa la cerdita/ Discovery Kids Lalaloopsy/ Discovery Kids Jelly Jam/ Discovery Kids
Daniel Enrique Ruíz Mena	6 años	Buena suerte Charlie/ Disney Channel Gumball Darwin/ Cartoon Network Big Time Rush / Nickelodeon

Tabla No. 12. Tres programas favoritos de los niños entre los 3 y los 6 años de edad.

La etapa psicosocial alcanzada por los niños, es evidente en la actividad del juego de emociones, en el que relacionan la emoción directamente con la manifestación externa, representada por los gestos de la cara de los personajes que escogen, ejemplo:

María Andrea (4 años)

- Alegría: Una pareja de personas mayores sonriendo/primer plano de una sonrisa. Dice que está alegres porque está sonriendo.
- Aburrimiento: Rostro de una niña bailarina. Piensa que está aburrida porque tiene cara seria.

Santiago (4 años)

- Rabia: Joven serio. Está bravo Daniel (6 años).
- Rabia: Tres personas, dos sonriendo y una está seria. El señor de la derecha está bravo.

La relación en esta edad con personajes está anclada a las series favoritas de televisión y a las actividades de ocio y diversión que más les gustan. Entre más pequeño es el niño(a) las narrativas que ellos inventan tienen más parecido a las historias y personajes de la televisión.

Aunque todos verbalizan a esta edad, es más difícil conseguir información acerca de los contenidos y actividades. La información se recupera más fácilmente observando y analizando las prácticas, así como en la entrevista con los padres.

En esta etapa el acceso a los contenidos en otras pantallas como la Tablet, el computador y los smartphones, no solo depende de la posibilidad económica de acceder a ellos y al servicio de internet, sino de las habilidades del niño. Como están en una etapa prelectora, algunos de ellos consumen por instinto y siguiendo el historial o códigos que se aprenden para buscar contenidos. Siempre están acompañados de un adulto que orienta la práctica.

El otro segmento poblacional está ubicado entre los 7 y los 12 años, etapa asociada a cambios físicos importantes. A partir de los 6 años, el niño(a) alcanza su máximo desarrollo cognitivo y todas las herramientas se han desplegado para seguir alcanzando madurez. En este grupo están María Ángel (7 años); Juan José Hoyos (10 años) y Natalia Peña (11 años).

La capacidad narrativa aumenta y es más fácil comunicarse con el otro y la comprensión aumenta migrando hacia historias más complejas y personajes que evolucionan. Robert Owens afirma que “entre los 5-7 años surgen temas que tienen que ver con un problema y su solución...una narración típica de los niños de 7 años incluye un inicio, un plan para resolver el problema y una solución” (p.3)

Las historias asociadas al juego de personajes, evidencian este cambio, siendo más completas, largas y con personajes descritos adecuadamente. Inclusive en el caso de María Ángel la más pequeña, su historia fue corta pero desarrollada dramáticamente con un inicio, un nudo y un desenlace.

Nombre	Edad	Programas de televisión
María Ángel Lozada	7 años	Lalaloopsy/ Discovery Kids Jorge el curioso / Discovery Kids My little Pony / Discovery Kids
Juan José Hoyos	10 años	ICarly / Nickelodeon Campamento Lakebottom / Disney XD Planeta X/ Disney XD
Natalia Peña Restrepo	11 años	Princesita Sofía / Disney Junior Rosa de Guadalupe / Canal RCN La Doctora Juguetes / Disney Junior

Tabla No. 13. Tres programas favoritos de los niños entre los 7 y los 12 años de edad.

La competencia, el descubrimiento del sexo opuesto y las aventuras son características asociadas a esta etapa de vida, por lo que prefieren programas que incluyan estas temáticas, evidente en los programas incluidos en la tabla 13. Siguen compartiendo el gusto por los programas animados en la edad más baja de la franja, pero incluyen paulatinamente programas con actores reales.

En esta etapa ya son capaces de abstraer conceptos por lo que en el juego de emociones, relacionaban el concepto con situaciones y no solo con la gestualidad del personaje que escogían para representarla:

Natalia (11 años):

- “Rabia”: Señor montando bicicleta. Tiene gesto de rabia, pareciera que es porque quiere ganar y lo están alcanzando los otros ciclistas. Juan José (11 años).
- Tristeza: Un señor fumando con cara de aburrido. Le causa tristeza que el señor fume porque el cigarrillo es malo. Se ve triste.

