



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación

Carrera de Comunicación

Análisis de consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo. Periodo septiembre, 2023.

Trabajo de Integración Curricular,
previo a la obtención del título de
Licenciado en Comunicación.

AUTOR:

Luis Eduardo Barrera Criollo

DIRECTOR:

Ing. Fausto Alexander Boada Hurtado Mgtr.

Loja – Ecuador

2024

Certificación

Loja, 09 de mayo de 2024

Ingeniero,

Fausto Boada Hurtado, Mgtr.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado **Análisis de consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo. Periodo septiembre, 2023.**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación** de autoría del estudiante **Luis Eduardo Barrera Criollo**, con **cédula de identidad Nro. 1105376931**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.



Ing. Fausto Boada Hurtado, Mgtr.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Luis Eduardo Barrera Criollo**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma: 

Cédula de Identidad: 1105376931

Fecha: 22 de julio de 2024

Correo electrónico: luis.barrera@unl.edu.ec

Teléfono: 0990076540

Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Luis Eduardo Barrera Criollo**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo. Periodo septiembre, 2023.**, como requisito para optar el título de **Licenciado en Comunicación**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los veintidós días del mes de julio del dos mil veinticuatro.

Firma:



Autor: Luis Eduardo Barrera Criollo

Cédula: 1105376931

Dirección: Catamayo - Loja

Correo electrónico: luis.barrera@unl.edu.ec

Teléfono: 0990076540

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Fausto Boada Hurtado Mgtr.

Dedicatoria

A Dios, quien con su infinita bondad y guía divina ha iluminado mi camino en esta travesía académica, llevándome por senderos de aprendizaje y crecimiento. A mis amados padres, cuyo amor incondicional y apoyo inquebrantable han sido mi mayor fortaleza y motivación en cada paso de este viaje. Su sacrificio y dedicación han sido la luz que ha alumbrado mi camino hacia el éxito. A mis queridas hermanas, compañeras de vida y confidentes, gracias por ser mi sostén emocional y por compartir conmigo este camino lleno de retos y logros. Su amor y apoyo han sido pilares fundamentales en mi vida. A mi sobrino Matheo, fuente de alegría y esperanza, quien con su inocencia y ternura me ha recordado la importancia de perseverar en la búsqueda de mis sueños, para ser un ejemplo digno a seguir.

A mi entrañable amiga Andrea, por su inquebrantable amistad, por escucharme y alentarme en los momentos difíciles, por compartir risas y lágrimas a lo largo de esta travesía. Tu apoyo ha sido un bálsamo en los momentos de incertidumbre.

Esta investigación está dedicada con amor y gratitud a cada uno de ustedes, por ser mis pilares, mi inspiración y mi razón de ser.

Con todo mi cariño,

Luis Eduardo Barrera Criollo

Agradecimiento

Me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que jugaron un papel importante en la realización de este trabajo de integración curricular.

En primer lugar, quiero agradecer a mis padres por su inquebrantable apoyo, amor y sacrificio a lo largo de mi vida y durante este arduo proceso de investigación. Su constante aliento y comprensión fueron fundamentales para lograr este objetivo. También quiero agradecer a mis queridas hermanas, que siempre estuvieron presentes brindándome su cariño y motivación. Su apoyo incondicional fue un pilar fundamental en cada etapa de este camino académico.

A mi gran amiga Andrea, gracias por tu sincera amistad, tus palabras de aliento y tu disposición para escucharme y ayudarme en los momentos más difíciles. Tu presencia fue un respiro en medio de las tensiones académicas.

Expreso mi gratitud al Mgtr. Fausto Boada, mi director de tesis, por su experta orientación, paciencia y dedicación. Sus consejos y sugerencias fueron invaluable para dar forma a este trabajo de investigación. También quiero agradecer a todos los profesores de la carrera por su enseñanza, inspiración y conocimientos compartidos. Cada uno de ustedes dejó una huella imborrable en mi formación académica y personal. A todos aquellos que de alguna manera contribuyeron a la culminación de este proyecto, mi más sincero agradecimiento. Sus aportes no pasaron desapercibidos y fueron fundamentales en este viaje hacia el logro de mis metas académicas.

¡Gracias!

Luis Eduardo Barrera Criollo

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	x
Índice de anexos.....	x
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Historia de la televisión	6
4.1.1 Historia de la televisión en Ecuador.....	7
4.2. Géneros y formatos televisivos	7
4.2.1. Géneros televisivos	7
4.2.1.1. Informativo.....	8
4.2.1.2. Opinión.....	8
4.2.1.3. Entretenimiento.....	9
4.2.1.4. Ficción.....	9
4.2.1.5. Cultural y Social.....	9
4.2.2. Formatos televisivos.....	10
4.2.2.1. Formatos de Información	10
4.2.2.1.1. Noticiero.....	10
4.2.2.1.2. Entrevista.....	11
4.2.2.1.3. Debate.....	11
4.2.2.1.4. Documental.....	11
4.2.2.1.5. Docudrama.....	12
4.2.2.2. Formatos de Ficción	12
4.2.2.2.1. Telenovela.....	12
4.2.2.2.2. El teleteatro.....	13

4.2.2.2.3. Series.....	13
4.2.2.2.4. Dibujos animados.....	13
4.2.2.3. Formatos de Entretenimiento	13
4.2.2.3.1. Musicales.....	13
4.2.2.3.2. Comedias.....	14
4.2.2.3.3. Deportivos.....	14
4.2.2.3.4. Reality Shows.....	14
4.2.3. Programas televisivos.....	15
4.3. Importancia del estudio del consumo y de la preferencia.....	15
4.3.1. Importancia del estudio de la tendencia del consumo	15
4.3.1.1. Tendencia de consumo de la televisión.....	15
4.3.1.2. Crecimiento o decrecimiento del consumo en la televisión.....	16
4.3.1.3. Nuevos hábitos de consumo televisivo de los usuarios.....	17
4.3.2. Importancia del estudio de la tendencia de la preferencia.....	18
4.3.2.1. Preferencia de los consumidores en la televisión.....	18
4.3.2.2. Factores que influyen en la elección de contenidos televisivos.....	18
5. Metodología.....	20
5.1. Metodologías Científicas	20
5.1.1. Metodología Exploratoria	20
5.1.3. Metodología Cualitativa.....	20
5.1.4. Metodología Cuantitativa.....	21
5.2. Técnicas de Investigación.....	21
5.2.1. Encuesta	21
5.3. Instrumentos de Investigación.....	22
5.3.1. Cuestionario de encuesta.....	22
5.4. Muestra.....	23
5.4.1. Catamayo.....	23
5.5. Canales de Televisión	24
5.5.1. TC Televisión.....	24
5.5.2. RTS	25
5.5.3. Telemazonas	26
5.5.4. Ecuavisa	26
5.5.5. Gama TV.....	27
5.5.6. Ecuador TV	28
6. Resultados	29
7. Discusión.....	55
8. Conclusiones.....	59

9. Recomendaciones.....	61
10. Bibliografía.....	63
11. Anexos.....	69

Índice de tablas:

Tabla 1. Género	30
Tabla 2. Edad.....	31
Tabla 3. Consumo de televisión	33
Tabla 4. Horario de consumo	35
Tabla 5. Canales de consumo	36
Tabla 6. Tiempo de consumo	38
Tabla 7. Géneros de consumo.....	40
Tabla 8. Formatos de consumo.....	42
Tabla 9. Programas de consumo	44
Tabla 10. Factores de selección	46
Tabla 11. Géneros de preferencia	49
Tabla 12. Formatos de preferencia	50
Tabla 13. Programas de preferencia	52

Índice de figuras:

Figura 1. <i>Tendencia de consumo con respecto a los contenidos televisivos</i>	16
Figura 2. <i>Tiempo dedicado en las Redes sociales, televisión tradicional e internet</i>	17
Figura 3. <i>Hábitos de consumo correspondiente a los formatos televisivos</i>	18
Figura 4. <i>Mapa del Cantón Catamayo</i>	23
Figura 5. <i>Ubicación del Canal TC Televisión</i>	25
Figura 6. <i>Ubicación del Canal RTS</i>	25
Figura 7. <i>Ubicación del Canal Teleamazonas</i>	26
Figura 8. <i>Ubicación del Canal Ecuavisa</i>	27
Figura 9. <i>Ubicación del Canal Gama TV</i>	27
Figura 10. <i>Ubicación del Canal Ecuador TV</i>	28
Figura 11. <i>Género</i>	30
Figura 12. <i>Edad</i>	32
Figura 13. <i>Consumo de televisión</i>	34
Figura 14. <i>Horario de consumo</i>	35
Figura 15. <i>Canales de consumo</i>	37
Figura 16. <i>Tiempo de consumo</i>	39
Figura 17. <i>Géneros de consumo</i>	41
Figura 18. <i>Formatos de consumo</i>	43
Figura 19. <i>Programas de consumo</i>	45
Figura 20. <i>Factores de selección</i>	46
Figura 21. <i>Formatos de preferencia</i>	51
Figura 23. <i>Programas de preferencia</i>	53

Índice de anexos:

Anexo 1. <i>Propuesta alternativa</i>	69
Anexo 2: <i>Aplicación de encuestas</i>	80
Anexo 3: <i>Fotografías</i>	80
Anexo 4: <i>Certificación de traducción del resumen</i>	81

1. Título

Análisis de consumo y preferencias de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo. Período septiembre, 2023

2. Resumen

Actualmente, la televisión enfrenta desafíos que amenazan su viabilidad y su sentido de existencia. Por lo tanto, la Tv como proveedor de servicios de información y entretenimiento, se ve obligada a enfrentar retos debido a los nuevos modelos comunicativos que han surgido debido a la aparición de plataformas audiovisuales. Entre los objetivos de la investigación, se pretendió analizar el consumo y preferencias de la televisión en los ciudadanos del cantón Catamayo (Loja-Ecuador), para determinar su cultura audiovisual y así lograr una propuesta de géneros, formatos y programas a partir de los hallazgos encontrados. A nivel de metodología, se recogió la opinión de la población objeto de estudio mediante la aplicación de un cuestionario que constó de 11 preguntas; con la aplicación de la misma, se obtuvo datos numéricos precisos sobre los consumos y preferencias de la muestra poblacional. En cuanto al consumo, el género más notable es el Informativo, representando por el 50%, siendo el formato principal el Noticiero con un 34,35%, seguido por el programa Televistazo con el 23%. En lo que respecta a la preferencia, destaca el género de Entretenimiento con un 52,20%, el formato de Deportes con un valor del 21,28%, mientras que el programa más destacado son las Eliminatorias con un 39,41%. Asimismo, se presentan una serie de conclusiones y propuestas donde ayudará a las industrias televisivas a saber que contenidos, tanto de géneros, formatos y programas televisivos tienen que realizar o poner en su parrilla para mantener la audiencia entretenida de acuerdo a sus preferencias.

***Palabras clave:** Preferencia televisiva; Programa de Televisión, televisión en Ecuador, Géneros y formatos televisivos*

Abstract

Nowadays, television is facing challenges that threaten its viability and sense of existence. Therefore, TV as a provider of information and entertainment services, is forced to face challenges due to the new communication models that have emerged due to the emergence of audiovisual platforms. Among the objectives of the research, it was intended to analyze the consumption and preferences of television in the citizens of the canton Catamayo (Loja-Ecuador), to determine their audiovisual culture and thus achieve a proposal of genres, formats and programs from the findings. In terms of methodology, the opinion of the population under study was collected through the application of a questionnaire consisting of 11 questions; with the application of the same, precise numerical data was obtained on the consumption and preferences of the population sample. In terms of consumption, the most notable genre is Informative, representing 50%, with the main format being News with 34.35%, followed by the program Televistazo with 23%. In terms of preference, the Entertainment genre stands out with 52.20%, the Sports format with a value of 21.28%, while the most outstanding program is the Playoffs with 39.41%. Likewise, a series of conclusions and proposals are presented, which will help television industries to know what contents, genres, formats and television programs they have to make or put in their schedules in order to keep the audience entertained according to their preferences.

Keywords: *Television preference; Television Program, television in Ecuador, Television genres and formats*

3. Introducción

La digitalización y la convergencia han generado cambios significativos en la producción y el consumo de contenido televisivo. Las cadenas autónomas de televisión pública enfrentan una doble transformación; la primera, modifica la cadena de distribución, que se amplía y diversifica mediante la incorporación de nuevos canales y plataformas como la web, redes sociales y aplicaciones móviles; la segunda modifica los patrones de consumo, convirtiendo a la audiencia de antes, considerada principalmente pasiva, en un componente interactivo del proceso de comunicación con los medios autónomos (Gómez-Domínguez, 2016).

El estudio de los patrones de consumo y las preferencias en la televisión es fundamental para el éxito de las empresas televisivas, los anunciantes y la industria del entretenimiento en su totalidad. De igual forma, esto ayuda a tomar decisiones informadas sobre programación, publicidad y creación de contenido, factores que pueden mejorar la satisfacción del público, la viabilidad financiera y la oferta de entretenimiento para los espectadores. Así pues, los estudios realizados sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de televisión de las personas de entre 12 y 65 años, desarrollarán una visión general de la demanda televisiva en la ciudad de Catamayo.

