



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

**Facultad de Comunicación Lingüística y Literatura
Escuela de Comunicación**

**Disertación de Grado para la Licenciatura en Comunicación
con Mención en Comunicación Organizacional**

**“ESTUDIO DE RECEPCIÓN DE AUDIENCIAS DEL VIDEO
ANIMADO DE UNICEF “3 SUPER REGLAS” PARA PREVENIR
EL ABUSO SEXUAL CONTRA NIÑOS Y NIÑAS EN ECUADOR”**

Estudiante: Cristina Mendoza Sambonino

Directora: Mtr. María del Carmen Cevallos

Quito, 2018

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis queridos padres Janneth y José quienes siempre me han apoyado, aconsejado y sobre todo amado. Ustedes son lo más importante en mi vida. Gracias a ustedes dos por todo lo que me han inculcado y todo lo que me han dado, también quiero dedicar este trabajo a una persona muy especial mi hermano José Andrés que me enseñó mucho especialmente el amor incondicional y a nunca darse por vencido.

Todos los triunfos de mi vida son dedicados a ustedes tres.

Gracias por todo.

Los amo infinitamente.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a mis padres José y Janneth. A quienes les debo todo, Agradezco a Dios por mi maravillosa familia. A mi abuelita Marcia quien me crio desde que nací, a mis tíos Aníbal e Irina que siempre me ha ayudado y consentido. También agradezco a mi tutora de disertación Master María del Carmen Cevallos, por la dedicación y apoyo que ha brindado a este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE IMÁGENES	vi
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	viii
OBJETIVOS	x
CAPÍTULO I	1
RECEPCIÓN DE AUDIENCIAS Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	1
1.1. Recepción de Audiencias	1
1.1.1. Definición	1
1.1.2. Proceso de recepción	2
1.1.3. Imaginarios y representaciones sociales.....	4
1.1.4. Percepción del receptor	5
1.2. Comunicación audiovisual	7
1.2.1 El acto comunicativo	8
1.2.2. Simbología del mensaje.....	10
1.2.3. Elementos comunicativos	11
1.2.4. Video animado.....	13
1.3. Educomunicación	14
1.3.1. Definición	14
1.3.2. La educomunicación en el país.....	15
1.3.3. La educomunicación y la producción audio-visual	16
1.4. Abuso infantil.....	17
1.4.1. Definición	17
1.4.2. Tipos de abuso sexual.....	18
1.4.3. Consecuencias	19
1.4.4. Prevención	20

CAPÍTULO II.....	22
CAMPAÑA “AHORA QUE LO VES, DI NO MÁS”.....	22
2.1. Antecedentes	22
2.2. UNICEF y Ecuador Dice No Más.....	23
2.3. Campaña “Ahora que lo ves, di no más”	25
2.3.1. Objetivo	26
2.3.2. Público Objetivo.....	26
2.3.3. Concepto y mensaje.....	26
2.3.4. La campaña.....	27
2.4. Video animado “3 Súper reglas” para prevenir el abuso sexual contra los niños.....	33
CAPÍTULO III.....	39
ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE RECEPCIÓN DE LAS AUDIENCIAS DEL VIDEO ANIMADO “3 SÚPER REGLAS” PARA PREVENIR EL ABUSO SEXUAL CONTRA LOS NIÑOS.	39
3.1. Descripción del grupo focal de niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez	41
3.2. Percepción de las audiencias	43
3.2.1. Mensajes que recuerdan los niños y niñas.....	43
3.2.2. Elementos del video con los cuales los niños y niñas se identifican.....	46
3.2.3. Aprendizajes obtenidos del video animado “3 Súper Reglas”	49
3.2.4. Generación de cambios en el comportamiento de los niños y niñas a partir de los mensajes del video animado	53
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES.....	58
BIBLIOGRAFÍA	60
Anexos	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Proceso de recepción	3
Tabla 2. Funciones acto comunicativo.....	9
Tabla 3. Tipos de abuso sexual.....	19
Tabla 4. Cuñas de radio	31
Tabla 5. Lista de los nombres de los videos de la Campaña.....	32
Tabla 6. Nombre y edad de los participantes del primer grupo focal	42
Tabla 7. Nombre y edad de los participantes del primer grupo focal	42

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.El símbolo No Más.	24
Imagen 2. Material Gráfico Portada del Dossier de la campaña “Ahora que lo ves, di no más” .	28
Imagen 3. Tríptico de la campaña “Ahora que lo ves, di no más”	29
Imagen 4. Afiche superhéroes.....	30
Imagen 5. Videos y cuñas de la Campaña con la participación de periodistas.....	31
Imagen 6. Infografía Recomendaciones para periodistas de la Campaña #AhoraQueLoVes #DiNoMás	33
Imagen 7. Primera regla Video Animado “3 súper reglas”	34
Imagen 8. Segunda regla Video Animado “3 súper reglas”	35
Imagen 9. Tercera regla Video Animado “3 súper reglas”	36
Imagen 10. Representación del peligro a través de una figura humana.....	37
Imagen 11. Texto aclarativo sobre las partes íntimas de la niña	38
Imagen 12. Afiches informativos dirigidos a la prevención abuso sexual contra niños y niñas ..	52

RESUMEN

La presente investigación identifica los aprendizajes y las prácticas que los niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez han adquirido y desarrollado a partir de la observación del video animado “3 Súper Reglas” realizado por UNICEF para prevenir el abuso sexual infantil en Ecuador. La metodología implementada tiene un enfoque cualitativo, que permitió la recolección de información vinculada a las variables de estudio, además de que el método utilizado fue el interpretativo, mediante el cual se explican los distintos factores que inciden en el proceso de recepción efectuado por este grupo de niños.

La técnica que se aplicó corresponde al grupo focal mediante el cual se dialogó con la muestra seleccionada acerca de sus experiencias generadas en torno a temas específicos del video animado. De esta manera, los resultados obtenidos determinan que los mensajes que los niños y niñas han adquirido respecto a este producto comunicacional se remiten a un aprendizaje sobre su intimidad sexual ya que nadie debe tocar sus partes íntimas, y que no deben guardar secretos, los cuales son reiterativos, ya que han sido asimilados de forma memorística, dificultando un proceso de reflexión al respecto que resulta fundamental para consolidar un aprendizaje significativo.

Palabras clave: Recepción, Audiencias infantiles, Video animado 3 Súper Reglas, Abuso infantil.

INTRODUCCIÓN

Una de las problemáticas actuales que ha alarmado a la sociedad ecuatoriana corresponde al abuso sexual infantil, fenómeno que se ha hecho evidente debido al aumento de denuncias de este delito en todas las ciudades del país, que ha motivado a que instituciones como el Ministerio de Educación en colaboración con Unicef, adopten medidas para prevenir el incremento de nuevos casos mediante la elaboración de campañas informativas dirigidas a la población infantil.

Precisamente una de las acciones desarrolladas por Unicef corresponde a la elaboración del video animado “3 Súper Reglas” que se ha venido promocionando en los distintos canales de televisión abierta en el contexto nacional, así como su difusión en las instituciones educativas de todo el país, con el objetivo de entregar información a niños y niñas, que les permita actuar ante esta problemática, y contribuir con su protección en los distintos contextos en los cuales se desenvuelven cotidianamente.

Sin embargo, una de las inquietudes que surge al respecto corresponde al tipo de aprendizaje y prácticas que los niños y niñas han logrado comprender y poner en uso, a partir de la observación del video, ya que en criterio de investigadores como Maritza López (2000), los productos comunicacionales que se elaboran para poblaciones infantiles deben tomar en cuenta aspectos propios a su edad, intereses e inquietudes, razón por la cual es necesario que a través de recursos como el lenguaje, la cromática y los contenidos se motive su observación, así como el debate sobre los temas tratados, ya que solo de esta manera se genera un proceso de concientización de los mismos, así como su aplicación en la práctica.

Por esta razón, en esta investigación se identifican los aprendizajes y las prácticas que los niños y niñas han adquirido a partir de la observación del video animado “3 Súper Reglas” realizado por UNICEF, para lo cual se trabajó con una población de doce estudiantes de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez, cabe recalcar que la dirección de la escuela a cargo de Lucitania Benítez y la docente Sandra Anangonó autorizó la realización del estudio y solicitaron el permiso de los padres de los menores mediante un consentimiento informado para

la realización del estudio también se dialogó respecto a su experiencia en torno a este producto comunicacional y su importancia para prevenir el abuso sexual infantil en Ecuador.

En el Capítulo I se aborda el tema de Recepción de audiencias y Comunicación Audiovisual, explicando el proceso de recepción, la influencia de los imaginarios y representaciones sociales al respecto, como se desarrolla la percepción del receptor, la manera en que se produce el acto comunicativo, la simbología del mensaje, los elementos comunicativos, la definición de video animado, que se entiende por Educomunicación, su aplicación en el Ecuador, su relación con la producción audiovisual, y el delito del abuso infantil, incluyendo su prevención.

En el Capítulo II se describe el objeto de estudio que es la Campaña “Ahora que lo ves, di no más”, tomando en cuenta sus antecedentes, objetivo y finalidad, público objetivo, concepto y mensaje y el Video animado “3 Súper reglas” que ha sido elaborado por UNICEF para prevenir el abuso sexual contra los niños y niñas.

En el Capítulo III se presenta el Análisis de los resultados obtenidos en el estudio de recepción, incluyendo una descripción del grupo focal realizado a niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez, tomando en cuenta temas como los mensajes que recuerdan este grupo de infantes, los elementos con los cuales se identifican, los aprendizajes obtenidos del video animado “3 Súper Reglas”, y la generación de cambios en su comportamiento a partir de los mensajes de este producto comunicacional educativo.

Finalmente se incluyen las conclusiones y recomendaciones generadas respecto a toda la investigación, además de incluir la bibliografía consultada y los anexos que forman parte de dicho estudio.

OBJETIVOS

General

- Identificar los aprendizajes y las prácticas que los niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez tienen a partir de la observación del video animado “3 Súper Reglas” realizado por UNICEF para prevenir el abuso sexual infantil en Ecuador.

Objetivos específicos

- Identificar cuáles son los mensajes que recuerdan con mayor facilidad los niños y niñas de 10 y 11 años sobre el video animado “3 Súper Reglas”.
- Determinar cuáles son los elementos del spot “3 Súper Reglas” con los cuales los niños y niñas de 10 y 11 años se identifican.
- Establecer que han aprendido del video animado “3 Súper Reglas” los niños de la Unidad Educativa.
- Conocer si los mensajes del spot “3 Súper Reglas” generaron cambios en el comportamiento de los niños y niñas de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez.

METODOLOGÍA

El enfoque metodológico que se utilizó en esta investigación corresponde al cualitativo, ya que aporta datos necesarios que permiten comprender las características o cualidades de una problemática, para comprender la relación generada entre las variables de estudio y su influencia sobre una determinada población de estudio (Garcés, 2010). De esta forma, el enfoque cualitativo es flexible, ya que el investigador tiene acceso a varias experiencias por lo que la investigación adquiere un campo más amplio para indagar sobre la información que se desea analizar.

Por otra parte, la técnica utilizada corresponde al grupo focal, herramienta que permite recopilar “datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática con el fin de que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes” (Escobar & Bonilla, 2013, pág. 52).

No obstante, y debido a la edad de los niños y niñas con los cuales se va a trabajar se formará grupos de seis participantes con quienes se dialogará de una manera sencilla y dinámica, incluyendo actividades lúdicas. Para la elaboración de cada ficha del grupo focal se contará con la ayuda de profesionales en la rama de Psicopedagogía y Educación Básica, quienes establecerán parámetros para aplicar dicha técnica que permita recolectar información para analizar el tipo de percepción generada en este grupo de niños y niñas de 10 y 11 años, a partir de la observación del video animado “3 Súper Reglas”.

CAPÍTULO I

RECEPCIÓN DE AUDIENCIAS Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

1.1. Recepción de Audiencias

1.1.1. Definición

La recepción de audiencias se constituye como una multidisciplina que tiene por objetivo fundamental analizar y comprender desde una perspectiva integral, las diversas interacciones y los efectos que se producen sobre determinados sectores de audiencias, para lo cual se toma en consideración elementos comunicacionales como los contenidos, lenguajes, formatos y los discursos emitidos en cada medio de comunicación (Jacks et.al. (2011).

Por su parte autores como Bonilla et. al. (2012) sostienen que la recepción de audiencias se establece como un campo de estudio que se ha transformado históricamente, debido a fenómenos vinculados con la aparición de las tecnologías de información y comunicación, que han dado lugar a la generación de nuevos roles por parte de las audiencias, a tal punto que ahora cuentan con la posibilidad de ser productoras de contenidos, dejando a un lado la idea inicial de ser receptoras de contenido, sin contar con la oportunidad de generar alguna clase de reacción ante la información recibida por uno u otro canal.

Martín Barbero a través de las investigaciones desarrolladas en materia de recepción en América Latina señala que debido a la presencia de la tecnología, las audiencias han dejado de ser aquellos colectivos humanos pasivos receptores de un mensaje emitido por un medio de comunicación, para convertirse en actores responsables de nuevas prácticas comunicacionales, dando paso a una mutación cultural que se transforma debido a sus creencias, motivaciones e inquietudes, así como su grado de alfabetización digital.

Desde otra perspectiva autores como Scolari (2012) afirman que uno de los cambios más importantes desarrollados en torno a los estudios de recepción de audiencias se centra en la

comprensión de todo el proceso que se lleva a cabo, y no únicamente en el rol desempeñado por el emisor, razón por la cual en la actualidad lo que interesa son las mediaciones y no las acciones desempeñadas por el medio como tal, además de que es fundamental centrarse en lo que las personas hacen respecto a los contenidos y la información que reciben, y no únicamente en los contenidos.

Martín Barbero señala además que, en los últimos años, la recepción de audiencias se ha constituido como un campo de estudio complejo y objetivo que ha cobrado fuerza en el contexto latinoamericano, centrandose su interés en analizar el rol de las audiencias como comunidades interpretativas que reaccionan ante la información recibida, a partir de sus propias características, necesidades, nivel de educación y el mismo contexto en el cual se produce el acto comunicativo (Bonilla y otros, 2012).

De esta manera y tomando como referencia lo planteado por los autores, la recepción de audiencias se define como un campo de estudio que ha experimentado importantes transformaciones al respecto, ya que en la actualidad se interesa por las reacciones generadas por las audiencias y no únicamente por los contenidos emitidos por un medio de comunicación, razón por la cual es una herramienta fundamental dentro del campo de la cultura para comprender la relación generada entre las personas y la información que adquieren a través de distintos medios, incluyendo sus principales aplicaciones como ocurre en el contexto de la educación.

1.1.2. Proceso de recepción

Desde la perspectiva de autores como Gómez (2013), el proceso de recepción es complejo ya que se encuentra condicionado por un conjunto de factores vinculados a las audiencias y sus propias características como sujetos, tal como su posición social, su historia, su educación, diversidad cultural, así como sus propios intereses y deseos, razón por la cual distintos elementos del contexto y el entorno pueden influir en la manera en que perciben un mensaje.