Con relación a los géneros, resulta interesante ver cómo los niños incluyen historias claramente marcadas con elementos simbólicos para niñas (Pepa Pig; I Carly) no siendo igual en el caso contrario. El programa preferido por la mayoría de los niños en el primer segmento (3 a 5) es Pepa la cerdita. En el segundo (7 a 12), no se encontraron coincidencias.

Los contenidos en internet son consumidos en mayor medida por los niños mayores (1011 años), en la medida en que tienen más herramientas para comprender el lenguaje escrito.

Segmento	Nombre	Edad	Páginas/ contenidos
3 a 5	Santiago Restrepo Flórez	4 años	Disney Junior Youtube Google Aplicaciones en celular: juego Pou y Talking Tom Cat
	María Andrea Arango Sánchez	4 años	Youtube
6 a 8	Daniel Enrique Ruíz Mena	6 años	www.juegos.com Youtube Fútbol
	María Ángel Lozada	7 años	Ninguna
9 a 11	Juan José Hoyos	10 años	Youtube Minecraft Tom el gato que habla Clash of Clans Facebook Twitter Whatsapp Instagram Line Skype Snapshot Itunes
	Natalia Peña Restrepo	11 años	Facebook Youtube

Tabla No. 14. Acceso a contenidos y páginas en internet por segmentos de edad.

3.2. Consumo por diferencial socioeconómico:

Los consumos asociados a los **estratos socioeconómicos 1 y 2 (bajo y bajo-bajo)**, pasan por el acceso a los servicios que puedan costear. En todos los casos, se accede a televisión paga, porque se comparte la factura o se incluye el servicio en el valor del arriendo.

En estos estratos los niño(a)s no acceden a internet en sus casas porque está fuera del alcance socioeconómico. A pesar de contar con centros públicos y privados para acceder como salas internet o bibliotecas cercanas, los niños no se desplazan solos por el sector por la situación de inseguridad, por lo que no hacen uso de estos servicios.

El equipamiento tecnológico es básico y los elementos principales son un televisor y un computador. El primero asociado por los padres a la diversión y el ocio, y el segundo al cumplimiento de los deberes escolares. Sin embargo, el computador termina siendo utilizado para acceder a juegos offline y pocas veces se utiliza para tareas.

El consumo televisivo está entre 6 y 7 horas diarias. Se realiza en compañía de adultos o niños cercanos a su entorno cotidiano. El fin de semana aumenta en la medida en que los niño(a)s permanecen más tiempo en la casa.

La lectura no es una práctica habitual y se realiza por iniciativa de adultos cuidadores o la escuela. No existen libros en sus casas y algunas veces tienen los que les facilitan en la escuela para realizar sus tareas.

El cine no es un consumo de estos estratos. No han asistido nunca a una sala de cine y las películas son las que emiten los canales de televisión que prefieren.

En el siguiente segmento: **estrato socioeconómico 3-4 (medio y medio-alto)**, el equipamiento tecnológico cambia radicalmente lo que redundará en el acceso a otros contenidos. De un solo televisor, se pasa a cuatro, instalados en las habitaciones en las que se incluyen las de cada niño(a)s y en otro en la sala.

Tienen acceso a internet y las páginas más visitadas son las de juegos, redes sociales (Facebook) y las de canales temáticos infantiles. Las horas de consumo mediático, especialmente contenidos televisivos, disminuyen a un promedio de 4 semanales, porque aparecen actividades extracurriculares a las que los niños asisten en diversos escenarios deportivos y culturales.

El cine aparece como práctica de consumo y se realiza en las salas de cine de centros comerciales cercanos a la residencia. Las películas en video son otra alternativa, así como las que emiten por los canales de preferencia.

La lectura depende de la voluntad del adulto cuidador y se utiliza como herramienta para aumentar la competencia lecto-escritora.

En el segmento final: **estratos 5-6 (medio-alto, alto)**, se presentan la mayor disponibilidad de tecnología para acceder a contenidos en múltiples pantallas. De igual manera, pueden costear servicios de internet con buena velocidad por lo que las niña(o)s se relacionan fácilmente con contenidos online.