Los resultados proporcionarán datos sobre los programas de mayor audiencia, esto permitirá a las empresas televisivas adaptar su programación para atender de manera más efectiva las demandas de su público. Al conocer qué programas son los más favorecidos, es posible programar una mayor cantidad de episodios o temporadas, lo que a su vez incrementará la satisfacción de la audiencia y, en última instancia, reforzará tanto la fidelidad de los espectadores como la viabilidad económica de la empresa.

Suing et al. (2015) examinan la participación en programas de entretenimiento en Ecuador y ofrecen una perspectiva más amplia del panorama televisivo del país. En años recientes, la audiencia y las instituciones estatales de Ecuador han estado evaluando la calidad de la programación de televisión según Merino Rosero y Ortega (2021).

La investigación tiene como objetivo principal investigar el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional entre las personas de 12 a 65 años que viven en Catamayo. Período septiembre, 2023. Además, se han establecido tres objetivos específicos, el primero, consiste en analizar el consumo de los géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas objeto de estudio, así mismo, analizar la preferencia

de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en la muestra en cuestión y, posteriormente, realizar una propuesta de géneros, formatos y programas a partir del consumo y preferencia de los medios televisivos de cobertura nacional; entre la población a analizar.

Este trabajo de Integración Curricular, está estructurado de la siguiente manera: Resumen, en el que consta una síntesis de todo el trabajo; Introducción, muestra la importancia de la investigación, beneficios para el sector investigado y una breverelación con otros estudios realizados sobre el tema; Marco teórico, trata los antecedentes del tema y sistematización de conceptos fundamentales; Metodología, indica el área de estudio, las técnicas e instrumentos que se van a utilizar; Resultados, presenta los hallazgos encontrados tras la investigación; Discusión, compara los resultados con los aspectos más relevantes del marco teórico; Conclusiones, reflexiona en torno a los resultados que aportan el planteamiento del problema.

Finalmente, la bibliografía y los anexos, con el objetivo de dar una mayor claridad y comprensión de la investigación realizada.

4. Marco Teórico

4.1. Historia de la televisión

A lo largo de la historia, el desarrollo de la televisión ha significado una búsqueda constante del dispositivo adecuado para explorar la imagen visual. En sus orígenes, la televisión se desarrolló como un método manual para transmitir imágenes, aprovechando el espacio como medio de difusión. Años posteriores se convirtió en un sistema de comunicación que utilizaba ondas radioeléctricas para transmitir imágenes y sonidos a través del espacio. La prehistoria de la televisión se extiende desde finales del siglo XIX hasta 1935. Durante este período, un grupo de investigadores provenientes de Estados Unidos, Inglaterra, Francia y Alemania se propusieron transmitir imágenes a distancia, con el fin de brindar un servicio público que permitiera el envío de documentos para facilitar trámites burocráticos y/o administrativos. La televisión no fue creada por una necesidad inmediata del hombre, sino como un medio de transmisión de imágenes a distancia con fines burocráticos. Lo que no imaginaron jamás estos investigadores es que este descubrimiento lograría ejercer un fuerte papel en el desarrollo de las sociedades modernas, trascendiendo el medio de transmisión (Pauloni y Codoni, 2013, pp. 35–36).

En América Latina, la incorporación de la tecnología televisiva comenzó en la década de los años cincuenta en la mayoría de los países. Brasil, México, Argentina, Venezuela y Colombia iniciaron sus transmisiones entre 1950 y 1954. El Salvador, Uruguay y Nicaragua lo hicieron en 1956, mientras que Perú y Chile en 1958. Honduras, Ecuador y Guatemala se unieron en 1959. Para la década siguiente, Costa Rica y Panamá lo hicieron en 1960, Paraguay en 1965, y Bolivia en 1969 (Toussaint, 2017).

La empresa de servicios integrados de telecomunicaciones en Latinoamérica, CLARO (2023) indica que, en las décadas posteriores, la televisión continuó su evolución y transformación, introduciendo nuevos formatos de programas, expandiéndose a través de la televisión por cable y satélite, y popularizando los televisores de pantalla plana. En la actualidad, la televisión sigue siendo una de las formas más populares de entretenimiento y una herramienta clave para la difusión de noticias y contenidos educativos. Además, con la llegada de plataformas de video como Netflix, Prime Video, HBO Max, Disney+, Star+, entre otras, los espectadores pueden disfrutar de contenidos y producciones de una manera diferente, ya que se paga una suscripción mensual y se evita la aparición de publicidad durante la reproducción, a diferencia de la televisión convencional.

4.1.1 Historia de la televisión en Ecuador

La implementación de la televisión en Ecuador tuvo sus inicios en los años 50. En 1954, Gliford Hartwell decidió reparar un equipo de televisión que había sido abandonado en las bodegas de la empresa General Electric en Syracusa, Nueva York, donde trabajaba. La tarea de reparación llevó cuatro años, y en 1958 envió los equipos desde Nueva York para establecer la primera estación de televisión en el país. "Los equipos llegaron a Quito en enero de 1959". El 28 de julio de 1959 se realizaron algunas pruebas y se transmitieron las primeras señales al hogar del misionero Joe Springer. También se colocó una televisión portátil en el hospital de la misión para que pudieran recibir la señal. Posteriormente, se distribuyeron equipos de televisión en lugares estratégicos de Quito con el fin de continuar las pruebas y llegar a más espectadores. En la misma fecha se emitieron las primeras películas dobladas al español, donadas por la Embajada de los Estados Unidos, despertando así el interés de la población hacia este nuevo medio de comunicación (Ortíz León y Suing, 2016).

El 1 de junio de 1960 se otorgó permiso para operar la "Primera Televisión Ecuatoriana", denominada de esta forma ya que no existía competencia alguna esta tuvo su sede en Guayaquil y fue el Canal 4 que corresponde a RTS, Red Telesistema. un guayaquileño de apellido Noriega empezó a importar los primeros televisores marca Emerson, el objetivo era que la población adquiriera el producto, a bajo costo y buena calidad. Cabe recalcar que las primeras transmisiones se hicieron el 12 de diciembre de 1960, es por eso que ese día se celebra el día de la televisión ecuatoriana, luego años más tarde el 22 de febrero de 1974 Teleamazonas comenzaba sus transmisiones por lo que se lo considera como la primera red a color del país (Guerrero Córdova, 2010). El mismo autor menciona que la industria televisiva era privada y nace como un modelo anglo, siendo el Estado dueño de las frecuencias para esto se reservaba el derecho de concederlas, y esta transmitía programas estatales de educación y salud. Fue en la década de los sesenta que marca en el país un notable desarrollo, es así que nace: Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, Telecentro, Canal 10.

4.2. Géneros y formatos televisivos

4.2.1. Géneros televisivos

Los géneros pueden ser vistos como conjuntos de convenciones compartidas, no solo entre textos del mismo género, sino también entre textos y audiencias, textos y productores, y productores y audiencias. En el contexto televisivo, los géneros se

construyen principalmente siguiendo la narrativa aristotélica o tradicional, que prevalece en los medios de comunicación masiva. Estos géneros representan diferentes modos de narración. Una narración típicamente consta de una introducción que expone una situación dada, un desarrollo que implica la ruptura de esa situación y la aparición de un conflicto, y un desenlace que es la resolución o restauración del orden. Los géneros, por lo tanto, se relacionan con las formas en que se articula la disrupción y la restauración de ese equilibrio inicial (Mazziotti, 2001).

Así pues, como lo menciona Gordillo (2009) el impacto del género en la televisión no solo se limita a los procesos de producción y recepción, sino que también afecta los criterios de programación, así como elementos de competencia y rentabilidad. Si consideramos la televisión como una industria cultural única y altamente lucrativa dentro de los medios de comunicación masiva, debemos entender los géneros como fórmulas específicas de rentabilidad. Es decir, los géneros son productos audiovisuales comerciales que compiten en términos de índices de audiencia. En este sentido, según Suing, et al. (2015) los géneros televisivos son un conjunto de programas que se organizan según un conjunto de criterios de orden temático y expresivo, cultural y comunicacional.

4.2.1.1. *Informativo*. En la televisión, los géneros informativos, como la noticia, el reportaje, la entrevista y la crónica, incorporan tres dimensiones fundamentales: la palabra, la imagen y el sonido. La combinación de estas dimensiones y su fluidez en el discurso son características distintivas de la transmisión televisiva. La función principal de los géneros informativos es recopilar y presentar los acontecimientos de la comunidad. La información siempre está presente y los géneros, como herramientas de comunicación, permiten que esta información se trate o se produzca de una manera atractiva para luego ser expuesta al televidente (Ordoñez González, 2013).

4.2.1.2. *Opinión*. Este tipo de género posee una importante responsabilidad social. Su labor implica analizar los acontecimientos, comprender sus causas y establecer relaciones con otros sucesos que ocurren en la sociedad. Para lograr esto, es necesario contar con una visión global, un amplio conocimiento del tiempo presente, así como comprender las causas que influyen en la actualidad. Además, se requiere de un componente cultural que permita abordar temas de investigación profunda y revelar verdades significativas. Los géneros de opinión desempeñan un papel crucial como fuentes confiables para la sociedad puesto que actúan como formadores de la opinión pública, lo cual repercute de diversas formas en la sociedad, influyendo en aspectos

educativos, políticos, legales, económicos, culturales y sociológicos. Su influencia abarca múltiples ámbitos, y por tanto, se espera que proporcionen información veraz y fundamentada que contribuya al debate público y al entendimiento de la realidad (“Géneros Periodísticos de Televisión,” 2020).

4.2.1.3. Entretenimiento. Gordillo (2009), indica que los programas televisivos conocidos como "de entretenimiento" o "de variedades" se caracterizan por no tener una trama narrativa continua y no requieren la participación intelectual activa del espectador. En cambio, se centran en provocar una respuesta emocional en el público, ya que su principal objetivo es generar diversas emociones. Estos contenidos buscan suscitar una variedad de emociones en el espectador, que van desde la sorpresa y el sentimiento hasta la emoción y el humor. En lugar de presentar una historia estructurada, se centran en proporcionar diversión y entretenimiento a través de segmentos, actuaciones, juegos u otros recursos destinados a generar una respuesta emocional en el público.

4.2.1.4. Ficción. Los programas de ficción televisiva ofrecen una amplia variedad de fórmulas que son heterogéneas y están sujetas a cambios en las preferencias y gustos de la audiencia, así como a modas y tendencias. Por lo tanto, es importante considerar la producción de ficción televisiva como un hipergénero que engloba diversos subgéneros y formatos. Por un lado, es necesario tener en cuenta las diferencias culturales profundas entre diferentes contextos de producción, y, por otro lado, incluso dentro de un mismo entorno, existen múltiples estrategias y estilos narrativos. En este sentido, la ficción televisiva va más allá de ser un corpus coherente y homogéneo. Incluye aspectos como las características institucionales, las políticas de producción y las estrategias de posicionamiento de las cadenas de televisión. Además, se caracteriza por una pluralidad de fórmulas y géneros, lo que contribuye a la diversidad y variedad de la oferta televisiva en términos de ficción (Gordillo, 2009).

4.2.1.5. Cultural y Social. Las series de televisión han sido objeto de estudio en relación con el contexto social y cultural, a través de la observación de la identidad cultural. Esta perspectiva ha sido abordada por investigaciones que buscan comprender los mecanismos y factores que hacen de las series de televisión productoras de la identidad cultural de un territorio específico. Tanto los elementos textuales como los contextuales han sido identificados por diversos autores como aspectos que conectan la ficción televisiva con su entorno social, político y cultural (Villegas Simón, 2018). Estos estudios

buscan analizar cómo las series reflejan y moldean las características culturales de una sociedad, influyendo en la construcción de la identidad colectiva. Se examinan los temas, los personajes, las tramas y los valores representados en las series, así como el impacto que tienen en la audiencia y en la forma en que se percibe y se vive la cultura.

4.2.2. Formatos televisivos

El concepto de formato es fundamental en la programación televisiva, ya que constituye uno de los pilares fundamentales de las dinámicas mediáticas de producción y difusión. El formato se ha convertido en un instrumento regulador que facilita la interacción entre una fórmula televisiva y una comunidad de espectadores. Sin importar el contexto televisivo en el que se utilice, el término "formato" se refiere directamente a un concepto, modelo o esquema de transmisión televisiva que ha sido desarrollado y aprobado inicialmente en un país y posteriormente exportado o adquirido en otros mercados. El formato se entiende como una tipología de producción que se caracteriza por modos o variantes específicas de ciertos componentes estructurales (Lacalle, 2005). Esto implica que los formatos televisivos tienen una estructura predefinida que define la forma en que se presentan los contenidos, cómo se desarrollan las tramas y cómo se organizan los elementos visuales y narrativos. Estos formatos proporcionan una base sólida y reconocible para la producción televisiva, permitiendo que se adapten y se reproduzcan en diferentes contextos y mercados, asegurando así una mayor eficacia en la interacción con el público.

Por otro lado, es importante exponer que para Suing, et al. (2015) el formato de televisión es un conjunto de los elementos de los que se compone un programa, los elementos que permanecen invariables en cada una de sus emisiones; además es el modo de diseñar el producto televisivo, las formas que toma el producir, entretener, empaquetar, programar y mercadear la televisión.