Martín Barbero sostiene además que el proceso de mediación se lleva a cabo a partir de elementos propios vinculados a cada persona como su posicionamiento político, género, identidades, etnias, instituciones y movimientos sociales a los cuales pertenece, entre otros aspectos, desde los cuales construye sus propios significados a partir de la información que logra abstraer e interpretar, estableciendo así su interacción con un medio de comunicación (Bonilla y otros, 2012).

Además como lo sostiene Scolari (2012), el proceso de recepción se lleva a cabo a partir de un conjunto de etapas mediante las cuales las audiencias llegan a interpretar un mensaje que ha sido extraído de un medio en particular, tal como se puede observar en la siguiente tabla:

Etapas	Características
Acción	Acción que asume la audiencia como mirar con atención la televisión o prestar atención al programa de radio.
Argumento	Asimilación del contenido que se presenta por parte de la audiencia.
Actitud audiencia	Que puede ser activa al comprender el mensaje, interactuar con su significado, o por el contrario no prestar atención.
Criterio	Se remite al nivel de eficiencia y el tipo de transmisión generado en torno al mensaje.
Interpelación	Actividad que se lleva a cabo respecto a un programa, su contenido, o un argumento específico.
Impacto	Reacción que suscita en la audiencia, ya sea positiva o negativa.
Valor	Interpretación que establece la audiencia, a través de acciones como el reconocimiento, la asimilación con una experiencia propia y la consolidación de un significado propia en un contexto de la vida real.

Tabla 1. Proceso de recepción
Fuente: (Scolari, 2012, p. 77)

De esta manera como se puede apreciar en esta tabla, el proceso de recepción es complejo, ya que en cada una de las etapas existen varios factores que pueden condicionar esta actividad, incluyendo al contexto que rodea a cada audiencia, además de tomar en cuenta aspectos vinculados con su propia identidad, incluyendo aspectos culturales, sociodemográficos, o conductuales que influyen de manera directa en la interpretación de la información obtenida.

1.1.3. Imaginarios y representaciones sociales

De acuerdo a investigadores como García (2015), otro de los elementos que guarda relación con el proceso de la recepción se encuentra vinculado con los imaginarios y representaciones sociales de las audiencias, aspecto que se constituye como el conjunto de representaciones que se consolidan a nivel colectivo y que dirigen los sistemas de integración social e identificación de las personas, razón por la cual ejercen influencia sobre la forma en que se percibe un mensaje.

Como lo señala esta autora, las representaciones que se generan en torno a los distintos sucesos no siempre son los mismos, ya que las personas decodifican la información de acuerdo a su propia percepción, razón por la cual las representaciones que se generan constituyen un elemento con una fuerte influencia simbólica e ideológica que varía entre un individuo y otro, razón por la cual se convierten en un elemento decisivo al momento de interpretar un mensaje o contenido que se transmite por un medio de comunicación.

La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, y liberan los poderes de su imaginación. (Velázquez, 2013, p. 3)

En cambio, los imaginarios se constituyen como aquellas percepciones que el ser humano establece respecto a sí mismo, a partir de sus propias características físicas y psicológica, su pertenencia a un colectivo social, influenciados por factores exógenos como la cultura, y otras

instituciones sociales como la misma familia, la religión, entre otras, influyendo de manera directa en la forma en que perciben la realidad que los rodea (Velázquez, 2013).

Como se puede apreciar entonces, los imaginarios y las representaciones sociales se constituyen como elementos que influyen directamente en la manera en que las personas perciben un mensaje, lo decodifican, e interpretan, razón por la cual para los estudios de recepción resulta fundamental tomar en cuenta estos elementos al momento de analizar la forma en que un mensaje es asimilado por un colectivo humano, además de tomar en cuenta otros aspectos como el contexto en el cual se produce dicha acción, así como las características particulares de las personas que pueden influir directamente en este fenómeno, sobre todo si se toma en consideración rasgos como la edad.

1.1.4. Percepción del receptor

Como lo señala Scolari, una de las contribuciones más significativas de las investigaciones realizadas por autores como Jesús Martín Barbero o Néstor García Canclini respecto a los estudios de recepción constituye su interés en analizar las características de las audiencias, así como los roles que desempeñan al momento de codificar los mensajes transmitidos a través de un medio de comunicación.

Precisamente por este motivo, dentro del campo de los estudios de recepción, la percepción de las audiencias es un elemento que se encuentran influenciado por factores internos y externos, que indudablemente condicionan la manera en que interpretan un mensaje, motivo por el cual es fundamental comprenderlos.

En el caso de los factores externos se encuentra la influencia que las instituciones tienen sobre un individuo, empezando por la familia, que se encarga de transmitir a sus integrantes un conjunto de valores y creencias que influirán en su vida, y la manera en que interpretan la realidad. De igual forma otras instituciones que influyen corresponden a los compañeros del entorno escolar, de trabajo, así como aquellos grupos de referencia con los cuales una persona se identifica, aunque no necesariamente pertenezca a los mismos, como partidos políticos, etnias,

colectivos religiosos, así como culturas y subculturas, que establecen comportamientos, normas, valores e ideologías, que sus integrantes comparten de manera voluntaria (García, 2015).

En cambio, los factores internos se encuentran vinculados a aquellas conductas o comportamientos del receptor que provienen de su propia personalidad y que por lo tanto lo hacen único respecto a lo que siente, piensa y decide. Precisamente entre estos aspectos se pueden mencionar a características personales como el género, edad, su entorno familiar, el tipo de educación recibida, así como el estilo de vida desarrollado (García, 2015).

Debido a la complejidad que supone comprender las reacciones generadas por las audiencias, la recepción de audiencias es un campo que se interesa por comprender las reacciones que las personas establecen en cuanto a los contenidos mediáticos que reciben, buscando comprender “los procesos, mecanismos y efectos de los medios a corto, medio y largo plazo, tanto desde perspectivas comunicacionales, psicológicas individuales o colectivas, como desde aquellas de la sociología, la psicología social, la antropología o la perspectiva cultural” (Bermejo, 2018, p. 129).

Por su parte, García (2015) señala que el proceso de percepción del receptor se encuentra condicionado por dos aspectos fundamentales: fisiológico y selección de la información. En lo que respecta al primero de ellos, la percepción puede ser influenciada por el conjunto de estímulos que las personas registran mediante el uso de sus sentidos, y las diversas predisposiciones vinculadas a sus aprendizajes y expectativas.

En cuanto a la selección de la información, los receptores toman lo que les interesa de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, para posteriormente interpretarlos de acuerdo a sus significaciones y representaciones, razón por la cual este acto es único y específico en cada persona, que se verá influenciado por sus características físicas y psicológicas como anteriormente se ha mencionado.

1.2. Comunicación audiovisual

Por comunicación audiovisual se comprende al conjunto de medios, contenidos y mensajes que se transmiten a las audiencias a partir de elementos como la imagen y el sonido, y que con el paso del tiempo se han ido transformando debido a la incorporación de la tecnología, así como el interés del ser humano en fortalecer los procesos de intercambio de información, razón por la cual en la actualidad existen diversos instrumentos y aplicaciones que forman parte de este campo de estudio (Carpio, 2015).

Otros autores como Camps (2014) afirman que la comunicación audiovisual se caracteriza por el intercambio informativo a través de los sentidos, en especial de la vista, razón por la cual “tiene potencialidades persuasivas y seductoras más intensas y, por tanto, una gran capacidad de producir imaginarios colectivos y de influir en los comportamientos de la gente” (p. 1), aspecto que demuestra la enorme influencia que ha cobrado en la actualidad, en especial, en el contexto de los denominados medios masivos.

La comunicación audiovisual utiliza un nuevo lenguaje tan necesitado de un aprendizaje específico como el lenguaje escrito. No sólo hay que saber de qué manera se produce técnicamente un determinado mensaje para conseguir los efectos previstos, sino que también hay que preparar al receptor de los mensajes para que sepa establecer distinciones y mostrarse activo y crítico. Dado que la acción comunicativa tiene un componente de manipulación siempre posible y que se da en un contexto totalmente mercantilizado, es razonable pensar que la educación no puede permanecer ajena o ignorante ante las posibles perversiones de la comunicación audiovisual que puedan enturbiar una socialización adecuada de la infancia y la juventud. (Camps, 2014, p. 1)

Por lo referido, la comunicación audiovisual se constituye como una de las formas más innovadoras de informar e influir en los procesos de percepción de las personas, debido a la manera en que hace uso de la imagen y del sonido, motivo por el cual los mensajes que se construyen deben tomar en consideración las audiencias a las cuales se dirige, ya que en muchas ocasiones algunos elementos pueden resultar inadecuados o de difícil comprensión, afectando a la comprensión del contenido.

1.2.1 El acto comunicativo

El acto comunicativo se constituye como la actividad mediante la cual un emisor transmite un mensaje dirigido a otra persona o una audiencia, generándose el intercambio de información que depende de distintos factores inherentes a un determinado contexto como el canal por el cual se lleva a cabo dicha acción, así como la capacidad de decodificación de los interlocutores, que puede verse alterada de acuerdo a sus propias características físicas y psicológicas.

Por esta razón para autores como el lingüista Jakobson (1960), cada uno de los elementos que intervienen en el acto comunicativo desempeña una función que incide en la interacción entre los participantes, razón por la cual es fundamental abordar cada una de ellas tal como se explica en la siguiente tabla descrita a continuación.

Funciones	Descripción
Función referencial	Se remite a todos aquellos elementos externos y propios del contexto que influyen en el acto comunicativo, razón por la cual se centra en la función denotativa del lenguaje con el objetivo de brindar información objetiva que da cuenta de la realidad.
Función emotiva	Tiene relación con la actitud del receptor o las audiencias y en la forma como se manifiesta, ya sea mediante emociones que pueden ser sinceras o falsas, pero que condicionan el acto comunicativo.
Función conativa	Se centra en quien emite el mensaje y brinda una respuesta al receptor o una audiencia en cuanto se genera el acto comunicativo, para lo cual se hace uso de expresiones gramaticales como los imperativos o las interrogaciones a fin de generar un intercambio informativo al respecto.
Función fática	Se encuentra direccionada a comprobar que el canal y por ende el acto comunicativo está funcionado de forma correcta

	entre el emisor y el destinatario, a fin de continuar o interrumpir la actividad comunicacional.
Metalingüaje	Se interesa en la manera en que se está utilizando el código, contribuyendo a que los actores que intervienen en el acto comunicativo sean capaces de entender los mensajes que están transmitiendo entre sí.
Función poética	Se centra en el mensaje como tal, tomando en consideración la forma en que se expresa, es decir desde la estética, tal como suele utilizarse en los textos literarios.

Tabla 2. Funciones acto comunicativo
Fuente: (Jacobson, Ensayos de Lingüística General, 1960)

De esta manera, el acto comunicativo es un proceso que se encuentra condicionado por las funciones que desempeñan cada uno de los actores que intervienen en dicho proceso, además de tomar en consideración el contexto en el cual se producen los mensajes, y que puede facilitar o dificultar el intercambio informativo, tal como ocurre con el caso de los contenidos audiovisuales, que en ocasiones resultan de difícil comprensión para determinadas audiencias como puede ocurrir con el caso de los niños y niñas.

Por su parte, Gómez (2018) afirma que el acto comunicativo es una actividad de interrelación social en la cual convergen dos o más actores que codifican un mensaje a partir de distintas señales sensibles o materiales establecidas convencionalmente, y que se definen como indicios artificiales percibidos por los sentidos, que generan distintas formas de interpretar la realidad que rodea a cada persona.

De esta forma, las señales se convierten en el puente que une a dos actores en el acto comunicacional, y que se generan en un contexto mediado por distintos elementos como la cultura, la educación, y la misma personalidad del individuo, que pueden limitar el intercambio de información, más aún si el receptor o las audiencias desconocen el código que se está manejando, dificultando inclusive el proceso de interpretación.

Por lo referido, el acto comunicativo es una actividad compleja, donde la percepción del receptor desempeña un papel clave, así como los recursos que se utilizan en la transmisión de un mensaje, y el contexto en el cual se desarrolla dicha actividad, pues se constituye como el referente que permite la comprensión de las representaciones que se establecen sobre la realidad y que se consolidan de manera colectiva, razón por la cual es fundamental el uso de un código común entre quienes forman parte de esta acción lingüística social.

1.2.2. Simbología del mensaje

Dentro del intercambio comunicativo desarrollado mediante el uso de mensajes se encuentran presentes todo un conjunto de símbolos que dan cuenta de las representaciones de las cosas y las personas que forman parte de la realidad, así como de una idea significada que puede provocar distintas interpretaciones de acuerdo al contexto en el cual se lleve a cabo el acto comunicacional (García, 2015).

El mensaje es un elemento de la comunicación que se encuentra integrado por símbolos que dan cuenta de un significado que es interpretado por los receptores, y cuyo sentido se establece en las intenciones que se desea comunicar, así como en su expresión simbólica, ya que en criterio de García (2015):

El sentido de un mensaje tiene o encuentra siempre una expresión simbólica y las intenciones, para tener claridad, tienen que adoptar siempre una forma simbólica y ser expresadas o manifestadas. Así mismo, estas manifestaciones o expresiones pueden ser verbales y también extraverbales, es decir, pueden adoptar la forma de una acción o de una expresión ligada al cuerpo, de una representación artística o musical. Por lo tanto, todo acto comunicativo está ligado a un proceso sígnico o de representación. (p. 5 – 6)

Respecto a ello, otros autores como Barthes (1993) manifiesta que los mensajes se encuentran integrados por dos planos: el denotativo que expresa el contenido literal de lo que se desea comunicar, y lo connotativo que se remite a aquello que la persona interpreta de acuerdo a sus propias creencias, conocimiento, cultura o sus mismos intereses. No obstante, para que exista una adecuada comprensión de un contenido es necesario que exista un equilibrio en cuanto al uso de símbolos en un mensaje, ya que de lo contrario el proceso de codificación respecto a lo que se

desea comunicar resulta difuso, así como la interpretación del receptor, que por su naturaleza puede resultar polisémica, pero que guarda cierta relación con el contenido y su denotación.

1.2.3. Elementos comunicativos

El proceso comunicativo no sería posible sin la intervención de algunos elementos fundamentales como el emisor, receptor, mensaje, canal, contexto y código, razón por la cual es necesario abordar cada uno de ellos para comprender su funcionalidad y características a nivel comunicacional.

Para empezar, se debe señalar que el emisor se constituye como el elemento o la fuente donde se crea un mensaje para lo cual establece un contenido y lo codifica en un conjunto de símbolos y signos que se transmiten por un canal, con el objetivo de comunicar algo de manera específica hacia una persona o un conjunto, tal como se efectúa con el caso de las denominadas audiencias que comparten algunas características en común (Santos, 2012).

