

Comunicado de Prensa No.100/2017

Ciudad de México a 22 de agosto de 2017

EL IFT PRESENTÓ LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO CUALITATIVO SOBRE APROPIACIÓN DE CONTENIDOS DE RADIO Y TELEVISIÓN EN AUDIENCIAS INFANTILES

- En el trabajo de campo participaron niñas y niños de 7 a 12 años, padres de familia y profesores de educación primaria.
- Se contó con la participación experta de la Dr. Patricia Arriaga y el Dr. Guillermo Orozco, quienes a partir de su experiencia en la producción y estudios de contenidos y audiencias aportan elementos de análisis al Estudio.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), presentó los principales hallazgos del “Estudio Cualitativo sobre la Apropiación de Contenidos de Radio y Televisión en Audiencias Infantiles”, que se realizó entre niños y niñas con el fin de contar con información de la relación que establece el público infantil con los medios y sus contenidos audiovisuales, particularmente de radio y televisión en sus ámbitos cotidianos, como es el familiar y el escolar.

El Estudio se realizó mediante sesiones de grupos focales con niñas y niños de entre 7 y 12 años de edad, padres de familia y entrevistas a profundidad con profesores de educación primaria. Para completar la visión se llevaron a cabo visitas a hogares de las familias de los menores, con la finalidad de adentrarse en la vida cotidiana de estas audiencias.

El trabajo de campo se realizó en zonas urbanas de doce ciudades de la República Mexicana, en específico en los Estados de: Baja California, Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Nuevo León, Oaxaca, San Luis Potosí, Veracruz, Yucatán.

Entre los principales resultados, destaca que la televisión sigue teniendo una gran relevancia en la vida de los niños y niñas mexicanos, ya que a través de ésta, obtienen elementos con los que forman su identidad, tales como: actitudes, estilos de vida y valores como la amistad, el trabajo en equipo y la búsqueda de la justicia. Estos

Comunicado de Prensa **No.100/2017**

los perciben e identifican en la programación a la que están expuestos, a partir de situaciones como la superación de retos y resolución de problemas, el compañerismo entre personajes y el reconocimiento del bien y el mal.

De todos los medios de comunicación, la televisión abierta se mantiene como el referente principal de los contenidos que consumen. Sin embargo, es relevante la presencia de la televisión restringida en la vida de estas audiencias, al consumir de manera frecuente contenidos que exclusivamente transmiten en esta señal.

Por otro lado, el consumo de la radio por parte de las audiencias infantiles es bajo, ya que consideran que se enfoca a un mundo totalmente adulto. Debido a lo anterior, la presencia de la radio en la vida de los niños es limitada, ya que la decisión sobre lo que se escucha no depende de ellos.

Otras tecnologías funcionan como un complemento o acompañamiento “mientras se ve la tele”, dando lugar a un comportamiento multipantalla, en el cual los niños interactúan con diversos medios y de diversas formas en un mismo momento.

La réplica de los contenidos televisivos en dispositivos móviles es una tendencia que cada vez cobra mayor fuerza, debido principalmente a las ventajas que perciben, como la posibilidad de elección, la inmediatez en la accesibilidad y variedad de opciones, que son atributos también valorados por los menores.

En cuanto a las sesiones de grupo realizadas con padres de familia, se identificó reiteradamente la necesidad de mostrarse responsables; mamás y papás verbalizan la búsqueda del equilibrio entre lo formativo y el entretenimiento en los programas que ven sus hijos; sin embargo, es evidente la permisividad al consumir en presencia de los niños, programación con temáticas y contenidos que no están pensadas, producidas y dirigidas a dicho grupo.

Comunicado de Prensa No.100/2017

En este sentido, los niños se vuelven receptores secundarios de lo que observan los padres, construyendo así su gusto personal de manera gradual; de igual forma crean su propia interpretación de estos contenidos al apropiarse de ciertos valores positivos de los programas a partir de su realidad, como son la solidaridad, la fidelidad y la amistad, los cuales no necesariamente son los mismos o similares a los que mencionan sus padres, como la violencia o connotaciones sexuales, entre otros.

En las sesiones grupales con profesores se destaca que no identifican en la programación actual elementos que apoyen, tanto a maestros como a alumnos, en el proceso de enseñanza-aprendizaje. No obstante, reconocen de manera habitual una importante influencia de los contenidos en el comportamiento del alumnado dentro de la escuela, a partir de situaciones en las que los niños se acercan a ellos y les comparten respecto de lo que ven en televisión, o cuando identifican en las prácticas de sus alumnos juegos o modas, a partir de comportamientos o lenguajes relacionados con contenidos principalmente televisivos.

El estudio está disponible a partir de hoy en el portal del Instituto Federal de Telecomunicaciones:
www.ift.org.mx

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es el órgano autónomo encargado de regular, promover y supervisar el desarrollo eficiente en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones en México, además de ejercer de forma exclusiva las facultades en materia de competencia económica en dichos sectores, de conformidad con el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013.

Coordinación General de Comunicación Social
Insurgentes Sur 1143 1er. Piso. Col. Nochebuena,
Del. Benito Juárez, Ciudad de México. C.P. 03720

Comunicado de Prensa
No.100/2017

Tels. 50 15 40 21 y 50 15 42 00
www.ift.org.mx