4.2.2.1. Formatos de Información

4.2.2.1.1. Noticiero. López Cubino et al. (2014) sugiere que un noticiero es un programa de radio, cine o televisión que presenta noticias de actualidad. La noticia, a su vez, es la información sobre un acontecimiento reciente que resulta de interés. Es el elemento central de la información periodística y el género básico del periodismo. En una noticia, lo más importante es la novedad, es decir, la transmisión de un evento que ha ocurrido recientemente y la explicación inmediata de los hechos. Es relevante tener en cuenta que un evento se convierte en noticia por diversas razones, como su actualidad, su

cercanía al lector o audiencia, su importancia, su capacidad para generar emociones, los conflictos que plantea o su rareza, entre otros aspectos.

Estos factores determinan la relevancia y el interés que una noticia puede tener para el público. El objetivo del noticiario es ofrecer información actualizada y relevante, manteniendo al público informado sobre los acontecimientos más recientes y significativos.

4.2.2.1.2. Entrevista. La entrevista se describe como un diálogo planificado con un propósito específico más allá de una simple conversación. Es una herramienta especializada muy útil en la investigación cualitativa para obtener información (Díaz-Bravo et al., 2013).

En el contexto televisivo la entrevista es considerada como un género periodístico que se ha convertido en una herramienta esencial para los reporteros en la obtención de datos, testimonios y detalles sobre un acontecimiento que debe ser tratado como noticia en un programa informativo. Dado que el objetivo del presentador o conductor en el plató es crear noticias, la entrevista adquiere una gran importancia como un recurso fundamental para generar elementos que conformen una noticia transmitida en vivo (Parrini, 2008).

4.2.2.1.3. Debate. El debate es aquel método para resolver diferencias de opinión. La discusión crítica se considera racional cuando sigue un conjunto de reglas establecidas (Fuentes, 2009). Dentro del género general de los "talk shows" en televisión, el debate se encuentra como una categoría específica. Estos programas se centran en la comunicación verbal y en el intercambio de opiniones entre uno o varios presentadores y diversos invitados. El debate en televisión se caracteriza por tener rasgos distintivos propios (Gutiérrez Lozano, 2005).

4.2.2.1.4. Documental. El documental es un género que construye una ficción, partiendo de elementos obtenidos directamente de la realidad; su contenido puede abarcar temáticas científicas, culturales, educativas o históricas (Soler, 1997). Es importante resaltar que en el documental se considera que la realidad es algo que existe previamente a su representación y a la interpretación del espectador. De manera similar, la historia se presenta implícitamente como una serie de eventos pasados, preexistentes y externos al texto del documental, cuya relevancia y significado son contruidos y narrados en el documental mismo (HERNÁNDEZ CORCHETE, 2008).

4.2.2.1.5. Docudrama. El docudrama es un género que combina elementos tanto de la narración ficcional como de casos reales. En él se representan dramáticamente situaciones límites o extremas que han ocurrido en la vida real, pero se presentan de manera ficcionalizada y más libre. A diferencia de los formatos documentales o docureality, el docudrama no se adhiere estrictamente al caso de referencia, sino que permite la introducción de elementos ficticios. La música desempeña un papel importante en la narrativa al emocionalizar el relato y contribuir a una mayor libertad creativa (Fuenzalida, 2008). En este sentido, la clave para construir el docudrama como un género específico en el panorama audiovisual radica en lograr un equilibrio entre el drama, que implica una estructura narrativa y una actuación convincente, y el documental, que requiere una investigación adecuada respaldada por elementos estilísticos afines. Es esta combinación equilibrada la que define al docudrama como un género único en el ámbito audiovisual (Raventós et al., 2012).

4.2.2.2. Formatos de Ficción

4.2.2.2.1. Telenovela. La telenovela es uno de los géneros más populares y ampliamente difundidos a nivel nacional e internacional. Es un producto que combina dos aspectos fundamentales: por un lado, es un formato exitoso dentro de la industria televisiva como parte de la cultura de masas; por otro lado, es un espacio donde se establece la comunicación familiar y se expresan los afectos y desafectos. Siendo reconocida como uno de los géneros masivos más destacados en la industria televisiva y como un medio de entretenimiento cultural muy popular, la telenovela está en constante evolución, enriqueciéndose y renovándose con nuevos contenidos y temáticas actuales, adaptándose a los públicos contemporáneos y nacionales. Aunque mantiene algunas de sus características tradicionales, como tramas románticas y personajes femeninos, la telenovela también explora nuevos formatos narrativos y se atreve a formular interpretaciones o argumentos explicativos sobre la historia nacional y los aspectos sociales de la vida actual (Medina Cano, 2011).

Herrera Guerra (2019) indica que la telenovela se define como un melodrama televisado que se desarrolla en capítulos o episodios seriados que deben seguirse de manera consecutiva para comprenderla. Se distingue de otros géneros televisivos por su enfoque en una historia ordenada en la que el drama, la intriga y el suspenso desempeñan un papel fundamental en su estructura.

4.2.2.2.2. El teleteatro. El montaje del teleteatro significa un proceso de adaptación orientado por las condiciones de la televisión, como el tamaño de los estudios, el manejo del sonido, las cámaras, las luces y la escenografía absolutamente diferentes a las de la radio y el teatro, así como procedimientos de actuación que ya poco tenían que ver con el histrionismo hipostado del teatro o los énfasis de entonación y dicción del actor del radioteatro (Rey, 1998).

4.2.2.2.3. Series. Mateos-Perez (2021) señala que una serie de televisión es una producción audiovisual transmitida por un canal de televisión o una plataforma de video bajo demanda (VOD) que se emite en episodios sucesivos y mantiene una unidad argumental y temática entre ellos. Estas obras pueden constar de una estructura mínima de dos capítulos, como en el caso de algunas miniseries, o extender su narrativa a lo largo de varias temporadas. Las series han ganado atractivo y popularidad debido a su amplio potencial semántico, que se refleja en su valentía al abordar temas diversos, la construcción de personajes cada vez más complejos, la incorporación de múltiples lenguajes más allá del cinematográfico, y su capacidad de utilizar referencias e intertextualidad provenientes de la cultura popular (López Gutiérrez y Nicolás Gavilán, 2015).

4.2.2.2.4. Dibujos animados. Para comprender el concepto de dibujo animado, es importante tener en cuenta que el dibujo es una forma de expresión que se realiza a través de líneas, y la animación implica dar movimiento, vida y color; por lo tanto, los dibujos animados son representaciones gráficas que pueden expresar una amplia gama de emociones, situaciones y acciones mediante el uso del movimiento, la vitalidad y la incorporación de colores (Castro y Sánchez, 1999).

Los dibujos animados son muy populares y están al alcance de la mayoría de los niños, siendo utilizados como una herramienta para transmitir diversos valores culturales y educativos (Rajadell Puiggròs et al., 2005).

4.2.2.3. Formatos de Entretenimiento

4.2.2.3.1. Musicales. Un programa musical reúne a intérpretes de diversos géneros musicales en un espacio dedicado al entretenimiento y diversión del público. Estos programas pueden adoptar diferentes formatos, algunos presentados a través de vídeos, otros transmitidos en vivo, y algunos combinan información de la industria del espectáculo. Su objetivo principal es presentar y dar a conocer música de manera amplia y variada (Gallego Kremer et al., 1997).

El éxito de los programas de música se relaciona directamente con las emociones que la música despierta en la audiencia, por lo tanto, los contenidos se orientan hacia un tipo específico de oyente. Estos programas se caracterizan por ser más apreciados auditivamente que analizados minuciosamente, ya que no demandan tanta atención y esfuerzo por parte del público (Gobierno de Canarias, 2021).

4.2.2.3.2. Comedias. A lo largo de la historia de la televisión, la comedia ha sido uno de los géneros más exitosos y diversificados. En la programación televisiva, se pueden encontrar diversos formatos dentro de la categoría de comedia, como la comedia de situación, sketches cómicos, stand-ups, producciones animadas o programas de entrevistas nocturnos, entre otros (Bonaut Iriarte y Grandio Pérez, 2009). La comedia también es considerada como un género que tiene la capacidad de hacer reír al público y permitirles escapar de la realidad por un momento (Padilla Castillo y Requeijo Rey, 2010).

Las comedias centradas en un único protagonista combinan de manera equilibrada la vida profesional, familiar y sentimental de dicho personaje. En estas situaciones, el argumento se desencadena a menudo por un cambio drástico en la vida del personaje principal, como un cambio de carrera, de residencia, de situación sentimental, entre otros (Gómez Morales, 2020).

4.2.2.3.3. Deportivos. El deporte ha estado presente en la televisión desde el inicio de la programación regular, permitiendo el registro y la transmisión de diversos eventos. En sus inicios, se incorporó como parte de los informativos, brindando resultados de algunas disciplinas deportivas y adaptándose a los intereses de la población que seguía las distintas cadenas televisivas (Salvatori, 2013).

El deporte ha adquirido un papel fundamental en la programación de numerosos canales de televisión debido a las altas audiencias que puede generar. La transmisión de eventos deportivos de gran envergadura, como los Juegos Olímpicos, los Mundiales de fútbol o el Tour de Francia, atrae a un gran número de personas, tanto a nivel de espectadores como de participantes en la práctica deportiva. Además, esta repercusión en televisión también impulsa la venta de materiales y equipos relacionados con dichas disciplinas (Montín Sevilla, 2008).

4.2.2.3.4. Reality Shows. Los reality shows televisivos son programas en los que participan personas no profesionales que conviven y reaccionan de manera espontánea

frente a diversas situaciones, con el objetivo de superar a sus oponentes en una competencia constante, todo ello bajo la vigilancia de cámaras estratégicamente ubicadas. Aunque los contenidos varían entre los diferentes espectáculos dentro de este género, dos elementos se repiten constantemente: la competencia y las relaciones romántico-sexuales (Perales Bazo, 2011).

4.2.3. Programas televisivos

El programa de televisión es la unidad básica de la parrilla de programación de una cadena de televisión. El esquema jerárquico: género representa la categoría mayor, seguido por el formato, y, por último, el programa, que implica la materialización audiovisual del proyecto (Suing, et al., 2015).

4.3. Importancia del estudio del consumo y de la preferencia

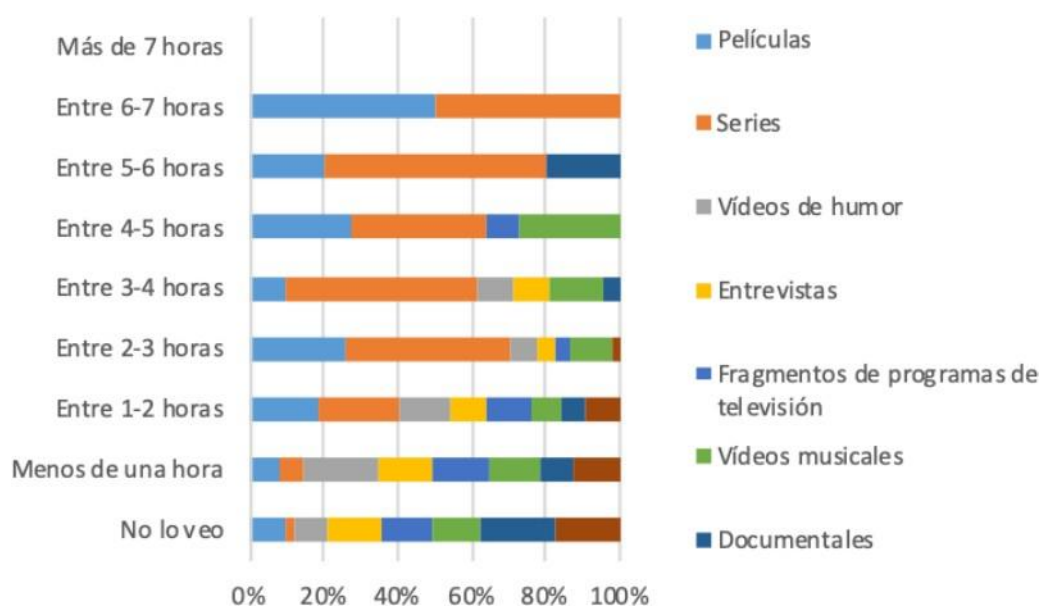
4.3.1. Importancia del estudio de la tendencia del consumo

Las tendencias de consumo son indicadores sociales que reflejan las preferencias y comportamientos de un grupo o colectivo de personas que buscan diferenciarse. Estas tendencias han captado la atención de los mercados debido a su capacidad para influir en la transformación social e individual. Esto ha motivado a las industrias y a los consumidores a buscar sus propias características distintivas, aportando valor y significado a sus acciones diarias (Reyes Carvajal, 2019).