El receptor se define como aquel elemento que recibe el mensaje y que debe codificar los signos y símbolos que se transmiten de acuerdo a su nivel de conocimiento y el código que se comparte entre ambas partes. Sin embargo, el proceso de interpretación que lleva a cabo el receptor se encuentra influenciado por distintos aspectos propios como sus experiencias, cultura, educación, edad, entre otros aspectos que pueden condicionar la manera en que percibe un mensaje (Conca, 2016).

El mensaje se constituye como el conjunto de signos y símbolos que se combinan a partir de distintas reglas que establecen un código común que debe ser compartido por el emisor y el receptor para que pueda ser comprendido e interpretado. Además, para que el mensaje pueda ser comunicado requiere de un canal que debe facilitar la entrega de la información con la menor cantidad de errores posibles, ya que de ello depende la adecuada interpretación respecto a la información que se transmite (Santos, 2012).

Sin desviarnos demasiado en los elementos que constituyen el habla y las cadenas significantes, podemos resumir lo anterior: cuando expresamos una idea, creamos un mensaje; para que éste sea comprensible y decodificable, siempre recurrimos a los signos. Como emisores, nosotros elegimos, conforme a ciertas reglas, los signos que, sabemos, comunican lo que nosotros queremos. Para que el mensaje sea entendido correctamente por nuestro receptor, debe estar ordenado conforme ciertas reglas. No debemos olvidar que los mensajes también pueden contener otra clase de signos que resultan igualmente significativos para la comunidad que los usa: los gráficos, por ejemplo, también contienen significados que varían según el tiempo y el espacio. (Santos, 2012, p. 14)

El canal se remite al elemento mediante el cual se transmiten los mensajes desde el emisor hacia el receptor, y éste puede variar dependiendo del grupo de personas a quienes se desea enviar un contenido, tal como ocurre con el caso de los medios de comunicación y los recursos que utilizan al respecto. No obstante, es importante elegir los canales adecuados, ya que de esta manera se fortalece el acto comunicativo, evitando la presencia de ruidos o alteraciones que podrían influir negativamente sobre la transmisión de un mensaje y su posterior codificación (Cañas, 2010).

Por contexto se comprende al conjunto de circunstancias que rodean al acto comunicativo y que pueden influir de manera directa en la construcción de un mensaje por parte del emisor, así como en la forma que el receptor lo interpreta y decodifica, sobre todo si se toma en consideración los signos y símbolos que son parte de un código común (Cañas, 2010). Es importante puntualizar que debido a que el acto comunicativo es una actividad social que se lleva a cabo entre dos o más individuos, el contexto desempeña un papel clave en la interpretación de un mensaje, ya que puede condicionar las experiencias de un individuo, y por ende su forma de percibir la realidad que lo rodea, razón por la cual aspectos como el tiempo, espacio, cultura, educación son aspectos que influirán en el significado del mensaje transmitido.

Finalmente, el código se constituye como el “conjunto de signos y las reglas de combinación de esos signos que permiten cifrar o codificar el mensaje. Mediante el código, el emisor transforma la información en un determinado mensaje, es decir, codifica la información” (Cañas, 2010, p. 22). Se debe agregar que el código se constituye como el elemento común entre el emisor y el receptor, y por lo tanto es fundamental que ambas partes lo compartan, ya que de lo contrario se genera un enorme grado de dificultad respecto a la transmisión y decodificación

de un mensaje, tal como suele producirse entre dos personas que no comparten un mismo idioma.

De esta manera como se puede comprender, cada uno de los elementos mencionados desempeña una función clave en el proceso de comunicación, razón por la cual es fundamental tomar en cuenta el rol que cumplen respecto a los demás, ya que se trata de una actividad integral, en la cual no se puede descartar a ninguno, ya que ello implicaría una ruptura respecto al acto comunicativo, dificultando los procesos de intercambio informativo generado entre dos o más individuos.

1.2.4. Video animado

Por video animado se comprende al conjunto de imágenes que se reproducen en secuencia, acompañados por sonidos propios del ambiente, música, voces, entre otros, que tienen como objetivo transmitir un mensaje mediante la animación de distintos elementos como figuras, personajes, animales, escenarios, que se construyen de acuerdo a un objetivo en particular, así como las audiencias a quienes se dirige un contenido (Calles y Flores, 2013).

Otros autores como Szulak (2014) señalan que el video animado se establece como:

Una secuencia de imágenes fijas tomadas sucesivamente durante un lapso determinado a una velocidad específica de modo que al ser reproducidas a esa misma velocidad generan en el ser humano la sensación de una imagen en movimiento. En la mayoría de los casos, esas imágenes van acompañadas por audio. Esta técnica se sostiene en lo que se conoce como Persistencia de la Visión (POV) que es la capacidad del ojo y el cerebro humano para interpretar imágenes estáticas sucesivas como si fueran continuas. (p. 1)

Complementando a estas definiciones, Morales (2015) sostiene que el video animado se constituye en una herramienta que aprovecha de la tecnología para generar contenidos apoyados en la imagen y el video para transmitir distintos conocimientos, razón por la cual es común su uso dentro del contexto educativo, en especial en la educación infantil, debido al interés que despierta en sus audiencias, convirtiéndolo en un recurso clave en su proceso de aprendizaje.

Tomando en cuenta lo referido por los autores, el video animado se constituye en un recurso que, a partir del uso de imágenes, sonido y otros elementos interactivos, transmite distintos contenidos que se encuentran dirigidos a una audiencia en particular, tal como es el caso de la población infantil, en quienes se despierta su interés mediante esta clase de materiales didácticos que se vienen utilizando en la actualidad, gracias a la implementación de las tecnologías de información y comunicación.

1.3. Educomunicación

1.3.1. Definición

De acuerdo a la perspectiva de autores como Espuñes (2015), la educomunicación se remite a todas las actividades mediante las cuales se fomenta la enseñanza y el aprendizaje, para lo cual se hace uso de distintos medios de comunicación con el objetivo de generar un aprendizaje más interactivo que permita la participación de las personas en toda clase de contexto, dando lugar a experiencias significativas y reflexivas sobre los conocimientos adquiridos.

Otros autores como Parra (2000) señalan que la educomunicación se establece como:

Una disciplina que sintetiza las ciencias de la comunicación y de la educación, (...) que fomenta prácticas pedagógicas, mediante las cuales los estudiantes puedan sacar provecho del consumo libre de materiales, mensajes, contenidos e imágenes que proporcionan los medios masivos o la interacción comunicativa en los espacios pedagógico – educativos. (p. 142 – 143)

Desde otra perspectiva, autores como Zecchetto (2011) sostienen que desde una perspectiva latinoamericana, la educomunicación se concibe como un proceso más amplio, creativo y participativo, que no solo se centra en el contexto educativo, ya que forma parte de las expresiones populares de la vida, ya que mediante el uso de los medios de comunicación, las personas adquieren información relevante sobre distintos aspectos de su cotidianidad, razón por la cual se convierten en un instrumento para adquirir una mayor liberación y dignidad social.

Teniendo en cuenta lo planteado por estos autores, la educomunicación se establece como una disciplina mediante la cual los medios de comunicación se convierten en herramientas educativas que buscan promover una mayor interacción en el proceso de aprendizaje de las personas, promoviendo su participación y el desarrollo de experiencias significativas para su vida, contribuyendo a un proceso de conocimiento integral y reflexivo.

1.3.2. La educomunicación en el país

De acuerdo a investigaciones desarrolladas por autores como Cárdenas y Chune (2014), en Ecuador el desarrollo de la educomunicación es un campo todavía inexplorado, ya que el uso de medios de comunicación para fomentar los procesos de aprendizaje aún son muy limitados, debido a que la mayoría de empresas se han centrado en la elaboración y presentación de programas destinados a la industria del entretenimiento.

Sin embargo, y mediante la creación de canales estatales como Ecuador TV, el fenómeno de la educomunicación ha empezado a fortalecerse mediante la implementación de una programación destinada a la transmisión de contenidos educativos dirigidos a distintas audiencias, ya que incluso se ha fomentado la producción nacional. Además, otro de los hitos en cuanto a materia de educomunicación en Ecuador corresponde a la creación de proyectos como “EDUCA”, “Televisión para aprender”, el cual fue creado por el Ministerio de Educación, durante el gobierno del presidente Rafael Correa con el objetivo de fortalecer los procesos educativos y el desarrollo dentro de las instituciones educativas ecuatorianas.

Salas (2013) por su parte refiere que en Ecuador se han desarrollado algunas actividades que se constituyen como antecedentes de la educomunicación, entre los que se pueden señalar a la fundación de la Cinemateca en 1966 en la Casa de la Cultura, con el objetivo de programar distintos eventos a través de los cuales se buscaba fomentar los procesos de aprendizaje de las personas, mediante cine foros y otra clase de eventos que se siguen realizando en la actualidad.

Desde la perspectiva de autores como Castro (2016), el fenómeno de la educomunicación empieza a gestarse en América Latina durante la transición entre la década de los setenta y

ochenta, donde empieza a manifestarse los primeros intentos de vincular a los medios de comunicación con el contexto educativo; no obstante en el caso del Ecuador, esta disciplina aparece de forma tardía, hasta tal punto que apenas en los últimos diez años se ha generado un interés por utilizar esta clase de recursos con intereses informativos y educativos, tal como el caso de campañas informativas sobre temas de seguridad, prevención de violencia, ambiente, política, entre otros temas.

En este sentido, el programa “EDUCA”, Televisión para aprender” es uno de los mejores ejemplos vinculados al contexto de la educomunicación en el Ecuador, que ha dado lugar a otros proyectos como los generados en la actualidad, tal como lo viene realizando la Secretaría Nacional de Comunicación del Estado (2017), a través de distintos formatos, incluyendo a medios como la radio y la televisión.

1.3.3. La educomunicación y la producción audiovisual

La producción audio visual es un elemento clave en el proceso de educomunicación, debido principalmente a que en la actualidad se ha convertido en uno de los instrumentos de mayor incidencia en la formación de las personas, debido a la fusión entre imagen y sonido que despierta su interés, además de lo sencillo que resulta la asimilación de los contenidos que se presentan en cada uno de sus formatos Salas (2013).

Al respecto de ello, Cárdenas y Chune (2014) sostienen que otra de las ventajas de hacer uso de la producción audiovisual como recurso educativo corresponde a que se trata de un medio socializador y comunicativo privilegiado dentro de la sociedad ecuatoriana, debido a que la mayoría de hogares cuentan con recursos como un televisor o un computador mediante los cuales se puede disfrutar sus contenidos, razón por la cual se vuelven de fácil acceso, contribuyendo a despertar el interés de sus audiencias, sobre todo, si los programas establecen un uso dinámico de diversos elementos visuales y sonoros.

Orozco (1996) sostiene además que otra de las causas por las cuales las producciones audiovisuales han cobrado un papel clave dentro de la educomunicación se debe a su capacidad

de reproducir la realidad con mayor fidelidad, además que dan paso a la generación de una serie de reacciones en las audiencias, algunas de tipo racional, mientras que otras son emotivas, razón por la cual se constituyen en uno de los medios que poseen un mayor grado de impacto al momento de educar.

Por lo referido, entre producción audio-visual y educomunicación existe una relación importante que ha dado paso a que, en muchos países, incluyendo Ecuador se utilice esta clase de recurso para transmitir distintos contenidos, sobre todo en casos coyunturales, ya que muchos de los productos creados responden a un interés, tal como lo sucedido con el video animado “3 Súper reglas” que se analiza en esta investigación.

1.4. Abuso infantil

1.4.1. Definición

Autores como Capolupo (2007) señalan que por abuso infantil se comprende a todo acto de violencia física o psicológica por la cual una persona adulta se aprovecha de un niño o niña, quien no puede comprender la gravedad de dicha situación, debido a su desconocimiento, razón por la cual termina siendo agredido por varias ocasiones, sobre todo cuando el agresor forma parte de su círculo familiar o social.

Otra definición sobre abuso infantil la propone la Organización Mundial de la Salud (2018) que refiere que se trata de una problemática social mediante la cual se confieren distintas formas de maltrato y desatención a la población infantil, incluyendo acciones de violencia física, psicológica, sexual o negligencia, que provocan diversos daños en la salud del infante, afectando a su dignidad y supervivencia.

Esta misma organización señala que de acuerdo a cifras recolectadas en el mundo entero, una cuarta parte de la población adulta manifiesta haber sufrido maltrato físico, aspecto que se debe a distintas causales como los patrones culturales y la educación recibida por los progenitores, el consumo de alcohol y otra clase de estupefacientes, normas sociales y culturales

que influyen sobre una determinada comunidad, así como otros aspectos vinculados a la personalidad de la persona que es responsable del cuidado del niño o niña.

Otros investigadores como Cortés (2011) puntualizan que el abuso infantil se encuentra vinculado a dos variables: coerción y asimetría de edad. En el caso de la primera, esta se remite al hecho de que, mediante la imposición de fuerza física, presión o engaño, el agresor comete actos de violencia contra el infante, provocándole distintos efectos que conducen al deterioro de su vida, seguridad y estabilidad.

En cambio, al referirse a la variable de asimetría de edad, esto conlleva a que el niño y la niña se encuentran en desventaja frente a sus agresores, ya que no cuentan con una verdadera libertad de decisión debido a su edad y la falta de experiencias respecto a las personas adultas, razón por la cual son fácilmente manipulados y amenazados, dando paso a cuadros de abuso de todo tipo, sin que tengan las condiciones para protegerse o escapar de dicha situación.

1.4.2. Tipos de abuso sexual

Lago y Céspedes (2016) manifiestan que el abuso sexual se clasifica en varios tipos tal como se los define en la siguiente tabla:

Tipos de abuso	Descripción
Con contacto físico	<p>Se evidencia mediante las siguientes acciones: violación: penetración en la vagina, ano o boca, con cualquier objeto. Contacto genital oral.</p> <p>Penetración digital: inserción de un dedo en la vagina o en el ano.</p> <p>Penetración vaginal o anal con el pene.</p> <p>Penetración vaginal o anal con un objeto.</p> <p>Caricias: tocar o acariciar los genitales de otro, incluyendo el forzar a masturbar para cualquier contacto sexual, exceptuando la penetración.</p> <p>Sodomía o conductas sexuales con personas del mismo sexo.</p> <p>Involucramiento del niño en contactos sexuales con animales.</p>

Sin contacto físico	Propuestas verbales de actividad sexual explícita. Exhibicionismo: acto de mostrar los órganos sexuales de una manera inapropiada. Obligar a los niños a ver actividades sexuales de otras personas. Ejemplo: padres u otras personas que impliquen a los niños en la observación de coito o ver pornografía.
Explotación sexual	Implicar a menores de edad en conductas o actividades relacionadas con la producción de pornografía. Promover la prostitución infantil o el turismo sexual.
Culturales	Ablación quirúrgica del clítoris. Casamiento de niños sin su consentimiento. Rituales satánicos.

