

# 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

<b>EL CONTEXTO Y LOS RESULTADOS</b>		Pag.
<b>1. EL CONTEXTO</b>		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
<b>2. ¿CÓMO SE HIZO?</b>		59
Se profundiza en los aspectos metodológicos de este estudio, con un enfoque pedagógico		
<b>3. ¿QUÉ RESULTÓ?</b>		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?

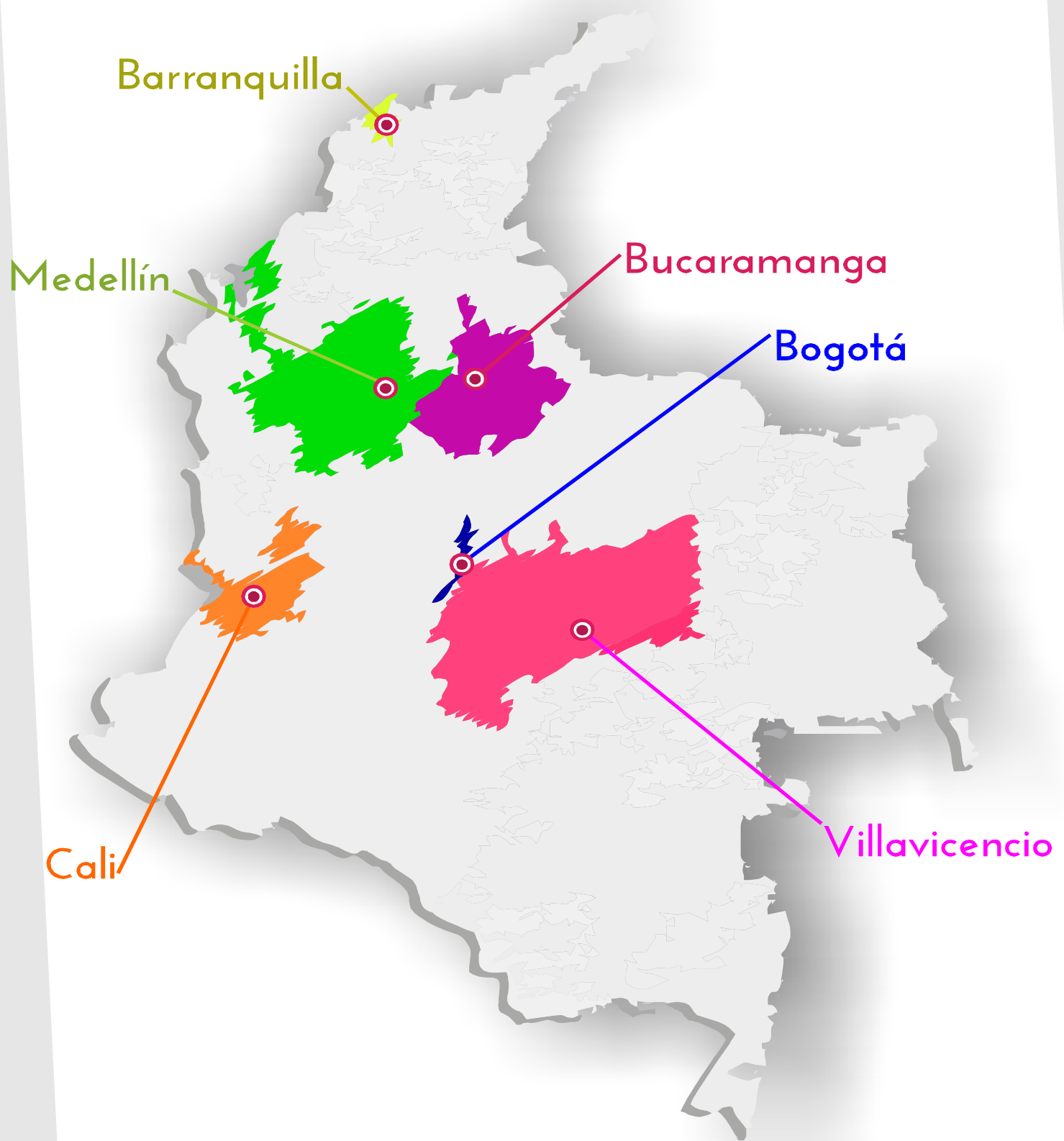
Para la etapa piloto (2013) se consolidó un equipo de investigación que cumplía tres criterios para garantizar los objetivos del proceso: experiencia en investigación del sector cultural, experiencia de trabajo con niños y experiencia en investigación de mercados. En la Fase 2 (2014) participaron la 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



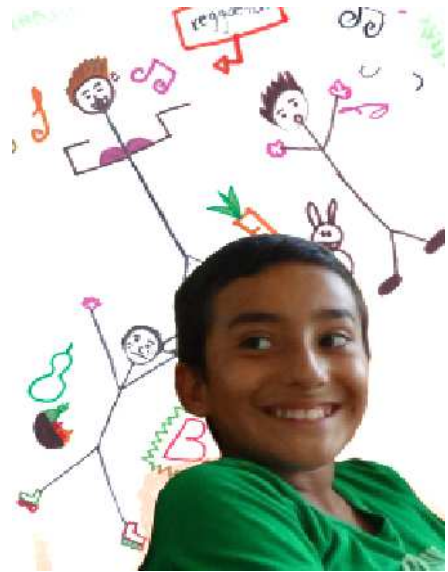
María Andrea. 4 años



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:



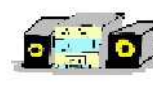
Televisor



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:



Televisor



de mesa



de sonido







### 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.