4.3.1.1. Tendencia de consumo de la televisión.

Según un estudio realizado en el año 2020, los resultados que presenta con respecto a la tendencia de consumo de la televisión son los siguientes:

Figura 1. *Tendencia de consumo con respecto a los contenidos televisivos*



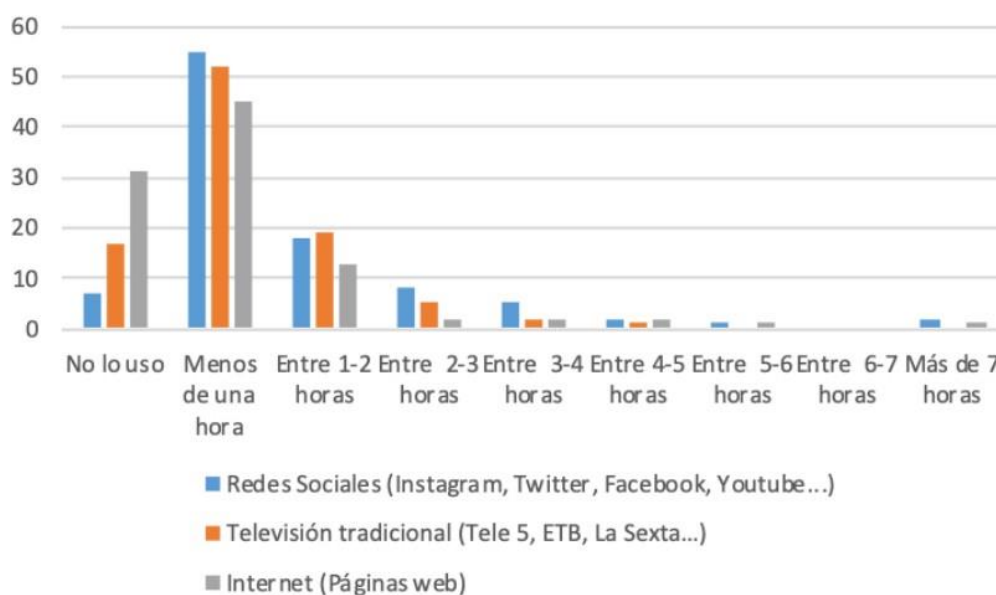
Nota. Datos obtenidos del artículo titulado “PANDEMIA, CONSUMO AUDIOVISUAL Y TENDENCIAS DE FUTURO EN COMUNICACIÓN” realizado por Arana Arrieta et al. (2020).

En la figura se evidencia que el tipo de contenido audiovisual que mayoritariamente consumen están dentro de los formatos de ficción y dentro de ellos las películas y las series; mientras que los formatos menos consumidos son los documentales y las entrevistas.

4.3.1.2. Crecimiento o decrecimiento del consumo en la televisión.

En la actualidad, el acceso a la televisión se puede efectuar a través de múltiples dispositivos, suscitando nuevas manifestaciones en materia de hábitos de consumo y potenciando la interactividad y la personalización (Forteza Martínez et al., 2021); por lo tanto, la forma en que se consumen los contenidos audiovisuales ha cambiado. Las personas no se limitan simplemente a ver la televisión, sino que, con el avance de la tecnología y la presencia de las redes y los medios virtuales, han surgido nuevas opciones más atractivas para los espectadores. Entre estas propuestas se encuentran las plataformas de entretenimiento (Arana Arrieta et al., 2020). Esto se evidencia en la siguiente figura:

Figura 2. *Tiempo dedicado en las Redes sociales, televisión tradicional e internet*

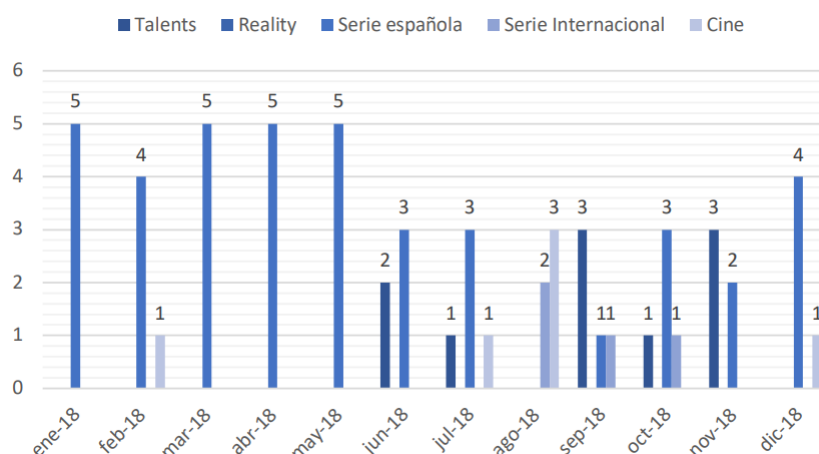


Nota. Datos obtenidos del artículo titulado “PANDEMIA, CONSUMO AUDIOVISUAL Y TENDENCIAS DE FUTURO EN COMUNICACIÓN” realizado por Arana Arrieta et al. (2020).

4.3.1.3. Nuevos hábitos de consumo televisivo de los usuarios. La televisión está experimentando una clara renovación debido a los procesos de convergencia mediática. Los avances tecnológicos recientes han alterado la manera en que se ve y se experimenta el contenido, lo que ha llevado a la creciente adopción de un tipo de consumo: el visionado en diferido. Este tipo de consumo se está consolidando cada vez más entre la audiencia, ya que permite adaptarse a nuevas definiciones de tiempo y espacio (González Neira y Fernández Martínez, 2019). Esto se explica porque, en el ámbito de las aplicaciones, cada día aparecen nuevas plataformas que fomentan el cambio en los hábitos de consumo (Forteza Martínez et al., 2021).

En la siguiente figura se muestra que lo que más consumen usuarios son los reality shows, mismos que se encuentran dentro de los formatos de entretenimiento.

Figura 3. Hábitos de consumo correspondiente a los formatos televisivos



Nota. Datos obtenidos del artículo titulado “NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO: RETOS DE LA AUDIENCIA EN DIFERIDO” realizado por González Neira y Fernández Martínez (2019).

4.3.2. Importancia del estudio de la tendencia de la preferencia

Las preferencias son temas grandes que no se puede establecer con una pequeña muestra, pero puede dar un indicador que direcciona el tipo de programación y cuáles son los programas con más acogida (Almachi Taco y Pilicita Sepa, 2018).

4.3.2.1. Preferencia de los consumidores en la televisión.

Un estudio realizado por Suing et al. (2018) indica que los contenidos preferidos por los jóvenes ecuatorianos son: comedias, ficción-acción, dibujos animados, música y deportes. En las ciudades principales de Ecuador, como Quito y Guayaquil, los medios de comunicación utilizados para acceder a la información son la televisión, Internet, la radio y los periódicos. Para los adolescentes ecuatorianos de 16 a 17 años, Internet es su principal fuente de información, seguido de la televisión.

4.3.2.2. Factores que influyen en la elección de contenidos televisivos.

Morla Vera (2020) indica que los factores que influyen en la elección de contenidos televisivos son:

- **Publicidad repetitiva:** Cortes publicitarios que quitan el deseo de gozar una programación exclusiva.
- **Grabación de contenidos:** La tecnología ha creado dispositivos que permitengrabar y reproducir todo tipo de canales en cualquier tipo de televisor.
- **Variación de programación:** Diversidad de programas, series, películas, documentales, novelas, entre otras.

- **Evolución y actualización de programación:** La televisión nacional tiene que pagar a los extranjeros para mostrar los programas de moda.
- **Tiempo del usuario:** Los consumidores no tienen la posibilidad de ver el contenido de su preferencia en el momento o en el lugar que ellos deseen.

5. Metodología

5.1. Metodologías Científicas

5.1.1. Metodología Exploratoria

El método o estrategia de investigación depende del alcance de la investigación, incluido el diseño, los procedimientos y otros de sus componentes. Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y generalmente anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos. Los estudios descriptivos comúnmente son la base de las investigaciones correlacionales, las cuales, a su vez, proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan comprensión del problema y resultan más sólidas (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). Asimismo, Ramos Galarza (2020) indica que, en el alcance exploratorio, la investigación es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características.

En la presente investigación, la metodología exploratoria se relacionó con la información que se obtuvo para identificar la frecuencia en la cual se presenta el fenómeno de interés, en este caso, datos sobre el consumo y preferencia en cuanto a los géneros, formatos y programas televisivos de las personas residentes de la ciudad de Catamayo.

Para el desarrollo del proyecto, se realizó una investigación *In situ* en la ciudad de Catamayo para preparar y analizar el terreno con la finalidad de comprender el problema, ya que previo a una revisión bibliográfica no se encontró información sobre el tema en cuestión.

5.1.3. Metodología Cualitativa

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). En este sentido, la metodología cualitativa es definida como aquella investigación que produce datos descriptivos y se caracteriza por ser interpretativa y se la lleva a cabo en determinados grupos sociales, cuya participación es activa durante todo el desarrollo del proceso investigativo, a fin de conocer y generalizar la realidad natural de la comunidad (Escudero Sánchez & Cortez Suárez, 2018).

La metodología cualitativa se relacionó con la presente investigación en cuanto a

los datos descriptivos que fueron interpretados a través de un análisis con el fin de determinar aspectos relevantes sobre los géneros, formatos y programas televisivos de las personas residentes de la ciudad de Catamayo.

Para la ejecución de este proyecto se adquirió información mediante una encuesta sobre la perspectiva de los factores relevantes en los cuales se basan para realizar la elección de la programación, esto se hizo a través de preguntas sobre las siguientes temáticas: horario de consumo, canales, géneros y formatos televisivos.

5.1.4. Metodología Cuantitativa

Las investigaciones cuantitativas utilizan la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

El diseño de la investigación cuantitativa constituye el método experimental común de la mayoría de las disciplinas científicas. Así pues, la metodología cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor (Neill & Cortez Suárez, 2018).

En la presente investigación, se recopilaron y analizaron los datos de orden numérico obtenidos de la aplicación de las encuestas para determinar información estadística sobre el consumo y preferencia en relación a los géneros, formatos y programas televisivos de las personas residentes de la ciudad de Catamayo.

Una vez aplicadas las encuestas, se tabuló cada una de las respuestas de los encuestados; es decir, de los residentes de la ciudad de Catamayo; de esta manera se obtuvieron datos cuantitativos y precisos sobre el consumo y preferencia televisiva de la muestra seleccionada.

5.2. Técnicas de Investigación

5.2.1. Encuesta

Katz et al. (2019) define a la encuesta como una técnica de producción de datos que, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados, permite indagar sobre múltiples temas de los individuos o grupos estudiados: hechos, actitudes, creencias, opiniones, pautas de consumo, hábitos, prejuicios predominantes e intenciones de voto.

Al igual que Kantz, López-Roldán & Fachelli (2015) indica que la encuesta se considera como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida.

Tomando en consideración que la encuesta es una de las técnicas más utilizadas en el ámbito de la investigación cuantitativa, en la presente investigación se utilizó la misma para generar información estadística sobre el consumo y preferencia en cuanto a los géneros, formatos y programas televisivos de las personas residentes de la ciudad de Catamayo.

La encuesta al tener como instrumento al cuestionario, sirvió como herramienta para la recogida de datos que, mediante la serie de preguntas formuladas en función del horario de consumo, canales, géneros y formatos televisivos, mismas que se administraron a la muestra seleccionada, a partir de las cuales se obtuvieron datos cuantitativos y precisos sobre el consumo y preferencia de los géneros, formatos y programas televisivos que serán tabulados para generar información estadística.

5.3. Instrumentos de Investigación

Los instrumentos de recolección de datos en investigación científica se emplean de manera distinta de acuerdo tipo de investigación, al objetivo y técnica seleccionada (Cisneros-Caicedo et al., 2022). Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente, se aplica un instrumento para medir las variables de interés, esa medición es efectiva cuando el instrumento de recolección de datos en realidad representa a las variables (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

La investigación se realizó mediante la técnica de la encuesta; en este sentido, la herramienta que se utilizó para implementar esta técnica fue un cuestionario.

5.3.1. Cuestionario de encuesta

El cuestionario es un instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista o encuesta donde es característico el anonimato del sujeto (López-Roldán & Fachelli, 2015). Asimismo, Meneses (2016) menciona que un cuestionario es el instrumento estandarizado que empleamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con

metodologías de encuestas. En pocas palabras, se podría decir que es la herramienta que permite al científico social plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, empleando el tratamiento cuantitativo y agregado de las respuestas para describir a la población a la que pertenecen y/o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre medidas de su interés.

Dentro del cuestionario de esta investigación, se plantearon 11 preguntas, mismas que apuntaron a recopilar información de tendencias de consumo y preferencias de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas residentes en la ciudad de Catamayo.

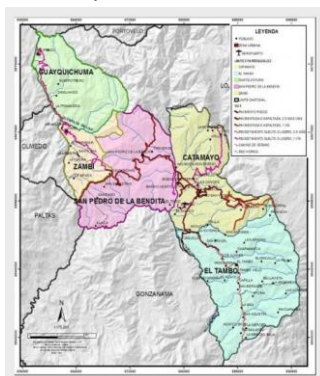
5.4. Muestra

5.4.1. Catamayo

Catamayo está ubicado al sur del país, pertenece a la provincia de Loja. Se localiza al oeste de la ciudad de Loja, siendo sus límites: al norte por la provincia de El Oro y el cantón Loja, al sur con los cantones Gonzanamá y Loja, al este por el cantón Loja y al oeste por el cantón Chaguarpamba y el cantón Olmedo (GAD Municipal Catamayo, 2023).