Tabla 3. Tipos de abuso sexual
Fuente: (Lago y Céspedes, 2016, p. 17)

Tal como se aprecia en la tabla 3, existen cuatro formas de abuso sexual que pueden afectar a la población infantil, razón por la cual los síntomas que se evidencian pueden variar en cada caso debido a la manera en que se agrede al niño y niña, así como el tiempo en que se perpetúe dicho delito, razón por la cual el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2016) señala que es fundamental que tanto las familias como las instituciones educativas se preocupen por mantenerse alerta ante cualquier síntoma que podría presentarse en el niño o niña, y asumir acciones inmediatas para contribuir con su protección.

1.4.3. Consecuencias

De acuerdo a las investigaciones desarrolladas por Cantón y Cortés (2015), aquellos niños y niñas que han sido abusados sexualmente enfrentan un conjunto de consecuencias tanto a corto como a largo plazo.

Entre las consecuencias más frecuentes a corto plazo se deben señalar manifestaciones de ansiedad, miedo, dificultades para dormir, conductas agresivas hacia otras personas, depresión, baja autoestima, fobias, trastorno de pánico o trastorno obsesivo compulsivo, “problemas somáticos como enuresis, encopresis, dolores de cabeza y dolores estomacales), retrasos en el

desarrollo, problemas internalizantes (especialmente ansiedad y retraimiento), y especialmente, trastorno de estrés post-traumático y conducta sexualizada (por ejemplo, masturbación excesiva o en público)” (Cantón y Cortés, 2015, p. 553).

En cambio, las consecuencias a largo plazo se evidencian en disfunciones sexuales, así como trastornos disociativos y de personalidad como el antisocial, dependiente, evitativo y esquizoide. Además, el abuso sexual puede dar lugar a consecuencias físicas como “la aparición de problemas graves de salud como trastornos somáticos, dolores crónicos y trastornos gastrointestinales y de la alimentación, náuseas, dolor de articulaciones y fatiga” (Cantón y Cortés, 2015, p. 554).

Por esta razón, Pereda (2010) manifiesta que ante las diversas consecuencias que el abuso sexual genera en la población infantil es necesario contar con un proceso de apoyo integral que permita a la víctima afrontar de la manera más adecuada los efectos experimentados tanto a nivel psicológico, físico, conductual, social y emocional, además de contar con el apoyo de la familia, y el entorno educativo, ya que solo de esta manera el niño o la niña sienten que se encuentran apoyados y que por tanto, pueden enfrentar esta situación de la mejor forma, en un ambiente lleno de seguridad.

1.4.4. Prevención

La prevención se constituye como una de las actividades claves para disminuir los casos de abuso sexual infantil, ya que en criterio de Horno, Santos y Del Molino (2012), la entrega de información oportuna, así como un trabajo integral desarrollado entre la familia y el entorno educativo, contribuye a proteger a niños y niñas de esta clase de delitos a los que se encuentran expuestos en distintos contextos, incluyendo su propio hogar.

Por esta razón, uno de los ejes claves de la prevención corresponde a la educación para lo cual tanto los progenitores, así como docentes deben responsabilizarse por informar y hablar con los niños y niñas sobre esta clase de delito, además de enseñarles formas de actuar en caso de ser acosados sexualmente, motivándolos a denunciar dichas actuaciones y recurrir a las personas

responsables de su protección tanto en el entorno familiar como en el contexto educativo (Horno, Santos y Del Molino, 2012).

Es importante señalar que para efectuar las actividades de prevención contra el abuso sexual infantil, investigadores como Gil (2017) sostienen que es necesario establecer procesos de comunicación asertivos con los niños y niñas que les permitan comprender en profundidad la importancia de que se respeten sus derechos, además de denunciar a sus agresores, para lo cual es fundamental hacer uso de materiales educativos elaborados en un lenguaje adecuado para su edad y nivel cognitivo.

Además en criterio de esta autora, es fundamental generar campañas educativas mediante las cuales se promueva la defensa y cuidado de los niños y niñas, además de brindar información a los padres y madres para que puedan reconocer síntomas o evidencias de posibles casos de acoso sexual que podrían estar enfrentando sus hijos e hijas, así como guiar a los docentes a actuar de forma inmediata en caso de ser conscientes de este delito dentro de las instituciones educativas, ya que solo a través de un trabajo integral es posible cuidar de la población infantil y contribuir con el cumplimiento de sus derechos.

CAPÍTULO II

CAMPAÑA “AHORA QUE LO VES, DI NO MÁS”

2.1. Antecedentes

Uno de los acontecimientos que ha generado controversia en la opinión pública ecuatoriana corresponde a la visibilización de varias denuncias en contra de docentes de instituciones educativas acusados de cometer violaciones sexuales en contra de sus estudiantes, situación que ha puesto en alarma a las instituciones estatales, así como otros organismos internacionales responsables de la protección y cumplimiento de derechos de la población infantil.

Al respecto de ello, Unicef señala que dichos acontecimientos solo revelan una problemática latente en el mundo entero, incluyendo al Ecuador, donde:

Los datos son alarmantes, ya que la mayoría de casos no se registran, permanecen en silencio. Grant Leaity, representante de UNICEF en Ecuador afirma que el 65% de los casos de abuso sexual fueron cometidos por familiares y personas cercanas a las víctimas. Y de los familiares que abusaron, casi el 40% abusó varias veces de la misma víctima y el 14% lo hizo de manera sistemática, de acuerdo al estudio La Violencia de género contra las mujeres en el Ecuador: Análisis de los resultados de la Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres. Una de cada 4 víctimas de abuso sexual nunca avisó. Las víctimas se quedaron calladas por temor a represalias, vergüenza, impotencia o por miedo a las amenazas. Y de aquellas que avisaron, a una de cada 3 nunca le creyeron (...) Del total de casos de abuso sexual, solo el 15% fue denunciado, y solo el 5% sancionado, según datos del estudio antes citado. (Unicef, 2017, p. 1)

Debido a lo manifestado es que en el contexto ecuatoriano se plantea la necesidad de implementar políticas y estrategias direccionadas a intervenir sobre esta problemática que afecta a niños y niñas en todo el contexto nacional, para lo cual es fundamental incorporar actividades mediante las cuales se pueda visibilizar el abuso sexual infantil, denunciarlo y asumir medidas en contra de los agresores, además de contribuir con la protección de las víctimas, y garantizar un apoyo integral que les permita afrontar de manera eficiente dicha situación.

Precisamente una de las iniciativas implementadas al respecto corresponde a la creación de campañas informativas cuyo objetivo fundamental es educar a la población infantil sobre el abuso sexual, el respeto hacia su cuerpo, y las personas a quienes puede acudir en caso de ser víctima de esta clase de delito, para lo cual se ha establecido alianzas entre organizaciones y el Ecuador, a fin de sumar esfuerzos para intervenir respecto a esta situación de manera efectiva.

2.2. UNICEF y Ecuador Dice No Más

Debido al contexto anteriormente descrito, Ecuador ha establecido una alianza con UNICEF que es el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Este organismo fue creado en 1946 con el objetivo de atender a los niños y niñas que fueron víctimas de la Segunda Guerra Mundial. “En 1953, UNICEF se convirtió en organismo permanente de las Naciones Unidas. Desde entonces, su misión primordial ha sido velar por los derechos de todos los niños y niñas, especialmente de los más vulnerables y desprotegidos”. (Unicef, 2015)

En el país, Unicef constantemente trabaja tanto con organizaciones de Estado como con la sociedad en general, con el objetivo de atender el bienestar de los niños, niñas y adolescentes. Una vez más Unicef y organizaciones estatales se han unido para dar paso a la Campaña denominada “#AhoraQueLoVes #DiNoMás”, que surge del interés común de poner fin al abuso sexual, una de las peores formas de violencia contra niños y niñas. Dicha campaña se centra en “visibilizar el problema, movilizar a las personas para decir basta al silencio, unir esfuerzos y comprometer a la sociedad: familias, escuelas, gobiernos locales y gobierno nacional a tomar acciones para proteger a niños, niñas y adolescentes frente al abuso sexual” (Unicef, 2017, p. 1).

Además se debe mencionar que para lograr dicho objetivo, Unicef se unió a la organización “Ecuador Dice No Más”, que funciona sin fines de lucro, y que fue fundada por Paola Andrade Arellano y Ricardo Vélez Vélez, sobrevivientes del abuso sexual infantil que rompieron el silencio para darle voz a los que no tienen voz. Con estas palabras buscan hacer un cambio en el futuro de aquellas personas que han sido abusadas, además buscan que esto nunca se repita por lo cual tratan de “empoderar y apoyar a muchos más de 3’287.330 niñas, niños, adolescentes y sobrevivientes” (Ecuador dice no más, 2018).

Dicha organización forma parte de los aliados estratégicos de la campaña estadounidense “No More”, y que actualmente cuenta con el apoyo de innumerables celebridades ecuatorianas y medios de comunicación (Ecuador dice no más, 2016).



Imagen 1.El símbolo No Más.

Fuente: <http://ecuadordicenomas.com/> (2016)

NO MÁS es un símbolo que fue diseñado desde 2009 por los publicistas más reconocidos de USA con la finalidad de que represente cero violencia doméstica y cero abuso sexual. (Ecuador dice no más, 2016)

La organización “Ecuador Dice No Más” se encuentra fundamentada en cuatro objetivos fundamentales que se detallan a continuación.

1. Objetivo de Difusión: Que busca romper el silencio que rodea al Abuso Sexual. El primer paso, se lo da con esta campaña que permitirá a la opinión pública visibilizar y sensibilizarse sobre el tema; compartiendo estadísticas, formas de prevenir, enfrentar y educar para proteger a hijos e hijas, del abuso sexual.
2. Objetivo Jurídico, con la reforma a la ley que obligue a las escuelas a incluir en la malla curricular educación para la protección de la pureza de niños y niñas desde pre-kinder a 5to grado.
3. Objetivo Humano, con la creación nacional de grupos de autoayuda que permitan ayudar a sanar a los sobrevivientes de abuso sexual, de todas las edades.

4. **Objetivo Informativo:** Registrar en una memoria audiovisual el proceso de levantamiento de información sobre una problemática que debe ser expuesta de forma organizada para su estudio y análisis. Se prevé la producción de tres documentales que recojan la memoria perdida en “una epidemia” que se esparce con el silencio cómplice de todos. (Ecuador dice no más, 2018)

Como se puede apreciar, dicha organización ha sumado sus esfuerzos por implementar estrategias y actividades mediante las cuales se pueda contribuir a reducir el número de casos de violencia sexual para lo cual se ha recurrido al trabajo integral con Unicef, así como otros auspiciantes entre los que se encuentran medios de comunicación, instituciones gubernamentales, y empresas privadas, que han permitido la realización de productos comunicacionales como la campaña “Ahora que lo ves, di no más” que se explica a continuación.

2.3. Campaña “Ahora que lo ves, di no más”

El pasado 1 de junio de 2017, y a propósito de la conmemoración del Día Internacional del Niño y la Niña, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia presentó la campaña “Ahora que lo ves, di no más”, con el objetivo de poner fin al abuso sexual contra niños y niñas en todo el Ecuador.

Dicha campaña cuenta con el apoyo de distintas entidades gubernamentales como el Ministerio de Educación, Ministerio de Justicia, entre otros, medios de comunicación como Ecuavisa, TC Televisión, y empresas privadas, así como reconocidos artistas nacionales como “Israel Brito, Daniel Betancourt, Mirella Cesa, Karla Kanora, Andrés Gushmer, Úrsula Strengé, entre otros” (Cedeño, 2017).

Sobre esta campaña, Rossana Alvarado, Ministra de Justicia manifiesta que:

Es necesario visibilizar la situación a través de mecanismos judiciales que propicien el acercamiento a las víctimas, unir esfuerzos entre las familias, las instituciones educativas, los centros de salud, los gobiernos locales y el gobierno nacional, creando una red de protección para los niños, niñas y adolescentes; por ello Ecuador debe identificarse y comprometerse con la campaña, reflexionando sobre lo que la sociedad ha causado al clausurarle a los menores su derecho a hablar y, además, negarse a levantar la voz con ellos, para advertir sobre un crimen que difícilmente puede superarse; por el momento, se

ha logrado desnaturalizar la violencia y encender alertas a nivel de ciudadanía de que dichas prácticas no son naturales, pero siguen siendo permanentes y atraviesan todos los estratos sociales, lamentablemente se puede decir que “las violencias son democráticas”. (Cedeño, 2017)

De esta manera, la campaña se centra en la consolidación de un trabajo integral entre todas las entidades públicas y privadas, que mediante sus políticas y acciones puedan contribuir a la protección de niños y niñas, a través de todos los mecanismos y formas posibles, además de concientizar a la ciudadanía respecto a la deslegitimación de la violencia como una herramienta para la formación y educación de la población infantil.

2.3.1. Objetivo

El objetivo de dicha campaña es la creación “de una cultura de prevención y defensa de los niños, niñas y adolescentes que, sin importar su condición social o económica, se encuentran en constante riesgo de sufrir abuso sexual, muchas veces a manos de personas de su propio entorno” (Unicef, 2017, p. 1).

Además, la finalidad de la campaña es que “alzar la voz para que los niños, niñas y adolescentes dejen de ser víctimas de una de las peores formas de violencia” (Unicef, 2017, p. 1).

2.3.2. Público Objetivo

El público objetivo corresponde a familias, escuelas, gobiernos locales y gobierno nacional para que “tomen acciones para proteger a los niños, niñas y adolescentes frente al abuso sexual” (Unicef, 2017, p. 1).

2.3.3. Concepto y mensaje

El mensaje que se maneja en la campaña se enfoca a que la ciudadanía en general pueda educarse respecto a que el abuso sexual infantil no solo se limita al contacto físico, sino que

también se presenta en comentarios provocativos o sexuales sobre el cuerpo de los niños, niñas y adolescentes.

Por esta razón, el concepto se centra en informar a las personas respecto a este delito, además de que la propia ciudadanía debe sumar su esfuerzo para denunciar a los agresores, y de esta manera contribuir con la protección y seguridad de niños, niñas y adolescentes.

2.3.4. La campaña

La campaña se encuentra estructurada a partir del trabajo integral entre el entorno familiar y escolar, ya que se constituyen como los espacios de formación y generación de conocimientos, a través de los cuales tanto niños, niñas y adolescentes pueden obtener información clara y precisa respecto al abuso sexual, el respeto a su cuerpo y a crecer en un ambiente lleno de seguridad y tranquilidad.

Unicef y Ecuador dice no más tienen varias páginas web donde se puede encontrar toda la información necesaria sobre la campaña, pero primordialmente existe información básica sobre cómo tratar el tema con los niños, ¿Cómo darse cuenta del abuso sexual?, ¿Cómo denunciar? entre otros puntos que son indispensables a la hora de prevenir el abuso sexual en la niñez.

También podemos encontrar el Dossier de la campaña donde se detalla toda la información sobre la misma, comunicados de prensa y un sitio web llamado Ahora que lo ves, di no más, en el cual se puede encontrar: El problema en estadísticas, ¿Qué es el abuso sexual?, ¿Cuáles son las señales?, ¿Qué se puede hacer?, ¿Cómo prevenir?