El promedio de consumo mediático, televisión en forma paralela con contenidos en la web a través de tablets y celulares, es de 4 a 6 horas, lo que disminuye los días que tienen actividades externas deportivas o culturales.

Realizan el consumo en solitario y combinan las actividades de forma paralela (ver televisión y hacer tareas; ver televisión y jugar en la Tablet)

El cine es una práctica constante y recuerdan las películas recientes en cartelera. También acceden a películas por internet y en algunos canales que prefieren. No tienen biblioteca y no practican la lectura como hábito. Los libros que recuerdan están asociados con su niñez.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, J.I., 1999: Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva en niños y jóvenes. Barcelona, Paidós.
- Amar, J. (1998). *Una conceptualización comprensiva del desarrollo humano*. En: Desarrollo Humano, perspectivas siglo XXI. Ediciones Universidad del Norte. Barranquilla.
- Aparici, R. (1996). «Educación para los medios». En: Voces y Culturas, 11/12, pp. 89-100.
- Burdette, H., Whitaker, R., Kahn, R. & Harvey-Berino, J. (2003). Association of Maternal Obesity and Depressive Symptoms With Television-Viewing Time in Low-Income Preschool Children. Arch Pediatr Adolesc Med, v.157, 894-899. Extraído el 4 de Diciembre de 2008 desde www.archpediatrics.com
- Castañeda, E. y Mina, L. (2006). *Colombia por la primera infancia. Política pública por los niños y niñas, desde la gestación hasta los 6 años*. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF. Disponible en http://www.oei.es/quipu/colombia/politica_primer_infancia.pdf
- Chernin & Linebarger. (2005). The Relationship Between Children's Television Viewing and Academic Performance. Arch Pediatr Adolesc Med; 159: 687-689.
- Crespo, C. J., Smit, E., Troyano, R. P., Bartlett, S. J., Macera, C. A., & Anderson, R. E. (2001). Television watching, energy intake and obesity in U.S. children: Results from the 3rd NHANES: 1988-1994. Archives of Pediatric and Adolescent Medicine, 155, 360.
- Encuesta consumo cultural 2012. Departamento Administrativo de Estadística Nacional y Comisión Nacional de Televisión. <http://www.dane.gov.co/dane/index.php/educacion-cultural-gobiernoalias/consumo-cultural>
- Fuenzalida, V. (2002). Televisión abierta y audiencia en América Latina. Buenos Aires:Editorial Norma.
- Gebner, G. (1978). "Television's Influence on Values and Behavior" Weekly Psychiatry Update Series (Lesson 24, Vol. 2). New York: Biomedica, Inc
- Gebner, G. (1997). "Media, Violence and Health." New Jersey Medicine.
- Hancox, R., Milne, B. & Poulton, R. (2005). Association of Television Viewign During Childhood With Poor Educational Achievement. Arch Pediatr Adolesc Med, v.159, 614-618. Extraído el 4 de Diciembre de 2008 desde www.archpediatrics.com
- Hawkins, Robert P. (1977). 'The Dimensional Structure of Children's Perceptions of Television Reality', Communication Research 4(3) [July]: 299-320
- Hodge, B. & Tripp, D. (1986). Children and Television: A Semiotic Approach. Cambridge: Polity Press (Chapter 4: "'God Didn't Make Yogi Bear": The Modality of Children's Television'. pp. 100-131
- Huergo, J. & Fernández, B. (2000). Cultura escolar, cultura mediática, intersecciones. Santafé de Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional – CACE.
- Huesmann, R., Moise-Titus, J., Podolski, Ch., y Eron, L. (2003) Longitudinal Relations Between Children's Exposure to TV Violence and their Aggressive