Este estudio se llevó a cabo en la Ciudad de Catamayo con el propósito de obtener información estadística sobre las preferencias y el consumo de géneros, formatos y programas televisivos entre los residentes. Además, se analizó la cultura de consumo televisivo en este contexto. Los datos recopilados se utilizaron para desarrollar una propuesta dirigida a quienes trabajan en la producción audiovisual y los canales de televisión locales, con el fin de mejorar y adecuar su oferta de contenidos de acuerdo a las preferencias identificadas en la audiencia de esta ciudad.

Figura 4. Mapa del Cantón Catamayo



Nota. La figura muestra el mapa del Cantón Catamayo. Fuente: GAD Municipal Catamayo (2023).

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Catamayo, al año 2020, existen 35.961 habitantes (GAD Municipal de Catamayo, 2019). A partir de esta cifra se obtendrá una muestra a través de la siguiente fórmula:

FORMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z =	nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
p =	Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
q =	Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
	Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o nó el atributo, se asume 50% para p y 50% para q
N =	Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)
e =	Error de estimación máximo aceptado
n =	Tamaño de la muestra

Una vez aplicada la fórmula (Ver Anexo A) se determinó que el número de habitantes a quienes se aplicó las encuestas es de 380, pero se redondeó a 400 encuestas la que nos permitirá abarcar toda la población de Catamayo.

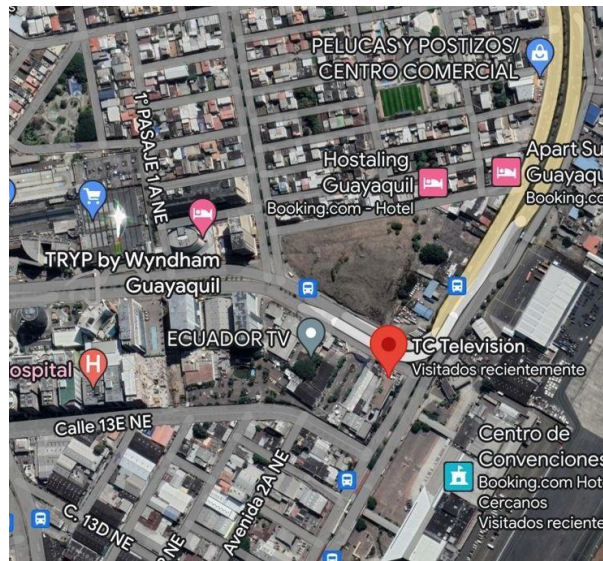
5.5. Canales de Televisión

Los canales que se presentan a continuación, han sido seleccionados para el desarrollo de la presente investigación puesto que son de señal abierta y de cobertura nacional, los cuales son de fácil acceso para la mayoría de la población.

5.5.1. TC Televisión

TC Televisión es una empresa del sector televisivo, ubicada en Av. de las Américas y Calle Abel Romeo Castillo del Cantón Guayaquil, provincia GUAYAS (EDINA, 2022b).

Figura 5. *Ubicación del Canal TC Televisión*

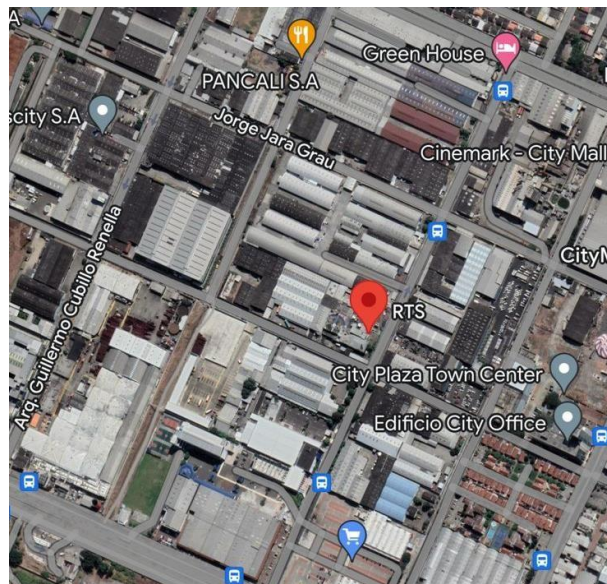


Nota. La figura muestra la ubicación del Canal TC Televisión. Fuente: Google (s.f.-e).

5.5.2. RTS

RTS es una empresa del sector televisivo, ubicada en Av. J Tanca Marengo Km 4.5, 2do Pasaje 32 N. O. y Calle 18H N.O. (lomas de Prosperina), Cantón Guayaquil, provincia GUAYAS (EDINA, 2022a).

Figura 6. *Ubicación del Canal RTS*

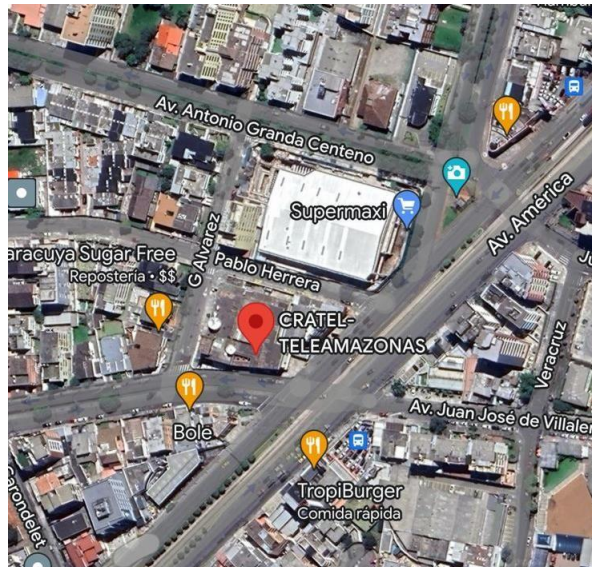


Nota. La figura muestra la ubicación del Canal RTS. Fuente: Google (s.f.-d).

5.5.3. Teleamazonas

Teleamazonas es una empresa del sector televisivo, ubicada en Antonio Granda Centeno Oe4-29 Y Av. Brasil del Distrito Metropolitano de Quito, perteneciente a la provincia de Pichincha (NEXDU, 2023).

Figura 7. Ubicación del Canal Teleamazonas

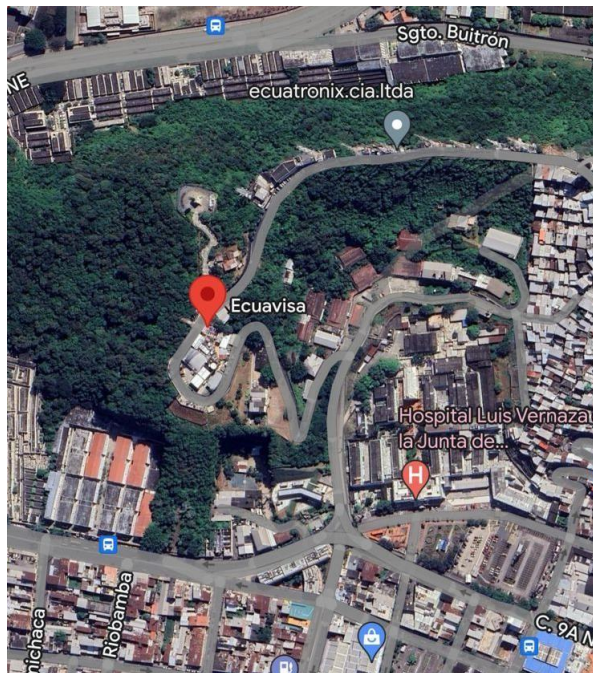


Nota. La figura muestra la ubicación del Canal Teleamazonas. Fuente: Google (s.f.-f)..

5.5.4. Ecuavisa

Ecuavisa es una de las principales cadenas privadas de televisión en Ecuador, cuya principal actividad es la operación del canal de televisión privada del mismo nombre en Ecuador; está operada por Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A., en la ciudad de Guayaquil, y por Televisora Nacional Canal 8 C.A., en la ciudad de Quito (Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador, 2020).

Figura 8. *Ubicación del Canal Ecuavisa*

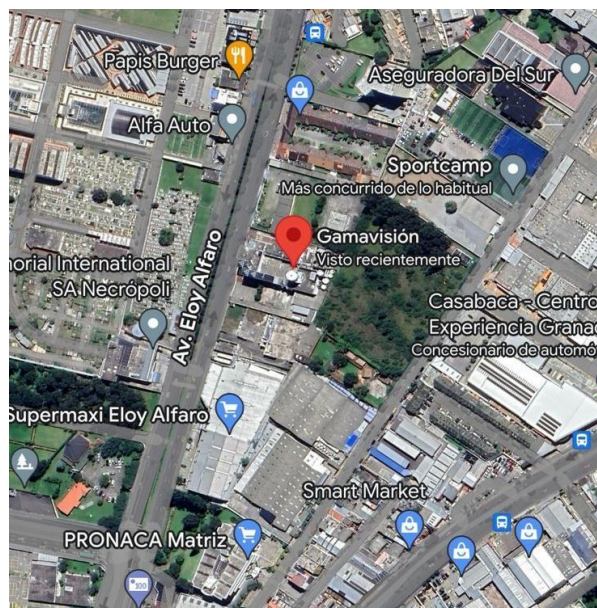


Nota. La figura muestra la ubicación del Canal Ecuavisa. Fuente: Google (s.f.-b).

5.5.5. Gama TV

GamaTV es una cadena pública de televisión ecuatoriana. Figura en el puesto N° 5 entre los 15 canales más representativos del Ecuador según el ranking de la revista Vistazo. Su señal se encuentra disponible en Ecuador en el Canal 2 en Quito, Canal 8 en Guayaquil y Canal 9 en Cuenca (DOPTUS, 2024).

Figura 9. *Ubicación del Canal Gama TV*

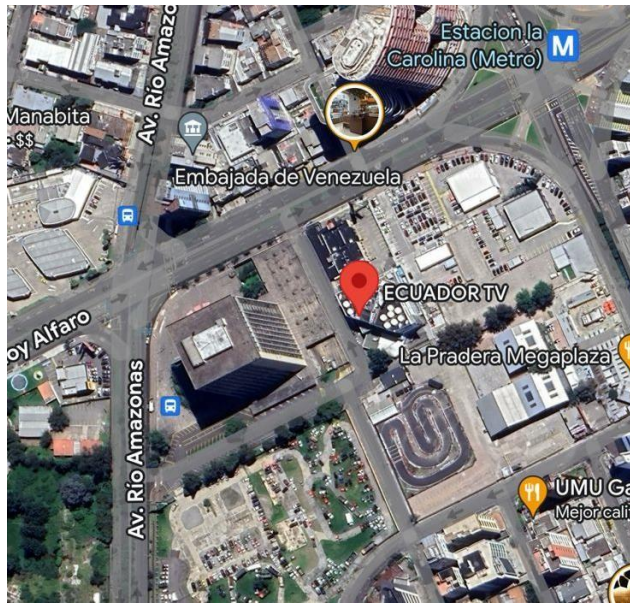


Nota. La figura muestra la ubicación del Gama TV. Fuente: Google (s.f.-c).

5.5.6. Ecuador TV

Es un canal impulsado principalmente por el Ministerio de Cultura del Ecuador y tiene como misión, promover la cultura nacional y su identidad, así como contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población y defender el patrimonio ecológico (Sandoval, 2009).

Figura 10. *Ubicación del Canal Ecuador TV*



Nota. La figura muestra la ubicación del Ecuador TV. Fuente: Google (s.f.-a).

6. Resultados

La presentación de datos en forma de tablas y figuras permite una visualización clara y concisa de los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo, facilitando una comprensión más profunda de la tendencia del consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, en el periodo septiembre 2023.

Desarrollo del Objetivo Específico Nro. 1: Analizar el consumo de los géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 y 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.

En la presente investigación se utilizaron 3 metodologías, primero, la metodología exploratoria que es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características (Ramos Galarza, 2020); segundo, la metodología cualitativa que es aquella que produce datos descriptivos y se caracteriza por ser interpretativa y se la lleva a cabo en determinados grupos sociales, a fin de conocer y generalizar la realidad natural de la comunidad (Escudero Sánchez & Cortez Suárez, 2018); y tercero, la metodología cuantitativa que es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados, ya que su propósito es cuantificar el problema (Neill & Cortez Suárez, 2018).

En cuanto a la técnica, se utilizó la encuesta la cual se define como una técnica de producción de datos que, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados, permite indagar sobre múltiples temas de los individuos o grupos estudiados (Katz et al., 2019). Por otro lado, un instrumento de medición se aplica para medir las variables de interés (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). En este caso, para el desarrollo de la presente de la investigación se utilizó el cuestionario como instrumento de recogida de los datos (de medición) mediante la encuesta donde es característico el anonimato del sujeto (López-Roldán & Fachelli, 2015).

A través de la fórmula para el cálculo de muestras para poblaciones finitas, se determinó que el valor de la muestra es de 380 personas, la misma que se redondeó a 400; sin embargo, se aplicaron 705 encuestas con el afán de obtener 400 hábiles con datos que se puedan tabular y analizar en lo que respecta al consumo y preferencia de televisión de la ciudadanía catamayense. Esta muestra se segmentó en diferentes rangos de edad, cada uno conformado por 66 individuos, distribuidos equitativamente en 33 hombres y 33

mujeres.