Imagen 2. Material Gráfico Portada del Dossier de la campaña “Ahora que lo ves, di no más”
Fuente: <https://unicef.org.ec/ahoraquelovesdinomas/ninos-super-heroes.php> (2017)

Aquí podemos observar la portada del Dossier Unicef de la Campaña #AhoraQueLoVes #DiNoMás que se puede descargar como un Pdf de 20 páginas. En este documento se detalla la definición del abuso sexual, las consecuencias, las víctimas, los agresores y cómo actuar si se conoce de un niño abusado.

Además, se detallan todos los recursos que se utilizan y se han utilizado en la campaña que inició el 1 de junio del 2017 como son: Dossier Unicef, Tríptico, Afiche superhéroes.



Imagen 4. Afiche superhéroes

Fuente: <https://unicef.org.ec/ahoraquelovesdinomas/dossier.php> (2017)

También se han utilizado 6 cuñas de radio y 25 videos en los cuales se habla sobre estadísticas de abuso sexual, formas de prevención y recomendaciones para no dejar que las víctimas se callen o que los agresores lo vuelven hacer, para estas cuñas y videos se utilizan personas reconocidas de televisión como periodistas, presentadores de televisión y cantantes con el objetivo de difundir el mensaje No más.

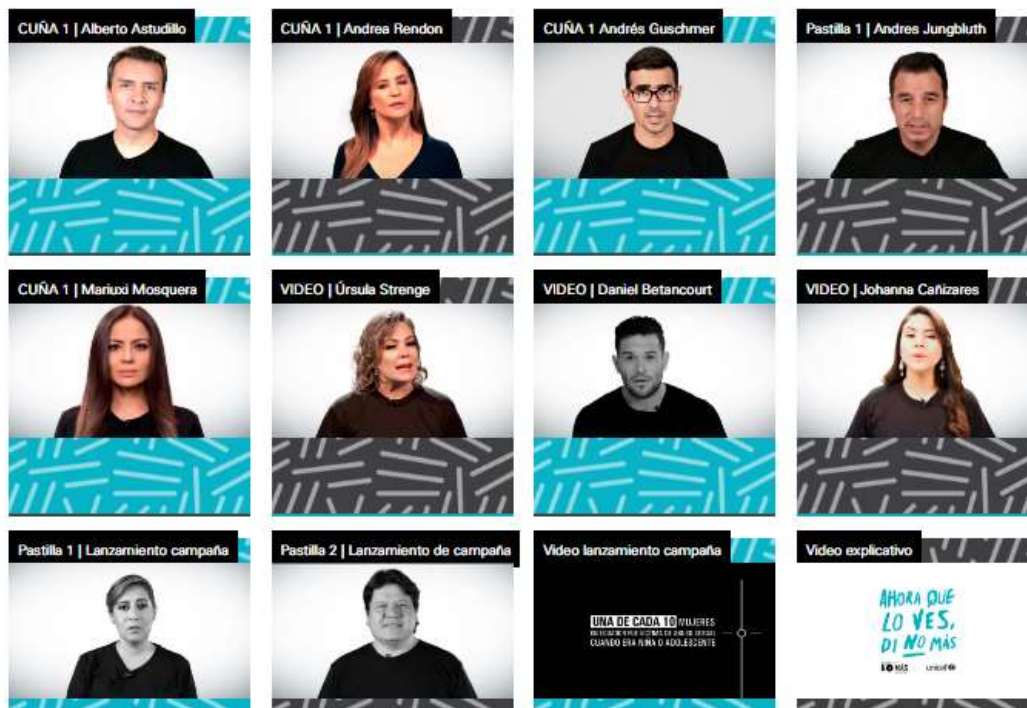


Imagen 5. Videos y cuñas de la Campaña con la participación de periodistas
Fuente: <https://unicef.org.ec/ahoraquelovesdinomas/video.php> (2017)

Cuñas de radio	
Nombre	Duración
Cuña estadísticas	0:22
Cuña celebrities	0:26
Cuña actúa Iván Vallejo	0:32
Cuña actúa Gisella Bayona	0:35
CUÑA 1 - REGLAS DE PREVENCIÓN	1:27
CUÑA 2 - REGLAS DE PREVENCIÓN	1:16

Tabla 4. Cuñas de radio

Videos			
1	CUÑA 1 Alberto Astudillo	17	CUÑA 1 Andrea Rendon
2	CUÑA 1 Andrés Guschmer	18	Pastilla 1 Andres Jungbluth
3	CUÑA 1 Mariuxi Mosquera	19	VIDEO Úrsula Strengé
4	VIDEO Daniel Betancourt	20	VIDEO Johanna Cañizares
5	Pastilla 1 Lanzamiento campaña	21	Pastilla 2 Lanzamiento de campaña
6	Video lanzamiento campaña	22	Video explicativo
7	Periodistas Johanna Cañizares	23	Pastilla Actúa
8	Actúa Iván Vallejo	24	Actúa Gisella Bayona
9	Prevención Efraín Ruales	25	Abuso sexual Carlos Morales
11	Abuso sexual Diana León	26	Abuso sexual Liz Valarezo
12	Regla 1 Prevención	27	Regla 2 Prevención
13	Regla 3 Prevención	28	Prevención Diana León
14	Prevención Efraín Ruales	29	Prevención Henry Bustamante
15	Regla 1 Efraín Ruales	30	Regla 2 Efraín Ruales
16	Regla 3 Efraín Ruales	31	3 Reglas de Prevención

Tabla 5. Lista de los nombres de los videos de la Campaña

Cabe recalcar que en esta campaña se ha tratado el tema de ¿Qué hacer si eres periodista? Con la finalidad de que todas aquellas personas que se dedican a esta profesión sean difusores y colaboradores de la campaña Ahora que lo ves, di no más. Para ello existen videos donde se invitan a los periodistas a contar los casos de abuso sexual siempre y cuando se maneje la información de una manera profesional sin afectar a la víctima o a su familia, para ello encontramos una Infografía que se llama Visibilizar el abuso sexual sin poner en riesgo a las víctimas. Recomendaciones para periodistas. (Unicef, 2017)

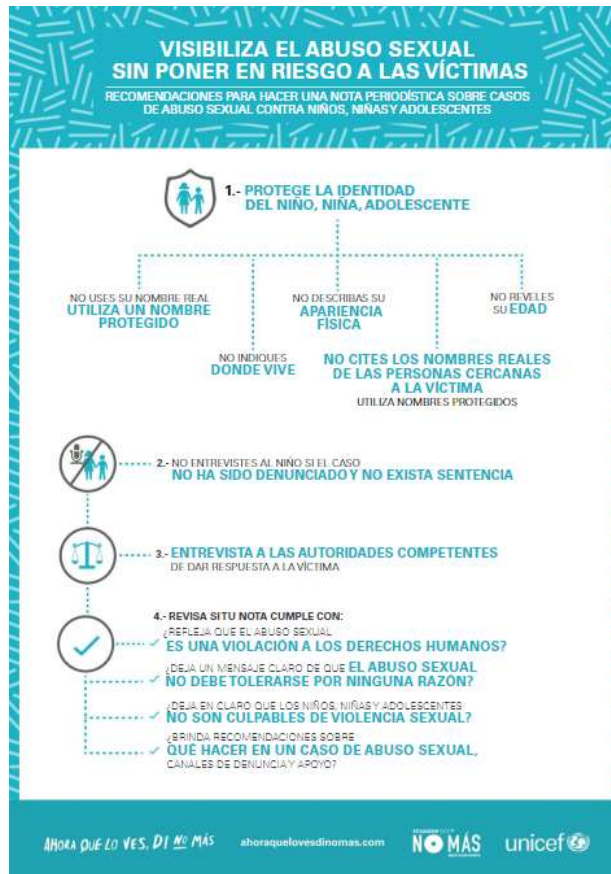


Imagen 6. Infografía Recomendaciones para periodistas de la Campaña #AhoraQueLoVes #DiNoMás
 Fuente: <https://unicef.org/ec/ahoraquelovesdinomas/recomendaciones-periodistas.php> (2017)

De esta manera, en la campaña se manejan temas como la definición de abuso sexual, consecuencias para el agresor y las víctimas, señales, acciones que se deben tomar, prevención, apoyo institucional, estadísticas y técnicas de afrontamiento. Dicha campaña cuenta con distintos mensajes que se transmiten a través de distintos medios de comunicación, así como productos que se han lanzado como el Video animado “3 Súper reglas”, que se describe a continuación.

2.4. Video animado “3 Súper reglas” para prevenir el abuso sexual contra los niños

Este video tiene una duración de un minuto y veinte y siete segundos, y en él se presentan una niña y un niño que interactúan como personajes, señalando a sus audiencias que pueden protegerse a partir de tres súper reglas:

1. Lo que es mío, es mío, lo que es tuyo, es tuyo, esta parte del video hace alusión a que ninguna persona debe tocar las partes íntimas del niño o la niña, y a su vez, los infantes no deben tocar las partes íntimas de otras personas.

1 LO QUE ES MÍO ES MÍO.
LO QUE ES TUYO ES TUYO!!



Nadie debe tocar mis partes íntimas,
ni yo debo tocar las partes íntimas de nadie

Niño:
Mis partes íntimas son el trasero y el pene



Niña:
Mis partes íntimas son la vagina,
el trasero y el busto



Imagen 7. Primera regla Video Animado “3 súper reglas”
Fuente: (Movimiento Popular Fuegoño, 2017)

2. No guardes secretos malos, esta parte remite el mensaje de que, si el niño o niña ha sido tocado en algunas de sus partes íntimas por una persona, no se debe guardar el secreto, pese a las amenazas que puedan experimentar. Además, se insiste en la importancia de contar esta situación a una persona de confianza del infante.

MI BOCA TAMPOCO SE TOCA



2 ¡NO GUARDES SECRETOS MALOS!



Si te tocan y te piden guardarlo en secreto
no lo hagas, ni siquiera cuando te amenacen!
Nunca guardes secretos malos, contale a
alguien en quien confies



Imagen 8. Segunda regla Video Animado “3 súper reglas”
Fuente: (Movimiento Popular Fuegoino, 2017)

3. Debo buscar y contar con adultos en quien confiar, regla que propone al niño o niña que debe refugiarse en alguien que lo escuche, le crea lo que quiere decirle, le haga sentirse feliz, y le brinde seguridad.

3 ¡DEBO BUSCAR Y CONTAR CON ADULTOS EN QUIENES CONFIAR!



Alguien que te escuche, que te crea
que te haga sentir feliz y que no te haga daño



Si alguien te toca tus partes íntimas o te piden que le
toques las suyas **Nunca** te quedes callado



Imagen 9. Tercera regla Video Animado “3 súper reglas”
Fuente: (Movimiento Popular Fueguino, 2017)

De esta manera y mediante estas tres reglas, el video insiste en la necesidad de que el niño y la niña se conviertan en sus propios súper héroes, mediante el cuidado de su cuerpo, además de que en caso de ser víctima de abuso sexual lo informe de inmediato a una persona de su confianza para que pueda protegerlo.

Además es fundamental señalar que tanto las figuras como las voces de los protagonistas del video corresponden a una niña y niño, mientras que el lenguaje es fácil de entender por las audiencias infantiles, al mismo tiempo que las figuras animadas resultan bastante sencillas y de

fácil comprensión, al igual que la animación que se presenta a lo largo de toda la historia, incluyendo a los peligros que son representados por figuras humanas que no resultan del todo grotescas o peligrosas como se puede observar a continuación.



Imagen 10. Representación del peligro a través de una figura humana
Fuente: (Unicef, 2017)

De igual forma se debe señalar que la cromática manejada en el video animado se establece a partir de colores primarios y secundarios, que, acompañados de un ritmo lento, música y textos aclarativos como los nombres de las partes íntimas, contribuyen a una mayor comprensión del mensaje transmitido a lo largo de toda su duración.



Imagen 11. Texto aclarativo sobre las partes íntimas de la niña
Fuente: (Unicef , 2017)

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE RECEPCIÓN DE LAS AUDIENCIAS DEL VIDEO ANIMADO “3 SÚPER REGLAS” PARA PREVENIR EL ABUSO SEXUAL CONTRA LOS NIÑOS.

Los procesos de recepción de las audiencias se encuentran influidos por diversos factores entre los que se deben señalar características propias como su edad, nivel de educación, valores y creencias, cultura a la que pertenecen, y su grado de conocimiento sobre el tema que se les presenta. Por esta razón, cuando se elabora un producto comunicacional como un video educativo, es fundamental tomar en consideración estos aspectos, que condicionan el lenguaje que se debe manejar al respecto, así como otros elementos que contribuyen a la entrega de un mensaje claro y sencillo, para su adecuada codificación y comprensión.

Al respecto de ello, investigaciones desarrolladas por autores como Rubiano y Arguello (2010) sostienen que uno de los errores frecuentes al momento de trabajar con audiencias infantiles corresponde a que no se toma en consideración sus características, además de que únicamente se los considera como simples espectadores, sin comprender que se constituyen como actores sociales activos, personas con derechos que reaccionan ante los mensajes transmitidos de acuerdo a sus propias experiencias y conocimiento.

Por este motivo, el uso de campañas mediáticas enfocadas a poblaciones infantiles debe tomar en consideración esta clase de elementos, de tal forma que los mensajes y contenidos expuestos sean interiorizados de forma adecuada, ya que de lo contrario los resultados obtenidos pueden resultar deficientes, y por ende, limitar el acceso a información fundamental para niños y niñas, más aún si se trata de problemas sociales como ocurre con el abuso infantil.

Respecto a ello, la Oficina Internacional del Trabajo (2010) sostiene que los medios de comunicación desempeñan un papel clave en los procesos educativos de las audiencias infantiles, razón por la cual deben contribuir con la transmisión de mensajes a partir de los cuales puedan informar sobre problemáticas como el abuso sexual, actividad que debe llevarse a cabo a partir

de la entrega de contenidos direccionados a los niños y las niñas, que deben responder a sus necesidades y características de acuerdo a su edad y nivel de educación.

En este caso, el enfoque metodológico que se utilizó en esta investigación corresponde al cualitativo, ya que se analizaron datos descriptivos que permiten comprender las características o cualidades de la problemática analizada, incluyendo la relación generada entre las variables y su influencia sobre la población de estudio (Garcés, 2010), que en este caso corresponde a los niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez. De esta forma, y mediante este enfoque se accedió a información respecto a las experiencias obtenidas por los niños y niñas en torno a la visualización del video animado realizado por UNICEF para prevenir el abuso sexual.

Por otra parte, el método aplicado fue el descriptivo que permitió la recolección de información cualitativa respecto a la problemática analizada, además que la técnica que se utilizó fue el grupo focal, herramienta que permite recopilar “datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática con el fin de que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes” (Escobar & Bonilla, 2013, pág. 52)

No obstante, y debido a la edad de los niños y niñas con los cuales se trabajó se formó dos grupos de seis participantes con quienes se dialogó de una manera sencilla y dinámica, incluyendo una actividad lúdica. Para la elaboración de cada ficha del grupo focal se contó con la ayuda de profesionales en la rama de Psicopedagogía y Educación Básica, quienes establecieron parámetros para aplicar dicha técnica que permitió recolectar información para analizar el tipo de percepción generada en este grupo de niños y niñas de 10 y 11 años, a partir de la observación del video animado “3 Súper Reglas”, tal como se describe en los párrafos desarrollados a continuación.