- and Violent Behavior in Young Adulthood: 1977–1992. *Developmental Psychology*. Vol. 39, No. 2, 201–221.
- Jaramillo, L. (2007). Concepción de infancia. *Zona próxima*. No. 8, 108-123.
 - Johnson, J., Cohen, P., Kasen, S. First, M. & Brook, J. (2004). Association Between Television Viewing and Sleep Problems During Adolescence and Early Adulthood. *Arch Pediatr Adolesc Med*, v.158, 562-568. Extraído el 4 de Diciembre de 2008 desde www.archpediatrics.com
 - Ley 1098 de 2006. Código de Infancia y Adolescencia. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2006/ley_1098_2006.html
 - Lumen, J., Rahnema, S., Appugliese, D., Kaciroti, N. & Bradley, R. (2006). Television Exposure and Overweight Risk in Preschoolers. *Arch Pediatr Adolesc Med*, v.160, 417-422. Extraído el 4 de Diciembre de 2008 desde www.archpediatrics.com
 - Martín-Barbero, J. y Téllez, P. (2008) Los estudios de recepción y consumo en Colombia. Extraído el 22 de septiembre de 2008 desde http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/73-06MartinTellez.pdf.
 - Martín-Barbero, J. (2006). Lecto-escritura en la sociedad de la información: un mapa para visibilizar sus más estratégicos desafíos socio-culturales. Ponencia presentada en el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina (Cerlac), Bogotá, Colombia.
 - Mereilles, H. (2005). Niños y consumo televisivo en América Latina. Ponencia presentada en la IV versión de televisión de calidad, realizada en Bogotá – Colombia. <http://www.comminit.com/?q=early-child/node/207625>
 - Morison, P. & Howard, G. (1978). 'Dragons and Dinosaurs: The Child's Capacity to Differentiate Fantasy from Reality', *Child Development* 49(3): 642-8
 - Moss, P. (2008). *Conferencia televisión educativa*. Universidad de la Sabana. Bogotá.
 - Orozco, G. y Creel, M. (1990). "Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios. Editorial Trillas.
 - Plan Decenal de Educación 2006-2016. <http://www.plandecenal.edu.co/html/1726/w3-article-166057.html>
 - Peralta, V. y Fujimoto, G. (1998). *La atención integral de la primera infancia en América latina: ejes centrales y desafíos para el siglo XXI*. Organización de estados Americanos OEA. I.B.C: Santiago de Chile
 - Puche, R., Orozco, M., Orozco, C. y Correa, M. (2009). *Desarrollo infantil y competencias en la primera infancia*. Ministerio de Educación Nacional. Taller Creativo de Aleida Sánchez B. Ltda: Bogotá.
 - Puche, R., Colinviaux, D., y Dibar, C. (Comps.) (2001). *El niño que piensa. Un Modelo de formación de maestros*. Cali: Artes Gráficas del Valle Editores.
 - Prensky, M. (2001) "Digital Natives, Digital Immigrants Part 1", *On the Horizon*, Vol. 9 Iss: 5, pp.1 – 6
 - Rincón, O. (2002). Tendencias de la investigación sobre televisión infantil en Colombia. Publicado en *Televisión infantil: Voces de los niños y de la industria televisiva*. Convenio Andrés Bello, Fundación Restrepo barco. Colombia.

- Rodríguez, A. (2012). Los niños menores de tres años y la televisión. Perspectivas de investigación y debate (1999-2010). Ministerio de la Cultura: Bogotá.
- Sánchez, J. (2008). Pequeños directores. Niños y adolescentes creadores de cine, vídeo y televisión. Aconcagua libros: Sevilla.
- Sandoval, Y. y Arenas, A. (2010) (Eds). Mirando cómo Miramos”: Una propuesta para la recepción crítica desde la Comunicación y la educación. Editorial USC: Cali-Colombia
- Sandoval, Y. (2006). Formación en Recepción Crítica en ISSN 1900 9585. Revista Papeles de la Comunicación No. 7. Cali-Colombia: Editorial USC.
- Vanderwater, E. & Huang, X. (2006). Arch Pediatr Adolesc Med, v.160, 425-431. Extraído el 4 de Diciembre de 2008 desde www.archpediatrics.com
- Zimmerman, F. & Christakis, D. (2005). Children’s Television Viewing and Cognitive Outcomes. Arch Pediatr Adolesc Med, v.159, 619-625. Extraído el 4 de Diciembre de 2008 desde www.archpediatrics.com
- DE OCHO A DIEZ. Proyecto de producción de televisión infantil. Un acercamiento a niños y niñas colombianos para hacer televisión. Ministerio de Cultura. División Comunicaciones.
- <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=35432#>
- MINISTERIO DE CULTURA. Estrategia de Cero a Siempre. <http://www.mincultura.gov.co/micrositios/infancia/>
- CENSO 2005. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE. www.dane.gov.co
- PLAN DECENAL DE EDUCACIÓN 2006-1015. Ministerio de Educación Nacional.
- www.mineducacion.gov.co