Para el cumplimiento del objetivo específico Nro. 1, se exploran las siguientes variables que son el género; edad; hábito de consumo; horario y tiempo de visualización; canales de televisión; y, géneros, formatos y programas de consumo.

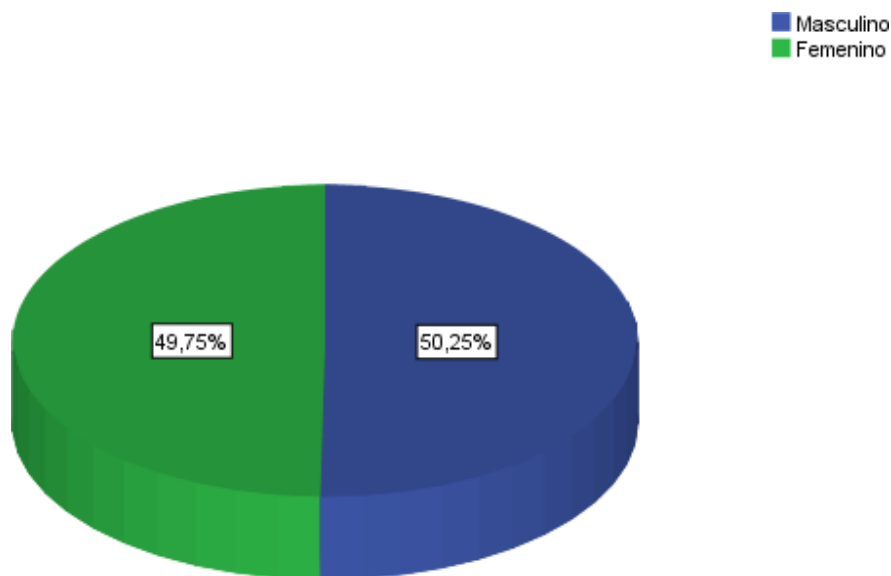
Pregunta Nro. 1: Seleccione su género

Tabla 1. Género

<u>Variable</u>	<u>Muestra</u>	<u>Porcentaje</u>
Género		
<u>Masculino</u>	<u>201</u>	<u>50,2</u>
<u>Femenino</u>	<u>199</u>	<u>49,8</u>
<u>Total</u>	<u>400</u>	<u>100,0</u>

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 11. Género



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

En la figura 11 se puede apreciar una distribución equitativa entre los participantes hombres y mujeres, con 201 respuestas provenientes del grupo masculino, lo cual representa el 50,25%, y 199 respuestas del grupo femenino, que equivale al 49,75%. Esta proporción refleja una representación equitativa de géneros en la muestra total de 400 respuestas. Este análisis cuantitativo muestra una distribución equitativa y completa de participantes entre los géneros en la muestra proporcionada.

Análisis Cualitativo:

En cuanto al análisis cualitativo, la igualdad en la participación de hombres y mujeres fortalece la validez y objetividad de los resultados, ya que se evitan sesgos relacionados con la representatividad de ambos géneros. De esta manera, las opiniones y perspectivas de ambos géneros están adecuadamente reflejadas en la investigación. Además, se destaca la importancia de considerar la equidad de género al interpretar los hallazgos, lo cual resalta la validez de la investigación en términos de inclusividad y diversidad de perspectivas. Siguiendo esta línea, Dema Moreno & Díaz Martínez (2014) mencionan que tener información desagregada por sexo es lo mínimo necesario, pero no es suficiente. Cualquier dato obtenido es el resultado de una investigación, hipótesis, preguntas, respuestas y análisis estadístico. Por lo tanto, cualquier proceso de obtención de datos que no incorpore de manera sistemática la perspectiva de género, es decir, que no evalúe en cada etapa si la técnica utilizada revela u oculta las diferencias entre hombres y mujeres, generará datos sesgados por género. Dema Moreno & Díaz Martínez (2014)

Pregunta Nro. 2: Seleccione su edad

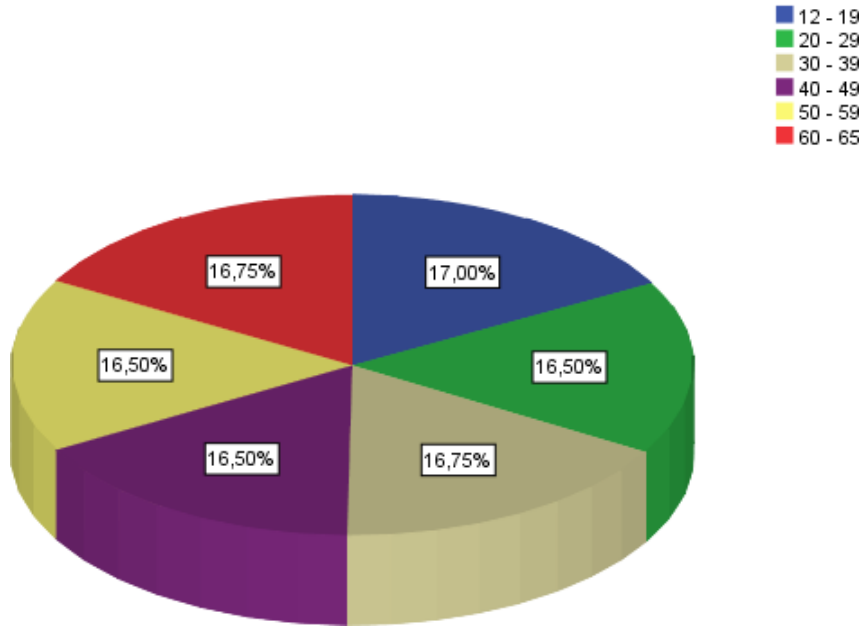
Tabla 2. Edad

Variable	Muestra	Porcentaje
Edad		
12 - 19	68	17,0
20 - 29	66	16,5
30 - 39	67	16,8
40 - 49	66	16,5
50 - 59	66	16,5
60 - 65	67	16,8
Total	400	100,0

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de

la ciudad de Catamayo.

Figura 12. Edad



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

En la Figura 12 se puede observar que la mayoría de los participantes se encuentran en el rango de edad de 12 a 19 años, con un total de 68 respuestas, lo que representa el 17,0% del total de la muestra. Los rangos de edad de 30 a 39 años y de 60 a 65 años muestran una frecuencia de 67 respuestas cada uno, lo que equivale al 16,75%. Por otro lado, los rangos de edad de 20 a 29 años, de 40 a 49 años y de 50 a 59 años también presentan una frecuencia significativa de 66 respuestas cada uno, lo que equivale al 16,5% del total. Esto proporciona una visión detallada de la composición demográfica en términos de edades, destacando la presencia equitativa de los participantes en diferentes grupos de edad y permitiendo una comprensión completa de la distribución de la muestra.

Análisis Cualitativo:

En relación con el análisis cualitativo, la igualdad en la participación de hombres

y mujeres, fortalece la validez y objetividad de los resultados porque se evitan sesgos que se producen en función a la representatividad de ambos géneros. Por lo tanto, se aprecia y se reflexiona debidamente, en la investigación, la información de ambos sexos. Además, se destaca que debe prestarse atención en la interpretación de los resultados a la equidad de sexual que valora la validez de la investigación, en términos de inclusividad y diversidad de los resultados de su interpretación. De acuerdo con esto, Dema Moreno & Díaz Martínez (2014) menciona que hay que tener en cuenta la información diferenciada por sexo cuando se representa lo mínimo respeto lo que se puede hacer, sin embargo, no es suficiente. Cualquier información es evidencia de la investigación, las hipótesis, las preguntas, las respuestas y el proceso de información. Por lo tanto, cualquier proceso de obtención de datos que no incorpore de manera sistemática la perspectiva de género, es decir, que no evalúe en cada etapa si la técnica utilizada revela u oculta las diferencias entre hombres y mujeres, generará datos sesgados por género. Dema Moreno & Díaz Martínez (2014)

Pregunta Nro. 3: ¿Ud. consume televisión abierta de cobertura nacional?

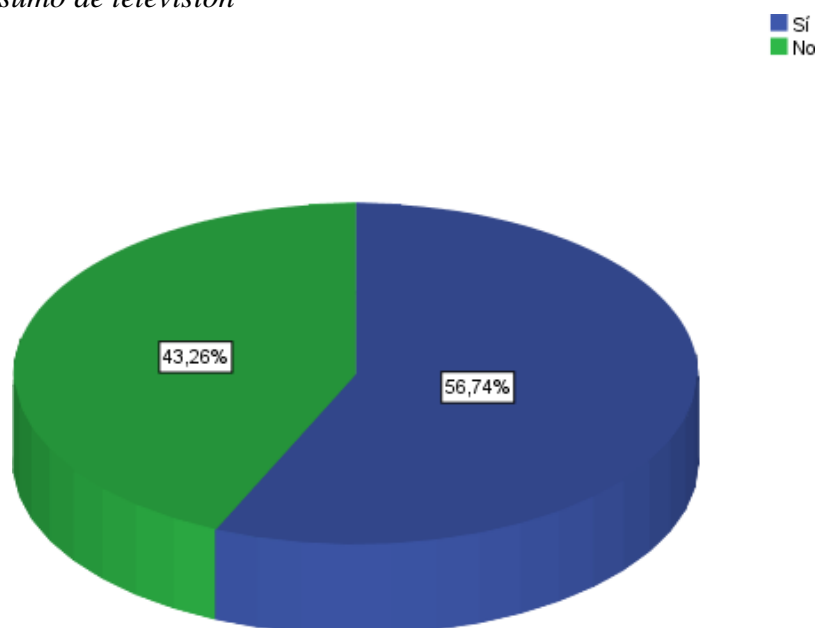
Se elaboraron 705 encuestas para asegurar la obtención de 400 encuestas con respuestas afirmativas en relación con la variable de consumo de televisión, la cual es fundamental para cumplir con el valor de la muestra. Esto se debe a que las encuestas con respuestas negativas no aportan información sobre el consumo televisivo y, por ende, no son útiles para el desarrollo de la investigación.

Tabla 3. *Consumo de televisión*

<u>Variable</u>	<u>Muestra</u>	<u>Porcentaje</u>
Hábito de Consumo <u>Sí</u>	<u>400</u>	<u>56,7</u>
<u>No</u>	<u>305</u>	<u>43,3</u>
Total	705	100,0

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 13. *Consumo de televisión*



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

La Figura 13 revela que el 56.74%, equivalente a 400 de las personas encuestadas, afirman que consumen televisión, mientras que el 43.26%, representado por un total de 305 personas, indican que no lo hacen.

Análisis Cualitativo:

Los resultados presentan una divergencia en las formas en que los encuestados respondieron sobre si ven televisión o no. La mayoría de los encuestados declararon que ven televisión, y una minoría dijo que no, presumiblemente, porque, como Rodríguez San Julián et al. (2012) indican, la televisión sigue siendo el medio de comunicación preferido para entretenimiento para la mayor parte de la población. Las variaciones en estas respuestas pueden ser rastreadas a varios factores que pueden influir en las decisiones de consumo ya sea por preferencia, por el acceso a otras formas de entretenimiento, como la información y las redes sociales, o por el simple cambio de patrones de consumo de medios en la nueva era. Adicionalmente, puede que estos disparadores estén relacionados a diferencias generacionales o culturales en la percepción y uso de la televisión como un medio comunicación.

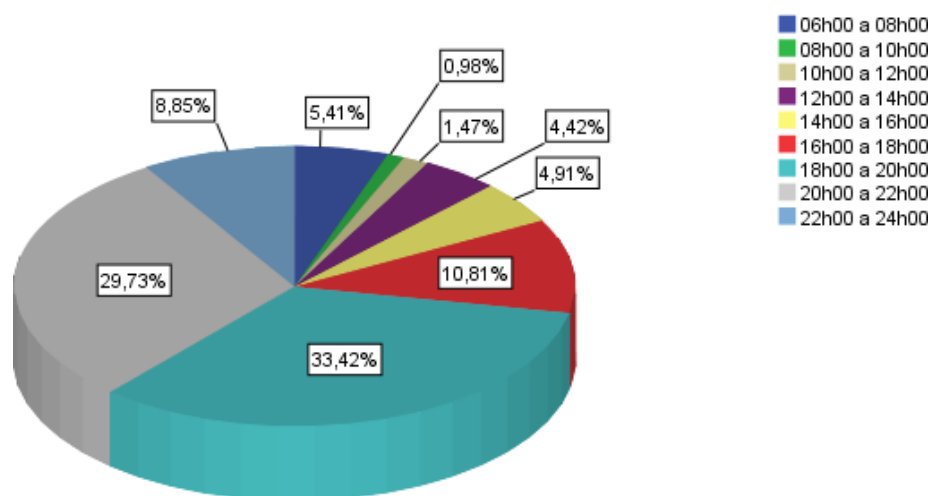
Pregunta Nro. 4: ¿En qué horarios consume televisión abierta?