3.1. Descripción del grupo focal de niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez

Los grupos focales se constituyen como espacios de opinión que permiten la recolección de información cualitativa respecto a lo que sienten, piensan y viven las personas respecto a un determinado tema o problema que el investigador analiza. Se trata de una especie de entrevista mediante la cual se dialoga de manera grupal, valorando la pluralidad de las respuestas brindadas, así como las actitudes, creencias y experiencias de los participantes (Hamui y Varela, 2013).

Por su parte, Gómez (2012) señala que los grupos focales se han venido aplicando con poblaciones infantiles debido a la ventaja que suponen para la obtención de información respecto a temas de su interés, ya que les posibilita a los niños y niñas expresarse de forma espontánea ante el investigador, generando así un diálogo donde surgen diversas opiniones que se aceptan o discuten de acuerdo a la experiencia de cada participante.

No obstante, para que el grupo focal resulte efectivo con poblaciones infantiles es necesario que el investigador haga uso de un lenguaje adecuado de acuerdo a la edad de los participantes, además de generar un ambiente de calidez que permita que puedan expresarse de forma segura, ya que no se juzgará sus opiniones y menos aún se los obligará a responder si así no lo desean.

Como fase inicial para el estudio de esta investigación, se estableció una reunión con la directora de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez, a través de la cual se solicitó la autorización correspondiente para desarrollar el grupo focal y reunirse con los niños de séptimo grado de Educación Básica para conocer si el grupo con el cual se realizaría dicha actividad, tenía conocimiento del video. De esta manera, luego de que se efectuó la reunión con los estudiantes se determinó que tenían conocimientos respecto a este producto comunicacional realizado por Unicef para prevenir el abuso sexual.

Es así que el grupo focal fue aplicado a niños y niñas de 10 y 11 años de sexto de Educación Básica de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez, pertenecientes a la clase social

baja y media. La conformación de los grupos focales fue realizada de forma aleatoria por la licenciada Sandra Anangonó, quien es la tutora de los niños y niñas de este grupo de estudiantes. El grupo focal tuvo una duración de una hora, es decir, 30 minutos aproximadamente para cada grupo, y se lo realizó con 12 participantes que fueron divididos en dos grupos, y que se sentaron intercaladamente a fin de trabajar de mejor forma, y obtener datos específicos respecto a las respuestas otorgadas por cada niño.

De esta manera, el primer grupo focal estuvo integrado por los siguientes participantes tal como se observa en la siguiente tabla:

Nombre	Edad
Anahí G.	10 años
Adrián Y.	11 años
Dilan M.	10 años
Tamia M.	11 años
Samantha M.	10 años
Alejandro F.	11 años

Tabla 6. Nombre y edad de los participantes del primer grupo focal

En cambio, el segundo grupo estuvo conformado por los siguientes participantes:

Nombre	Edad
Mateo G.	10 años
Salomé R.	11 años
Shantal C.	10 años
Johan S.	11 años
Mauricio R.	10 años
Lizeth P.	11 años

Tabla 7. Nombre y edad de los participantes del segundo grupo focal

Es importante señalar que todos los niños y niñas comentaron que habían observado el video animado “3 Súper Reglas” realizado por UNICEF para prevenir el abuso sexual infantil en Ecuador, además que los participantes manifestaron que lo habían observado varias veces en su hogar, razón por la cual sabían perfectamente de qué clase de producto audiovisual se trataba, incluso comentaron que en la institución existen afiches de los personajes del video en las distintas carteleras, que fueron colocados por representantes del Ministerio de Educación, el día que fueron a la institución a promocionar el video y establecer un diálogo breve al respecto de este producto comunicacional educativo.

3.2. Percepción de las audiencias

Para dialogar con los niños y niñas acerca de las experiencias generadas en torno al video animado “3 Súper Reglas” se procedió a la realización del grupo focal, que fue estructurado a partir de cada uno de los objetivos planteados en la investigación, a través de los cuales se formularon temas específicos respecto a los cuales se dialogó con los niños y niñas, a fin de obtener datos respecto a la percepción obtenida respecto a los mismos.

3.2.1. Mensajes que recuerdan los niños y niñas

Las respuestas brindadas por la mayoría de los participantes determinan que el mensaje que recuerdan trata de que no deben permitir que alguien toque sus partes íntimas, y tampoco deben tocar las partes íntimas ajenas, además que no deben guardar secretos malos, y deben confiar en alguien para contar aquellas situaciones que les ocurren en la institución o en sus hogares.

De igual forma, un porcentaje mínimo de niños y niñas no respondió al respecto, demostrando que existen dudas en torno a la comprensión del mensaje de este video animado, lo cual determina que existen ciertas falencias con relación a lo que se desea comunicar, ya que, por ejemplo, Mauricio R. (10 años), afirma que no le queda del todo claro, la razón por la que no se debe tocar a otros compañeros, y por qué no debe mantenerse callado.

Además, se evidencia que la mayoría de niños y niñas abstraen el mensaje fragmentado del video, tal como se aprecia en los siguientes fragmentos:

“No hay que guardar secretos malos porque me puede hacer daño esos mismos secretos, siempre hay que hablar con una persona adulta o alguien en quien confiemos. Los secretos malos es como que nos dicen que olvidemos algo que hicieron nuestros compañeros contra nosotros, a nuestros padres o a la profesora ósea así. Se refiere a que los secretos malos son cosas que nos han pasado en la escuela y tratan los demás de que los olvidemos para no contarles a nuestros padres.” (Salomé R. 11 años)

“No debo guardar secretos malos, aun cuando me amenacen ya que eso me puede hacer daño, por eso debo hablar con mis papis, o con mis abuelitos, incluso con la profe si siento que algo malo me puede ocurrir aquí en la escuela.” (Mateo G., 10 años)

Es importante señalar que uno de los aspectos que se evidenció en el grupo focal, corresponde a la limitada capacidad de análisis de los niños y niñas respecto a la razón por la cual no deben tocarse las partes íntimas de otras personas, ya que la mayoría de comentarios evidencia una respuesta memorística de las frases presentadas en el video animado, tal como lo mío es mío y lo tuyo es tuyo, que da cuenta de un proceso de recepción fundamentado en la memorización, y no necesariamente en el análisis de los contenidos presentados, más aún, en aquellos casos de los estudiantes que no han podido dialogar con sus padres o maestros respecto a este producto comunicacional.

Es así que las respuestas brindadas por los participantes establecen que el mensaje percibido se caracteriza por su fragmentación, ya que por una parte manifiestan que no deben permitir que otras personas toquen sus partes íntimas, además que tampoco deben tocar las partes íntimas de otras personas; no obstante, algunos niños creen que el mensaje se trata de no guardar secretos, quedarse callados y no confiar en todas las personas.

Este fenómeno en criterio de autores como López, Martín Barbero, Rueda y Valencia (2000) se relaciona con el grado de madurez de los niños y niñas, que puede limitar su capacidad de comprensión, debido a su limitación para desarrollar un análisis profundo sobre los

contenidos albergados en productos educativos como ocurre en este caso con el video animado elaborado por Unicef, incidiendo de manera significativa en su aprendizaje, y por tanto en su nivel de consciencia al respecto de temas como la prevención del abuso sexual.

Estos resultados determinan que la mayoría de niños y niñas no son totalmente conscientes del mensaje integral del video animado Súper Héroes, ya que sus respuestas dan cuenta de una parte del contenido, y no de su totalidad, aspecto que se debe al limitado análisis realizado respecto a los temas que se presentan en esta pieza educativa, ya que la mayoría de este grupo de estudiantes repite frases concretas, sin reflexionar la razón de porque debe llevarse a cabo las indicaciones señaladas por los personajes que intervienen en el mismo.

Esta situación se explicaría además a causa del incumplimiento de las etapas de recepción planteadas por Scolari (2012), quien señala que para que exista un verdadero proceso de comprensión respecto a los temas tratados en un producto de comunicación, como en este caso ocurre con el video, no solo se debe observarlo varias veces, sino que es fundamental que las audiencias identifiquen el argumento, establezcan una actitud al respecto, interpelen lo que han aprendido, generando impacto al respecto, para posteriormente generar un valor que les permita aplicar lo aprendido en algún aspecto de su vida.

Estas etapas difícilmente se cumplen en este grupo de niños y niñas, ya que en la mayoría de casos solo se manifiestan sobre un mensaje que ha sido aprendido de manera memorística:

“A mí lo que me gustó es lo que dice lo que se acabó, lo que dice ahora, que lo ves di no más, porque eso está bien, es correcto. O sea, lo que es tuyo es tuyo, lo que es mío es mío, nunca tengo que guardar secretos malos, aunque me amenacen, tengo que contarle a mi papá o a mi mamá.” (Mauricio R., 10 años)

Por ello, las respuestas de los niños y niñas establecen que la parte favorita del mensaje que más les atrae está vinculada con la idea de que no deben permitir que toquen sus partes íntimas, además de que deben confiar en personas como sus padres para que los protejan en caso de sufrir alguna clase de amenaza, que atente contra su seguridad.

Sin embargo, los criterios respecto a la parte favorita del video son disimiles entre todos los participantes, lo que demuestra una fragmentación en cuanto a la comprensión del mensaje, aspecto que determina que no existe una comprensión global respecto al contenido transmitido, además que se evidencia que algunos niños y niñas no responden a las preguntas realizadas, que demuestra que existen dudas y desconocimiento en torno a lo que se presenta en este producto comunicacional educativo.

“Es claro porque se refiere a que no tenemos que dejar que nadie nos toque nuestras partes íntimas, ya que lo es mío, y lo tuyo es tuyo, como dicen los niños del video.” (Anahí G., 10 años)

“Para mí la parte favorita del video fue cuando, dijeron que teníamos que confiar en alguien como en mi mamá y en mi papá, ya que si algo me pasa tengo que contarles rápido.” (Samantha M. 10 años)

3.2.2. Elementos del video con los cuales los niños y niñas se identifican

Otro de los aspectos abordados en el grupo focal corresponde a los elementos del video con los cuales los niños y las niñas se sienten identificados, y que pueden contribuir a la comprensión del mensaje transmitido, ya que como lo sostienen López, Martín Barbero, Rueda y Valencia (2000), las audiencias infantiles responden a características específicas que guardan relación con su edad, y la etapa evolutiva en la que se encuentran, aspectos que pueden condicionar de manera directa la forma en que se relacionan con su realidad y con aquellos productos comunicacionales educativos que observan diariamente, influyendo en su grado de recepción respecto a los mismos.

Por esta razón, al preguntarles a los participantes respecto a los elementos con los cuales se identifican en torno al video, la mayoría respondió que les gusta la idea de que los niños puedan ser superhéroes y cuidar de sí mismos, además que la música y la cromática utilizada gusta a todo el grupo la; sin embargo un aspecto que les resulta algo extraño y confuso corresponde al lenguaje utilizado, ya que la mitad de los infantes no respondió sobre este aspecto, mientras que la otra mitad manifestó que les parecía muy directo, sobre en todo en

relación a la denominación de sus partes íntimas, que les resultaba extraño escucharlas, ya que por lo general se utilizan otros términos para referirse al respecto.

“Creo que lo que dicen los niños en el video está bien, a mí me está diciendo directo que debo cuidar mis partes íntimas, porque el niño dice que le pueden hacer daño y por eso tiene que decirle a alguien que le están tocando su pene, pero si es raro esos temas porque en la casa mis papas nunca hablan de esas palabras.” (Alejandro F., 11 años)

“Nos informa cuáles son las partes íntimas y cuáles son las partes íntimas de las mujeres y cuáles son las partes íntimas del hombre, pero si es raro porque nunca hemos hablado con mi mami sobre eso, es algo raro la verdad esos nombres.” (Shantal C., 10 años)

“Yo creo que, lo que es mío es mío, porque cada uno tiene sus partes íntimas, pero si es raro esos nombres son como extraños, y en mi casa se habla poco sobre esos temas de personas grandes.” (Johan S., 11 años)

Respecto al sentido de identificación de los participantes con los contenidos que se plantean en el video, la mayoría considera que los niños y niñas que aparecen en el video fueron víctimas de abuso sexual, y que por ende advierten a los demás respecto al cuidado que deben tener sobre sus partes íntimas, lo cual da lugar a que muchos de los estudiantes sientan que es algo que no les puede ocurrir, ya que manifiestan que sus padres o madres los van a proteger siempre de esta clase de peligros.

“No me siento identificado porque nunca me han hecho eso, yo creo que los niños del video han sido víctimas de abuso sexual, y no creo que ellos sean igual a mí, porque a mí, mis papis si me protegen de los extraños.” (Mateo G., 10 años)

“Di no más, es lo que dice el video, aunque a mí no me va a pasar eso, ya que mi papá no va a dejar que me pase eso, porque siempre me cuida.” (Alejandro F., 11 años)

Además, las respuestas generadas por los niños y niñas se centran en que otro de los aspectos con los cuales se identifican corresponde al mensaje de que no deben guardar secretos, y que deben contárselos a sus padres o familiares más cercanos como sus abuelitos, dejando en segundo plano el tema del cuidado de las partes íntimas, ya que por ejemplo una de las niñas manifestó que:

“Que si digamos me cuentan algo malo y me amenazan yo les tengo que decir a mis padres o a la persona que confíe como mi abuelita y mis papás lo que me está pasando, no debo quedarme callada.” (Shantal C., 10 años)

Estas respuestas sin duda reflejan que la mayoría de los niños y niñas enfrentan dificultades para percibir el mensaje de manera global, aspecto que se puede explicar debido a la manera en que el lenguaje es utilizado en este video, así como las representaciones manejadas en torno a los personajes, y que los participantes no reconocen como parte de su entorno, ya que los consideran como víctimas, a diferencia de ellos que sostienen que se encuentran protegidos por sus padres.

En este sentido, Unicef plantea que debido a la etapa evolutiva en la que se encuentran los niños y niñas es frecuente que no sean conscientes del peligro al que se enfrentan, sobre todo si en su entorno más cercano, no es común la presencia de casos de abuso sexual, razón por la cual los mensajes que se deben transmitir a través del sistema educativo, campañas informativas o productos como videos para prevenir esta clase de delitos, deben centrarse en el contexto del infante y hacer uso de elementos como el lenguaje o la estética, que contribuyan a que sientan que podría afectarlos en cualquier momento de su vida (Berlinerblau, 2016).

Esta institución también recomienda que a través de talleres o conversaciones se debe profundizar con los niños y niñas aquellos delitos que pueden afectarlos, estableciendo actividades prácticas mediante las cuales puedan vincular los conocimientos adquiridos con la realidad que los rodea, y las posibles problemáticas propias de su entorno, tal como ocurre con el caso de la violencia infantil y el abuso sexual.