Tabla 4. Horario de consumo

Variable	Respuestas		
	N	Porcentaje	
Horario de consumo	06h00 a 08h00	22	5,4%
	08h00 a 10h00	4	1,0%
	10h00 a 12h00	6	1,5%
	12h00 a 14h00	18	4,4%
	14h00 a 16h00	20	4,9%
	16h00 a 18h00	44	10,8%
	18h00 a 20h00	136	33,4%
	20h00 a 22h00	121	29,7%
	22h00 a 24h00	36	8,8%
Total	407	100,0%	

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 14. Horario de consumo



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

La figura 14 revela que la mayoría de las respuestas se concentran en los intervalos de tiempo de 18h00 a 20h00 y de 20h00 a 22h00, representando el 33,42% y el 29,73%, respectivamente. Estos dos intervalos de tiempo suman el 63,15% de las respuestas, lo que indica una clara preferencia por ver televisión en las tardes y noches.

Por otro lado, el intervalo de tiempo de 16h00 a 18h00 representa el 10,81%, seguido del intervalo de tiempo de 22h00 a 24h00 con un valor de 8,85%. Otros intervalos de tiempo de consumo incluyen los rangos de 06h00 a 08h00, 12h00 a 14h00 y 14h00 a 16h00, con un valor de 5,41%, 4,42% y 4,91% respectivamente. En contraste, los intervalos de tiempo de 08h00 a 10h00 y de 10h00 a 12h00 registran los porcentajes más bajos, con el 0,98% y 1,47% respectivamente. Este análisis proporciona una visión detallada de las preferencias de tiempo para el consumo de televisión en la muestra, destacando los intervalos de mayor y menor interés.

Análisis Cualitativo:

La mayoría de comentarios se basan en el hecho, que las horas de 18h00 a 20h00, y de 20h00 a 22h00, optan claramente por la televisión en relación con la tarde y la noche, lo que indica que los participantes de estudio proporcionaron una respuesta cualitativa de este tipo. Posiblemente los usuarios pueden presentar su atención en la televisión, después de un día de trabajo, “normalmente cuando uno llega a su casa enciende la televisión y empieza a buscar los canales, las películas o lo que haya mientras ven que les capta la atención.” (Morla Vera, 2020). La presencia de respuestas en intervalos de tiempo como el de 16h00 a 18h00 y de 22h00 a 24h00 agrega matices a la distribución, mostrando una diversidad en los hábitos de consumo televisivo. Por otro lado, los intervalos de tiempo de 08h00 a 10h00 y de 10h00 a 12h00, que registran los porcentajes más bajos, sugieren una menor preferencia por la televisión en las primeras horas de la mañana debido a actividades laborales, académicas y domésticas.

Pregunta Nro. 5: ¿Cuáles son los canales de televisión abierta de cobertura nacional que Ud. ve? Si tu respuesta es más de uno, ordena de 1 a 6 siendo 1 el que más consumes.

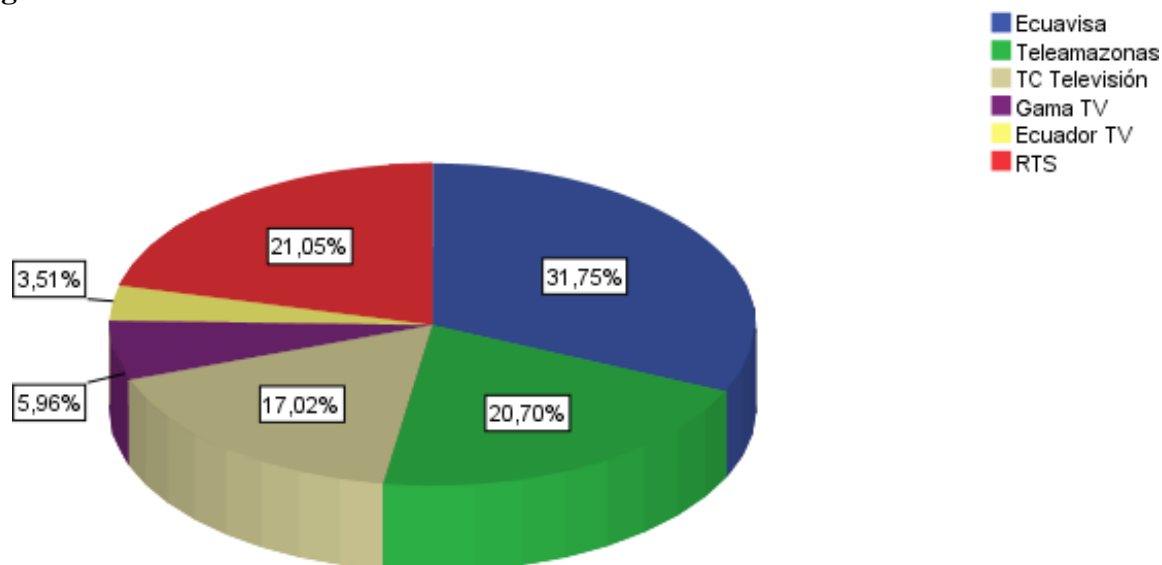
Tabla 5. Canales de consumo

Variable	Respuestas		
	N	Porcentaje	
Canales de Consumo	Ecuavisa	181	31,8%
	Teamazonas	118	20,7%
	TC Televisión	97	17,0%
	Gama TV	34	6,0%
	Ecuador TV	20	3,5%
	RTS	120	21,1%
Total	570	100,0%	

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros,

formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 15. *Canales de consumo*



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

En la figura 15 se detallan las preferencias de consumo televisivo en relación a los canales de señal abierta. Destaca que el 31,75% de las personas encuestadas elige Ecuavisa, seguido por el 20,70% que opta por Teleamazonas, sumando un total del 52,45%. RTS ocupa la tercera posición con el 21,05%, mientras que TC Televisión tiene una participación del 17,02%. Por otro lado, Gama TV y Ecuador TV son los canales menos consumidos, registrando un 5,96% y un 3,51%, respectivamente. Estos datos nos brindan una visión clara de las preferencias de los encuestados en cuanto a los canales televisivos, evidenciando las diferencias significativas en la audiencia de cada canal.

Análisis Cualitativo:

En cuanto al análisis cualitativo, se observa un claro predominio de Ecuavisa seguido por Teleamazonas, lo que sugiere una elección destacada por parte de la muestra. La posición de RTS en tercer lugar y TC Televisión en cuarto revela una competencia marcada en la preferencia del público. Por otro lado, Gama TV y Ecuador TV son identificados como los canales menos consumidos, señalando una disparidad en la

atracción de audiencia. Este análisis cualitativo subraya las notables diferencias en las elecciones de los encuestados en cuanto a canales televisivos, evidenciando la diversidad de preferencias y la competencia entre los distintos medios de comunicación. Basándonos en los resultados de la investigación, es importante destacar que el estudio realizado por Villafuerte Solís (2016) también determinó que Ecuavisa es el canal que concentra más audiencia, ya que su programación influye en distintos segmentos de la población. Además, existen medios alternativos que permiten la disminución del consumo de televisión, como las tablets, internet, cable, juegos de video, DVD, entre otros.

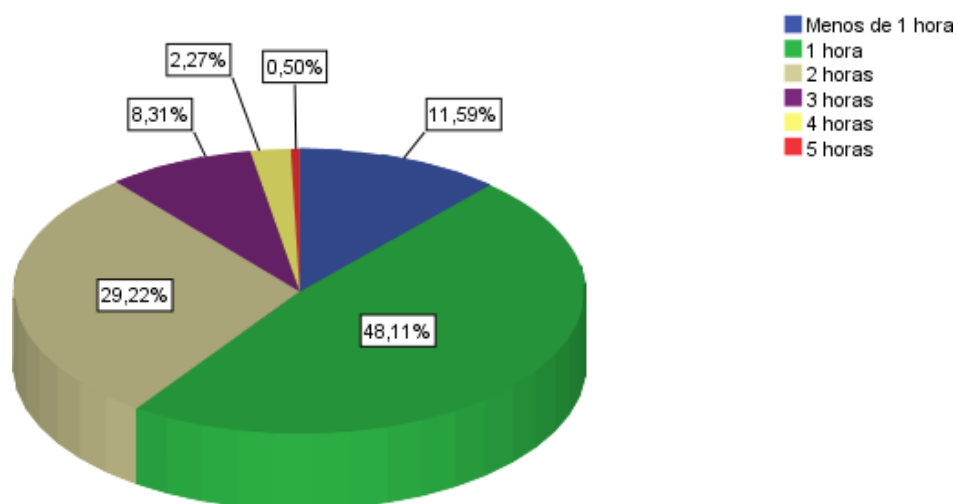
Pregunta Nro. 6: ¿Cuánto tiempo promedio dedicas a ver televisión abierta de cobertura nacional al día?

Tabla 6. *Tiempo de consumo*

Variable	Respuestas		
	N	Porcentaje	
Tiempo de Consumo	Menos de 1 hora	46	11,6%
	1 hora	191	48,1%
	2 horas	116	29,2%
	3 horas	33	8,3%
	4 horas	9	2,3%
	5 horas	2	0,5%
Total	397	100,0%	

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 16. *Tiempo de consumo*



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

La Figura 16 resalta el tiempo de consumo televisivo en la muestra, mostrando que el 48,11% de los encuestados dedica una hora a esta actividad, seguido por el 29,22% que dedica dos horas, lo que representa el 77,33% del total de la muestra. Además, el 11,59% indica un consumo inferior a una hora, mientras que el 8,31% reporta tres horas de visualización. Por otro lado, porcentajes mínimos del 2,27% y el 0,50% se asocian con consumos de cuatro y cinco horas respectivamente. Estos resultados ofrecen una visión detallada de la distribución del tiempo dedicado al consumo televisivo en la muestra, destacando las preferencias mayoritarias y minoritarias en cuanto a la duración de la actividad.

Análisis Cualitativo:

Se observa que la mayoría de los encuestados dedica un periodo relativamente breve al consumo televisivo, lo cual puede indicar una preferencia por sesiones más cortas. Sin embargo, aquellos que asignan dos horas muestran un interés en experiencias televisivas más prolongadas. Por otro lado, aquellos que optan por un consumo inferior a una hora prefieren sesiones más breves, mientras que aquellos que indican tres horas de visualización podrían preferir experiencias más extensas. La presencia de un grupo minoritario que selecciona consumos de cuatro y cinco horas destaca la existencia de una diversidad de hábitos de visualización. Estos resultados son similares a los

encontrados en un estudio realizado por Almachi Taco & Pilicita Sepa (2018), que indica que el 78% de la audiencia encuestada consume televisión entre 1 y 2 horas diarias.

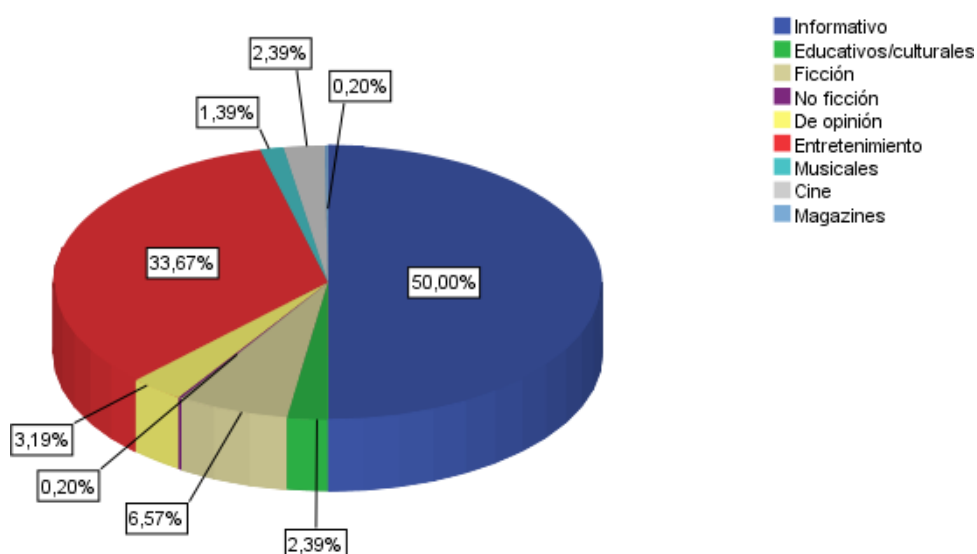
Pregunta Nro. 7: ¿Cuáles son los géneros de programación de televisión abierta de cobertura nacional que Ud. ve?

Tabla 7. Géneros de consumo

Var iable	<u>Respuestas</u>	
	N	Porcentaje
Géneros de Consumo	Informativo	251 50,0%
	Educativos/culturales	12 2,4%
	Ficción	33 6,6%
	No ficción	1 0,2%
	De opinión	16 3,2%
	Entretenimiento	169 33,7%
	Musicales	7 1,4%
	Cine	12 2,4%
	Magazines	1 0,2%
	Total	502

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 17. Géneros de consumo



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

En la Figura 17 se ofrece una perspectiva detallada del consumo de los géneros televisivos de los residentes de Catamayo, destacando que el género informativo lidera con un sólido 50,00%, lo que evidencia un interés significativo en contenido de noticias. En segundo lugar, se encuentra el entretenimiento, con un valor de 33,67%, lo que demuestra que este género también es popular. Además, el género de ficción cuenta con un 6,57%, seguido de cerca por el género de opinión con un 3,19%. Los géneros de cine y musical obtienen porcentajes de 2,39% y 1,49%, respectivamente. Por otro lado, los géneros de no ficción y magazines representan un porcentaje mínimo, ambos con un valor de 0,20%. Estos datos ilustran de manera integral las preferencias televisivas en Catamayo, destacando la dominancia de los contenidos informativos y de entretenimiento.