De igual forma, las respuestas brindadas por los participantes evidencian que la mayoría considera que el video muestra la realidad del país, ya que creen que hay mucha violencia que afecta a niños de bajos recursos económicos, sobre todo desde que personas de otros países han llegado al Ecuador, ya que de acuerdo al Observatorio Social del Ecuador, el 44% de los niños y niñas cuya edad se sitúa entre los 5 y 17 años ha sido blanco de acciones violentas por parte de personas del entorno familiar, fenómeno que en criterio de Cervantes (2018) parece ir en aumento, debido a fenómenos como la migración de extranjeros, sobre todo si se toma en consideración que debido a las pocas oportunidades laborales, muchas personas se dedican a actividades criminales que incluyen la explotación sexual contra menores, así como la pornografía infantil.

“Hoy en día hay mucha delincuencia que afecta a la gente y los niños, y al menos con los venezolanos que han estado matando mucha gente aquí en Quito.” (Johann S., 11 años)

“A mí me parece que sí hay mucha delincuencia y la mayoría de personas les hacen daño a los niños, por eso ahora hay más seguridad en las escuelas.” (Salomé R., 11 años)

Como se aprecia, estas respuestas se encuentran condicionadas a la información que los niños poseen de su contexto, y que en criterio de García (2015) y Martín Barbero (1987) influyen de manera directa en la forma que comprenden fenómenos como la violencia y el abuso sexual, tal como se evidencia en sus respuestas, además que debido a la protección que reciben por parte de su familia se manifiestan ajenos a que este tipo de delitos pueda afectarlos en algún momento de su vida, lo que demostraría un distanciamiento entre el contenido del video y la percepción de los participantes respecto al abuso sexual.

3.2.3. Aprendizajes obtenidos del video animado “3 Súper Reglas”

Otro de los aspectos abordados corresponde a los aprendizajes que los niños y niñas adquirieron a partir de la observación del video animado, para lo cual además del diálogo establecido mediante el grupo focal se les entregó unas fichas didácticas con las imágenes de los

personajes que intervienen en este producto comunicacional, indicándoles que debían realizar acotaciones respecto a los temas aprendidos a partir de la observación de dicho video.

Las acotaciones establecidas en las fichas didácticas implican que los niños y niñas designan a sus partes íntimas por los nombres presentados en el video, además que reconocen que no deben ser tocadas por otras personas, lo que determina que el video ha cumplido con su función informativa, mediante la cual los participantes han logrado comprender el significado de las partes íntimas del cuerpo humano.

No obstante, en lo que respecta al diálogo establecido mediante el grupo focal se debe puntualizar que las respuestas de los niños y niñas dan cuenta de que no han logrado comprender su mensaje de manera integral, ya que una parte señala que el aprendizaje principal corresponde a que las partes íntimas propias se deben proteger, otro grupo afirma que las partes íntimas jamás se deben tocar, mientras que un tercer grupo señala que no se deben guardar secretos al respecto.

En torno a ello, dicha situación se produce a causa de la falta de reflexión planteada en el video, ya que este se centra en transmitir información puntual respecto a que los niños y niñas no deben permitir que nadie toque sus partes íntimas, tampoco deben tocar las ajenas, además que deben avisar a una persona de confianza en caso de que otras personas les pidan guardar secretos con relación a este tema.

Por esta razón, López, Martín Barbero, Rueda y Valencia (2000) señalan que para que exista un verdadero proceso de comprensión respecto a los contenidos que se abordan en productos educativos, es fundamental pasar de la etapa de observación de un contenido a la de reflexión, mediante el diálogo con las poblaciones infantiles respecto a un tema, para lo cual la familia y los educadores desempeñan un papel clave para resolver sus inquietudes y explicar en profundidad aspectos que pueden generar dudas, tal como ocurre en el caso de la prevención del abuso sexual.

En este sentido, en la institución educativa se han colocado tres afiches informativos dirigidos a la prevención del abuso sexual contra niños y niñas, de los cuales dos se dirigen a los

estudiantes y uno a los padres de familia, que tienen como objetivo reforzar la información presentada al respecto de este tema, pero que se enfocan en la transmisión de los mismos datos proyectados en el video, tal como puede observarse en las siguientes figuras.





Imagen 12. Afiches informativos dirigidos a la prevención del abuso sexual contra niños y niñas

Fuente: <https://unicef.org.ec/ahoraquelovesdinomas/dossier.php> (2017)

Pese a la importancia del rol que desempeña la escuela y la familia, la mayoría de niños que formaron parte del grupo focal coinciden en que en la institución en pocas ocasiones se les ha proyectado el video, además que la mitad de los mismos sostienen que no han visto el video con sus progenitores, debido a que no se encuentran en la casa, razón por la cual lo han observado cuando lo pasan por los canales de televisión abierta que observan luego de salir de su horario de clases.

“Yo si he visto el video, pero con mi mamá no, pero porque mi mamá casi nunca pasa en la casa, porque tiene que hacer otras cosas (...) Sí he visto con mis hermanos (...) mi hermana tiene 8 años y el mayor

tiene 12 años y con mis primos algunas veces, lo hemos visto en la tele, en el programa Educa”. (Samantha M., 10 años)

“No vi con mis papas, lo vi solo en mi cuarto porque mis papás ven tele en la sala, y por eso no he hablado con ellos sobre esos temas que son de personas grandes, aunque la profe dice que es un tema para los niños también.” (Johan S., 11 años)

Estas respuestas dan cuenta de que una parte de los niños y niñas no cuenta con el apoyo de sus padres para fortalecer su aprendizaje, ya que no se encuentran cerca o no se interesan por dialogar respecto a los contenidos de esta clase de videos educativos, que resulta fundamental para generar un proceso de interiorización de los mismos, así como su aplicación en la vida real, ya que en criterio de autores como Horno, Santos y Del Molino (2012), únicamente entre el apoyo del entorno familiar y los docentes es como se puede contribuir a educar a la población infantil y alertarlos antes delitos como el abuso sexual.

De igual manera, el aprendizaje que más recuerdan los niños y niñas corresponde a que no deben guardar secretos si alguien los amenaza, y que deben confiar en sus padres o familiares cercanos; sin embargo, en ningún caso, los participantes analizan la posibilidad de que puedan ser agredidos por sus progenitores, lo cual demuestra la falta de reflexión realizada en torno a los contenidos del video.

3.2.4. Generación de cambios en el comportamiento de los niños y niñas a partir de los mensajes del video animado

Con relación a los cambios en el comportamiento de los niños y niñas, generados a partir de los mensajes observados en el video animado, se debe señalar que la mitad de los participantes sostienen que en caso de sentir que tocan sus partes íntimas, lo que haría es avisar a sus padres, salir corriendo o gritar auxilio, ya que consideran que eso no está correcto.

“En caso de que alguien llegara a tocar mis partes íntimas pediría ayuda a cualquier persona que aparezca por ahí y salgo corriendo si es posible”. (Tamia M., 11 años)

“Si yo estuviera en el Trole y una persona me toca le digo a mi mamá y no me dejo hacer eso.” (Adrián Y., 11 años)

No obstante, la otra mitad de niños y niñas no respondió respecto a lo que deberían hacer en caso de que una persona extraña tocara sus partes íntimas, incluso se observó que se sentían incómodos al hablar sobre esta clase de temas, aspecto que en criterio de investigadores que forman parte de Unicef (2012) se debe a que la educación sexual es uno de los aspectos que todavía se encuentra limitado en las instituciones escolares, debido al tabú generado sobre estas temáticas a causa de la presencia de un modelo de sociedad conservadora y moralista, así como la falta de capacitación de los docentes para abordarlos, sin olvidar que en muchas familias es frecuente la presencia de prejuicios y valores religiosos, que limitan el acceso a sus hijos e hijas sobre esta clase de conocimientos fundamentales para su vida.

Incluso en el grupo focal se evidenció que la mayoría de niños y niñas no están del todo claros respecto a la persona o personas a quienes deben acudir en caso de ser víctimas de acoso o abuso sexual:

“En caso de ser atacado, acudiría al UPC, porque ellos siempre están protegiéndonos. Cuando vamos a las canchas, la patrulla está vigilándonos.” (Alejandro F. 11 años)

“Yo me protejo de la persona que me quiera hacer daño y luego si es que me deja me voy corriendo a avisarle a alguien.” (Salomé R., 11 años)

Otros niños y niñas señalan que desde que han visto el video han aprendido a que deben cuidar de sí mismos, además de informar a sus padres si alguien les hace daño, ya que consideran que guardar secretos en una actividad incorrecta:

“Yo seguí el consejo de cuando mi mamá me dijo que tengo que cuidar a mis hermanos para que no les toquen las partes íntimas a ellos, ni que yo les toque a ellos, ni ellos a mí. Y que nadie, ninguna persona les toque a ellos porque la mamá como que aconseja mucho, yo le seguí y les

cuido un montón a mis hermanas porque mi mamá casi no pasa en la casa.” (Shantal C., 10 años)

No obstante, y pese a la respuesta de estos participantes, la mayoría se mantuvo en silencio, demostrando que aún existen limitaciones respecto a los contenidos aprendidos y por ende el cambio en el comportamiento a partir del video observado, razón por la cual se puede inferir que este producto audiovisual desempeña una función informativa, pero no totalmente educativa, ya que existen muchas dudas al respecto del tema de la prevención del abuso sexual por parte de esta población infantil, además que el mensaje transmitido ha sido captado de forma fragmentaria, ya que son pocos los niños que logran expresar el contenido de forma global, y sin recurrir únicamente a la memorización de los contenidos presentadas que se evidencian en frases como lo que *“es mío es mío, y lo que es tuyo es tuyo”*.

CONCLUSIONES

- Los mensajes que los niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez más recuerdan sobre el video animado “3 Súper Reglas” corresponden a que ninguna persona debe tocar sus partes íntimas, y tampoco deben tocar las partes íntimas ajenas, además de que no deben guardar ninguna clase de secreto, los cuales son repetidos de forma textual, ya que han sido aprendidos de forma memorística, dificultando un proceso de reflexión al respecto, que les permita comprender la razón por la cual deben realizar estas acciones, ya que solo de esta manera se consolida un aprendizaje significativo.
- Entre los principales elementos del spot “3 Súper Reglas” con los cuales los niños y niñas de 10 y 11 años se identifican, estos corresponden a la idea de que los niños pueden ser superhéroes que cuiden de sí mismos. De igual forma, la música y la cromática utilizadas en torno al video son aspectos que llaman la atención de este grupo de niños y niñas, razón por la cual despiertan su interés; no obstante, un aspecto que no es del agrado total de los infantes corresponde al lenguaje utilizado, ya que las opiniones vertidas al respecto establecen que el nombramiento de las partes íntimas del cuerpo humano les incomoda, además que algunos participantes señalaron que es poco frecuente el uso de estas palabras en su hogar, ya que generalmente sus padres utilizan otros términos para referirse a la anatomía humana.
- Con relación a los aspectos que los niños de la Unidad Educativa han aprendido respecto al video animado “3 Súper Reglas” corresponde a una parte del mensaje, ya que manifiestan que el contenido fundamental de este producto educativo corresponde a que no deben permitir que otras personas toquen sus partes íntimas, y tampoco deben acceder a tocar las de otras personas, tal como se expresa en la frase que reproducen de manera literal, lo que es mío, es mío, y lo que es tuyo es tuyo; así como que lo esencial del video corresponde a que no deben guardar ninguna clase de secreto, y que deben acudir a sus progenitores u otros familiares, en caso de sentir alguna clase de amenaza al respecto. Por lo tanto, se puede afirmar que el mensaje llegó eficientemente a los niños porque es la

primera vez que un material comunicacional habla de las partes íntimas de los niños con un lenguaje directo y sencillo que, en ocasiones a ciertas personas les puede molestar.

- Con relación a los cambios generados en el comportamiento de los niños y niñas de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez, a partir de mensajes del spot “3 Súper Reglas”, se debe referir que apenas un grupo pequeño de participantes manifestó que ha empezado a cuidar sus partes íntimas y de sus hermanos pequeños, aspecto que se debe a que la mayoría de infantes no siente que esta clase de delitos puedan afectarlos directamente, ya que incluso consideran que los personajes del vídeo han sido víctimas de abuso sexual, razón por la cual recomiendan tomar en cuenta las tres reglas.
- Tomando en cuenta las respuestas de los niños y niñas participantes del grupo focal se concluye que los mensajes transmitidos en el video animado “3 Súper Reglas” desempeñan un papel informativo, ya que los infantes lograron adquirir datos sobre acciones que deberían aplicar para no ser víctimas de la violencia sexual; sin embargo, la información obtenida se repite de manera literal, lo cual da cuenta de un proceso memorístico, que no les permite ser totalmente conscientes de las razones por las cuales estas acciones deben llevarse a cabo, situación que podría justificarse debido a que varios de los niños y niñas no han podido dialogar con sus padres o maestros respecto al contenido observado; pese a que en algunas ocasiones en la institución educativa se ha brindado charlas sobre este tema y su relación con el producto audiovisual realizado por UNICEF.
- Finalmente se debe referir que los aprendizajes adquiridos en los niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez, respecto al video animado “3 Súper Reglas” resulta limitado y fragmentado, razón por la cual dificulta su aplicación en la práctica, es decir, prevenir el abuso sexual infantil en el contexto ecuatoriano.

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones establecidas en torno a la investigación es necesario formular las siguientes recomendaciones.

- El estudio de recepción de audiencias mostró que los mensajes que recuerdan los niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez sobre el video animado “3 Súper Reglas” son repetidos de forma textual, dando cuenta que han sido aprendidos de forma memorística, es recomendable que en la institución educativa se desarrollen talleres lúdicos a través de los cuales se pueda reflexionar sobre los contenidos adquiridos, lo cual contribuirá a que se genera un aprendizaje significativo que pueda ser aplicado en su vida diaria.
- Además, es necesario que dentro de la institución educativa se realicen talleres o clases explicativas mediante las cuales los niños y niñas puedan familiarizarse con el lenguaje que se debe utilizar para nombrar a las partes íntimas del cuerpo humano, ya que, de esta manera, se contribuye a fortalecer su conocimiento y desplazar aquellos tabúes vinculados a la sexualidad humana, contribuyendo a que sean capaces de reconocer síntomas de acoso que podrían dar lugar a un caso de abuso sexual.
- Además, es fundamental que continúe la investigación exploratoria cualitativa con grupos focales con los niños y niñas para que se pueda dialogar con ellos respecto a los mensajes comprendidos extraídos del video animado “3 Súper Reglas”, ya que de esta manera se contribuye a que asuman acciones que contribuyan a su protección, mediante la comunicación con sus progenitores y otros familiares, y se reduzca las probabilidades de que se conviertan en víctimas de abuso sexual.
- Es recomendable desarrollar talleres con los niños y niñas mediante los cuales puedan poner en práctica los conocimientos adquiridos a través del video animado, ya que para que se genere un aprendizaje significativo es fundamental vincular la teoría con situaciones reales que les permitan comprender la importancia de comunicarse con sus

progenitores o familiares de confianza en caso de sufrir alguna clase de agresión que podría concluir en un caso de abuso sexual.

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Berlinerblau, V. (2016). *Abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes. Una Guía para tomar acciones y proteger sus derechos*. Buenos Aires: Fondo de las Naciones Unidas para la infancia.
- Bermejo, J. (2018). Una propuesta de metodología multidimensional en los estudios de audiencia y recepción. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(1), 127 - 149.
- Bonilla, J., & otros. (2012). *De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Mapa de los estudios y de las tendencias de los ciudadanos mediáticos*. Cali: Sello Editorial Javeriano.
- Calles, W., & Flores, C. (2013). *Video infográfico animado por medio de técnicas en 2D y 3D para dar a conocer cómo se encuentra compuesta la columna vertebral y las principales deformidades que puede presentar debido a posturas incorrectas en edades comprendidas entre 6 y 12 años*. Quito: Universidad de las Américas.
- Camps, V. (2014). *Educación y comunicación audiovisual, responsabilidades compartidas*. Recuperado el 29 de mayo de 2018, de Quaderns del CAC: https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q25camps_ES.pdf
- Cantón, D., & Cortés, M. (2015). Consecuencias del abuso sexual infantil: una revisión de las variables intervinientes. *Anales de Psicología*, 31(2), 552-561.
- Cañas, J. (2010). *El proceso comunicativo dentro del aula*. Jaén: Íttakus.
- Capolupo, E. (2007). *Ladrones de inocencia : abuso - pedofilia - criminalidad de los cuellos verdes*. Salvador: Universidad del Salvador.
- Cárdenas, C., & Chune, K. (2014). *Análisis de contenido del programa "Educa", televisión para aprender" que se transmite por los canales nacionales del Ecuador y su*

aplicación a un caso particular: Escuela “Ezequiel Crespo” en Cuenca- Ecuador”.
Cuenca: Universidad de Cuenca.

- Carpio, S. (2015). *La enseñanza de la Comunicación Audiovisual en la Universidad peruana. Análisis de la concordancia de las mallas curriculares con el perfil de egreso*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Castro, E. (2016). Educomunicación. Los primeros 60 años de una historia polisémica. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 1(2), 103 - 120.
- Cedeño, R. (2017). *Ecuador dice No más!* Obtenido de Pressenza: <https://www.pressenza.com/es/2017/06/ecuador-dice-no-mas/>
- Cervantes, D. (2018). *Importando violencia y pobreza*. Recuperado el 26 de julio de 2018, de Diario La República: <https://www.larepublica.ec/blog/opinion/2018/03/30/importando-violencia-pobreza/>
- Conca, J. (2016). *Elementos comunicativos para una exitosa campaña de Crowd Funding*. Cataluña: Universidad Abierta de Cataluña.
- Cortés, M. (2011). Definición, incidencia y causa del abuso infantil. En J. Cantón, *Malos tratos y abuso sexual infantil. Causas, consecuencias e intervención* (págs. 173 - 223). Madrid: Siglo XXI.
- Ecuador dice no más. (2016). *¿Qué es no más?* Obtenido de <http://ecuadordicenomas.com/nosotros/que-es-no-mas/>
- Ecuador dice no más. (2018). <http://ecuadordicenomas.com/nosotros/que-es-no-mas/>. Recuperado el 01 de julio de 2018, de Nosotros: <http://ecuadordicenomas.com/nosotros/que-es-no-mas/>
- Escobar, J., & Bonilla, F. (2013). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, 51 - 67.
- Espuñes, E. (2015). *Educomunicación. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en la educación*. Segovia: Universidad de Valladolid.

- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2016). *Abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes. Una guía para tomar acciones y proteger sus derechos*. Recuperado el 18 de junio de 2018, de [https://www.unicef.org/ecuador/proteccion-AbusoSexual_contra_NNyA-2016_\(1\).pdf](https://www.unicef.org/ecuador/proteccion-AbusoSexual_contra_NNyA-2016_(1).pdf)
- Garcés, H. (2010). *Investigación Científica*. Quito, Ecuador: Editorial Abya Yala.
- García, M. (2015). *Estudio de recepción de audiencias de la campaña "All you need is Ecuador" realizada por el Ministerio del Ecuador*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Gil, R. (2017). *Protocolo de Prevención del Abuso Sexual Infantil a Niñas, Niños y Adolescentes*. México: Sistema Nacional Para el Desarrollo Integral de la Familia.
- Gómez, D. (2018). Acto de comunicación, señal y figura. *Cauce, 11*, 23 - 42.
- Gómez, G. (2003). Los Estudios de Recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a mucho modos. *Intexto Porto Alegre*, 1-3.
- Gómez, G. (2013). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. *Intexto*, 2(9), 1 - 13.
- Gómez, J. (2012). El grupo focal y el uso de viñetas en la investigación con niños. *Empiria*(24), 45 - 65.
- Hamui, A., & Varela, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(1), 55 - 60.
- Horno, P., Santos, A., & Del Molino, C. (2012). *Abuso sexual infantil. Manual de Formación para profesionales*. Barcelona: Save the children.
- Jacks, N., & otros. (2011). *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Ciespal.
- Jacobson, R. (1960). *Ensayos de Lingüística General*. Barcelona: Seix Barral S.A.
- Kastberg, N. (19 de noviembre de 2008). *Ante el abuso sexual infantil, la indiferencia es aceptación*. Obtenido de Director Regional de UNICEF para América Latina y el Caribe :

https://www.unicef.org/uruguay/spanish/editorial__nils_kastberg_rd_unicef_19_noviembre.pdf

- Lago, G., & Céspedes, A. (2016). *Abuso sexual infantil*. Recuperado el 18 de junio de 2018, de Sociedad Colombiana de Pediatría: https://scp.com.co/precop-old/precop_files/modulo_5_vin_3/16-30%20Abuso%20infantil.pdf
- López, M., Martín Barbero, J., Rueda, A., & Valencia, S. (2000). *Los niños como audiencias: investigación sobre recepción de medios*. Bogotá: Santafé de Bogotá.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Morales, L. (2015). *El vídeo como recurso didáctico para reforzar el conocimiento*. Recuperado el 18 de junio de 2017, de Universidad de Guadalajara: <http://www.udgvirtual.udg.mx/encuentro/encuentro/anteriores/xxii/168-427-1-RV.htm>
- Movimiento Popular Fueguino. (2017). *Campañas Gráficas*. Recuperado el 10 de junio de 2018, de <http://movimientopopularfueguino.com.ar/compromiso-social/campanas-graficas/>
- Oficina Internacional del Trabajo. (2010). Prevención de la explotación sexual comercial. El papel de los medios de comunicación. *Boletín temático del Proyecto OIT/IPEC*, 1 - 32.
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *Maltrato infantil*. Recuperado el 18 de junio de 2018, de <http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/child-maltreatment>
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias. un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre & Universidad Iberoamericana.
- Parra, G. (2000). *Bases epistemológicas de la Educomunicación. Definiciones y perspectivas para su desarrollo*. Quito: Abya Yala.

- Pereda, N. (2010). Consecuencias psicológicas a largo plazo del abuso sexual infantil. *Papeles del Psicólogo*, 31(2), 191-201.
- Piaget, J. (1973). *La percepción*. Buenos Aires: Paidós.
- *Plan Nacional del Buen Vivir*. (2017). Recuperado el 30 de Abril de 2018, de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Rubiano, H., & Arguello, L. (2010). Recepción televisiva de la audiencia infantil con características de desplazamiento forzado. *Palabra clave*, 13(2), 307 - 322.
- Salas, D. (2013). *Análisis del mensaje y lenguaje audiovisual de los materiales comunicativos del Proyecto Quito, Hábitat Silvestre desde el enfoque de la Educomunicación*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Santos, D. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. México: Red Tercer Milenio.
- Scolari, C. (2012). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Secretaría Nacional de Comunicación. (2017). *Programas y Servicios*. Recuperado el 18 de junio de 2018, de <https://www.comunicacion.gob.ec/programas-y-servicios/>
- Szulak, O. (2014). *Video digital*. Recuperado el 29 de mayo de 2018, de Universidad Nacional de Lomas de Zamora,: <http://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2014/07/Video-y-televisi%C3%B3n-digital.pdf>
- Szurmuk, M., & Mckee, R. (2009). *Diccionario de estudios culturales*. México: Instituto Mora & Siglo XXI Editores.
- Unicef . (agosto de 2017). *Ahora que lo ves, di no más*. Obtenido de Dossier : https://www.unicef.org/ecuador/Unicef_Dossier_Abuso_sexual_web.pdf
- UNICEF. (2012). *Es parte de la vida. Material de apoyo sobre Educación sexual y discapacidad para compartir en familia*. Montevideo: Taller Gráfico LTDA.

- UNICEF. (2014). *Violencia contra los niños*. Recuperado el 24 de marzo de 2018, de https://www.unicef.org/ecuador/media_28087.htm
- Unicef. (2015). *Conoce más sobre UNICEF*. Obtenido de <https://www.unicef.org/ecuador/overview.html>
- Unicef. (2017). *Ahora que lo ves, di no más*. Obtenido de <https://unicef.org.ec/ahoraquelovesdinomas/#arriba>
- UNICEF. (agosto de 2017). *Dossier informativo sobre la campaña #AhoraQueLoVes #DiNoMás*. Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/Unicef_Dossier_Abuso_sexual_web.pdf
- UNICEF Ecuador. (2014). *Violencia contra los niños*. Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/media_28087.htm
- Unicef en Ecuador. (2017). *UNICEF y Ecuador Dice No Más lanzan campaña para poner fin al abuso sexual contra niños*. Recuperado el 01 de julio de 2018, de https://www.unicef.org/ecuador/Comunicado_Lanzamiento_Junio_01.pdf
- Velázquez, O. (2013). Las representaciones sociales, los imaginarios sociales y urbanos: ventanas conceptuales para el abordaje de lo urbano. *Tlatemoani*(14), 1 - 24.
- Villar, F. (2015). *El enfoque constructivista de Piaget*. Obtenido de Universidad de Barcelona: http://www.ub.edu/dppsed/fvillar/principal/pdf/proyecto/cap_05_piaget.pdf
- Zecchetto, V. (2011). *Educomunicación*. Quito: Abya Yala.

ANEXOS

ANEXO 1

GUIA DE PREGUNTAS PARA GRUPOS FOCALES DE LA UNIDAD EDUCATIVA QUINTILIANO SÁNCHEZ.

“ESTUDIO DE RECEPCIÓN DE AUDIENCIAS DEL VIDEO ANIMADO DE UNICEF “3 SUPER REGLAS” PARA PREVENIR EL ABUSO SEXUAL CONTRA NIÑOS Y NIÑAS EN ECUADOR.”

Elaborado por: Cristina Mendoza, PUCE

1. Preparación y explicación (máx. 5 minutos)

- Su presencia es importante
- Resumir lo que es un grupo focal
- Todas las respuestas son válidas. No hay opiniones buenas ni malas.

2. Presentación de cada uno de los participantes: nombre y edad.

3. Identificar la clase socioeconómica:

- ¿A que se dedican sus padres?
- ¿Qué hacen en su tiempo libre?

4. PROYECTAR DOS VECES EL VIDEO

OBJETIVOS	PREGUNTAS
Identificar cuáles son los mensajes que recuerdan con mayor facilidad los niños y niñas de 10 y 12 años sobre el video animado “3 Súper Reglas”.	Cuéntenme un poco ¿ Qué es lo que más se acuerdan del video animado súper héroes ¿ De qué se trata el video animado súper héroes? ¿ En qué medios vieron el video animado súper héroes? ¿ Con quién vieron el video animado súper héroes?
Determinar cuáles son los elementos del spot “3 Súper Reglas” con los cuales los niños y niñas de 10 y 12 años se identifican.	¿ Qué les pareció el lenguaje utilizado en el video animado súper héroes? Díganme en sus palabras ¿ cuál es el mensaje del video animado súper héroes? ¿ Cuál es tu parte favorita del video animado súper héroes?

	<p>¿Se sienten identificados con video animado súper héroes? ¿De qué manera? Cuéntenme.</p> <p>¿Sienten que el video animado súper héroes muestran la realidad de los niños y niñas en el Ecuador? Explíquenme</p> <p>¿Qué les dice el color de los dibujos animados de los video súper héroes? (mostrar piezas comunicacionales del spot) ¿Les gusta, no les gusta? Explíquenme.</p> <p>Cuéntenme, ¿creen que la música elegida fue la mejor para el video animado súper héroes?</p>
<p>Establecer que han aprendido del video animado “3 Súper Reglas” los niños de la Unidad Educativa.</p>	<p>¿Cuántas reglas nos enseña el video animado súper héroes? ¿Qué dice el video animado súper héroes sobre nuestro cuerpo? Explíquenme. ¿Qué dice el video animado súper héroes sobre guardar secretos? Explíquenme. ¿Si nos tocan o nos hacen guardar secretos malos que debemos hacer? Explíquenme.</p> <p>Actividad</p>
<p>Conocer si los mensajes del spot “3 Súper Reglas” generaron cambios en el comportamiento de los niños y niñas de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez.</p>	<p>¿Qué debes hacer si una persona adulta toca tus partes íntimas? Explíquenme. ¿A quién debes acudir si una persona adulta te toca? ¿Han hablado con su papá o mamá sobre el video? ¿Que han conversado? ¿Aquí en clase se ha comentado sobre el video y el mensaje? Si no Que han conversado ¿Ustedes han seguido los consejos del video? ¿Han tenido que hablar con su papá o mamá sobre esto? Que le han dicho?</p>

Consentimiento Informado

El propósito de este consentimiento es informar a los padres de familia de la participación voluntaria de sus hijos o hijas en una investigación y proporcionarles una breve explicación de la naturaleza de la misma, así como el rol que sus hijos o hijas tendrán en la investigación como participantes.

La presente investigación es conducida por Cristina Janneth Mendoza Sambonino, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El objetivo del estudio es identificar los aprendizajes y las prácticas que los niños y niñas de 10 y 11 años de la Unidad Educativa Quintiliano Sánchez tienen a partir de la observación del video animado “3 Súper Reglas” realizado por UNICEF para prevenir el abuso sexual infantil en Ecuador.

Si usted accede a que su hijo o hija participe en este estudio, se le pedirá al estudiante responder preguntas en un grupo focal y completar una actividad lúdica referente al video animado “3 Súper Reglas”. Esto tomará aproximadamente 50 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones será grabado para que el investigador pueda después transcribir las ideas que su niño o niña haya expresado.

La participación de este estudio es voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Las respuestas serán anónimas. Una vez transcrito el grupo focal las grabaciones se borrarán.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto que mi hijo (a)..... participe voluntariamente en esta investigación, conducida por Cristina Janneth Mendoza Sambonino. He sido informado (a) de lo que se va a tratar en este grupo focal y la actividad lúdica que se va a realizar, también reconozco que la información que mi hijo o hija provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento.

Nombre del Participante

Firma del padre de familia del participante

Fecha _____