Análisis Cualitativo:

En el análisis cualitativo se destaca un marcado interés en el género informativo, lo cual indica una fuerte inclinación hacia el consumo de noticias, y el mayor consumo de este género se puede explicar ya que según Olmo López (2020) es el género estrella ya que la ciudadanía se siente identificado con la realidad que presenta. El género de entretenimiento también es popular, lo que evidencia una diversidad en las preferencias

de contenido. La presencia de géneros como ficción y opinión sugiere una variedad de intereses dentro de la comunidad. Por otro lado, los géneros de cine y musical, aunque menos predominantes, aún muestran cierto grado de atracción. En contraste, los géneros de no ficción y magazines son identificados como los menos consumidos, subrayando la diversidad en las elecciones televisivas.

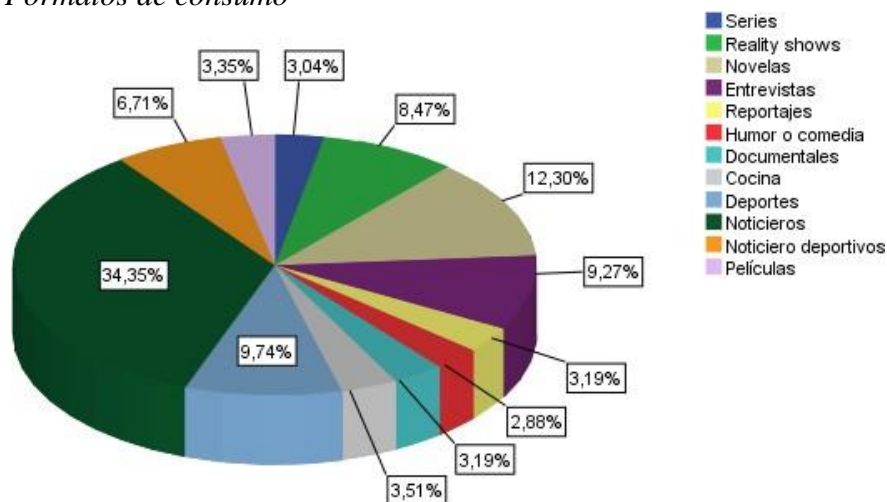
Pregunta Nro. 8: ¿Cuál es el formato de programación de televisión abierta de cobertura nacional que Ud. ve?

Tabla 8. *Formatos de consumo*

Variable	Respuestas	
	N	Porcentaje
Formatos de Consumo		
Series	19	3,0%
Reality shows	53	8,5%
Novelas	77	12,3%
Entrevistas	58	9,3%
Reportajes	20	3,2%
Humor o comedia	18	2,9%
Documentales	20	3,2%
Cocina	22	3,5%
Deportes	61	9,7%
Noticieros	215	34,3%
Noticieros deportivos	42	6,7%
Películas	21	3,4%
Total	626	100,0%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 18. *Formatos de consumo*



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

En la Figura 18 se destaca que el formato noticioso es el más consumido, abarcando el 34,35% del consumo de los formatos televisivos. Le sigue de cerca la categoría de novelas, con un valor significativo del 12,30%. Además, se evidencia que el consumo de deportes, entrevistas, reality shows y noticieros deportivos tiene presencia, con porcentajes del 9,74%, 9,27%, 8,47% y 6,71%, respectivamente. Por otro lado, el género cocina representa el 3,51%, y las películas el 3,35%; mientras que los documentales y reportajes comparten cifras del 3,19% cada uno. Las series cuentan con un 3,04% de consumo, mientras que el humor y la comedia obtienen un valor de 2,88 puntos porcentuales. Estos resultados ofrecen una visión detallada del consumo televisivo en cuanto a formatos, destacando la diversidad de opciones consumidas por los encuestados.

Análisis Cualitativo:

En el análisis cualitativo se observa que el formato noticioso es el más consumido, lo cual sugiere un interés destacado en la información y actualidad sobre todo cuando las tendencias actuales se basan en infoentretenimiento, llegando a ser un género híbrido en el cual la expresión dramática tiene vital importancia (Morales Blanco, 2016). Las novelas también muestran una presencia significativa, señalando una atracción por narrativas ficcionales. La inclusión de deportes, entrevistas, reality shows y noticieros deportivos indica una variedad de gustos en géneros más específicos. Por otro lado, la presencia de géneros como cocina,

películas, documentales, reportajes, series, humor y comedia demuestra una amplia gama de opciones consumidas por los encuestados. Este análisis cualitativo subraya la riqueza y diversidad del consumo en cuanto a formatos televisivos, reflejando una audiencia con gustos variados.

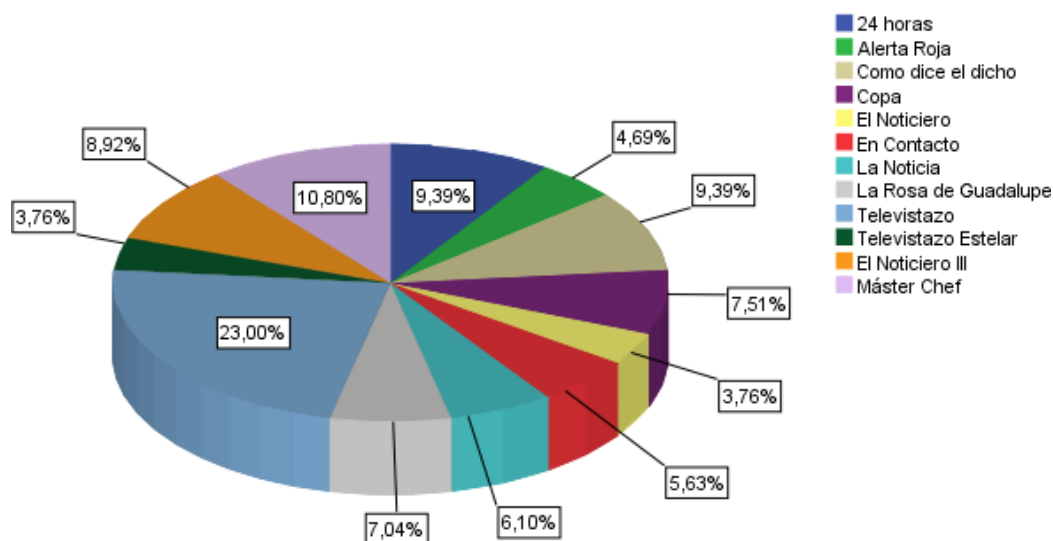
Pregunta Nro. 9: ¿Cuáles son tus programas de televisión abierta de cobertura nacional que Ud. ve?

Tabla 9. Programas de consumo

Variable	Respuestas	
	N	Porcentaje
Programas de Consumo	24 horas	20 9,4%
	Alerta Roja	10 4,7%
	Como dice el dicho	20 9,4%
	Copa	16 7,5%
	El Noticiero	8 3,8%
	En Contacto	12 5,6%
	La Noticia	13 6,1%
	La Rosa de Guadalupe	15 7,0%
	Televistazo	49 23,0%
	Televistazo Estelar	8 3,8%
	El Noticiero III	19 8,9%
	Master chef	23 10,8%
Total		213 100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 19. Programas de consumo



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

La figura 19 muestra que Televistazo es el programa más consumido con un destacado 23% de preferencia. Le siguen el Noticiero con el 10,80%, y 24 Horas y Como dice el dicho, ambos con un 9,38%. Otros programas populares incluyen El Noticiero III, Copa, La Rosa de Guadalupe, La Noticia y En Contacto, con valores del 8,92%, 7,51%, 7,04%, 6,10% y 5,63%, respectivamente. Además, Alerta Roja cuenta con un 4,69%, mientras que El Noticiero y Televistazo Estelar están representados con el 3,76% cada uno. Estos datos proporcionan una visión detallada del consumo de programas televisivos, resaltando la diversidad en las elecciones de los encuestados.

Análisis Cualitativo:

Televistazo se posiciona como el programa más consumido, señalando un interés predominante en noticias. Le siguen programas como el Noticiero, 24 Horas y

Como dice el dicho, que reflejan una combinación equilibrada entre noticias y entretenimiento. La presencia de programas populares como El Noticiero III, Copa, La Rosa de Guadalupe, La Noticia y En Contacto abarca diferentes géneros, subrayando la diversidad de contenidos preferidos por la audiencia encuestada. La inclusión de Alerta Roja, El Noticiero y Televistazo Estelar agrega aún más variedad a las elecciones, destacando la amplitud de opciones televisivas consumidas por la audiencia. Varios de los programas señalados en el párrafo anterior coinciden con el top 10 de programas de televisión abierta en Ecuador, tales como Televistazo estelar, Televistazo en la comunidad, 24 horas, Alerta Roja y el Noticiero

(PRODU, 2022).

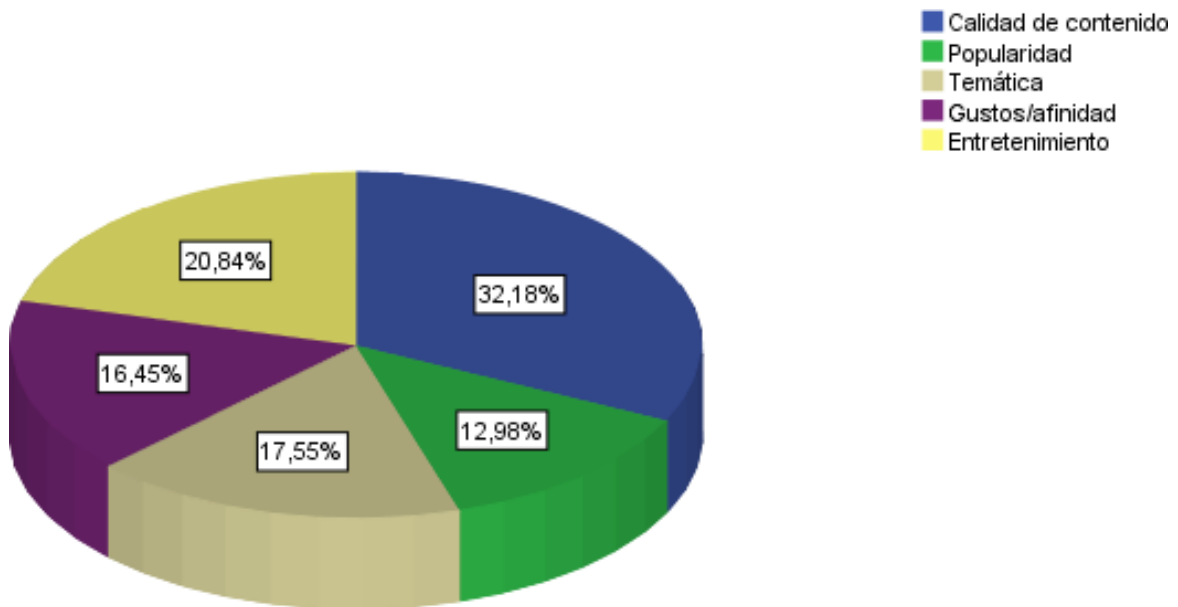
Pregunta Nro. 10: ¿Qué factores influyen en tu selección de los programas de televisión abierta de cobertura nacional?

Tabla 10. Factores de selección

Variable	Respuestas	
	N	Porcentaje
Factores de Selección	Calidad de contenido	176 32,2%
	Popularidad	71 13,0%
	Temática	96 17,6%
	Gustos/afinidad	90 16,5%
	Entretenimiento	114 20,8%
Total	547	100,0%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 20. Factores de selección



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

La figura 20 resalta los motivos detrás del consumo televisivo, indicando que la calidad del contenido es el factor más frecuente, con un notable 32,18% de preferencia entre los encuestados. Le sigue el entretenimiento, con un 20,84%, y el factor temática, con un 17,55%. El factor de gustos o afinidad también tiene una relevancia significativa, obteniendo un porcentaje del 16,45%, mientras que la popularidad se posiciona en un 12,98%. Este análisis proporciona una comprensión clara de los criterios más influyentes en la elección de contenido televisivo, destacando la importancia de la calidad y el entretenimiento para los encuestados.

Análisis Cualitativo:

La televisión es considerada de calidad cuando brinda al individuo información precisa para formarse una idea del mundo que lo rodea, para conocer sus derechos y responsabilidades, para compartir los intereses y objetivos de la comunidad (Richeri, 2018). Esto coincide con los resultados de esta investigación, ya que la calidad del contenido se destaca como el factor más común, lo que indica una apreciación por producciones televisivas bien elaboradas y significativas. Por otro lado, el entretenimiento se posiciona como otro elemento crucial, resaltando la importancia del contenido que logra captar y mantener la atención del espectador. La temática también se presenta como un criterio significativo, sugiriendo un interés particular en los temas abordados por los programas de televisión. La afinidad y los gustos personales emergen como factores relevantes, señalando la preferencia por contenidos que se alinean con las preferencias individuales. Por último, la popularidad se destaca como un elemento influyente en la elección de programas, lo que sugiere que la audiencia también se siente atraída por contenido que ha ganado reconocimiento y aceptación general. Este análisis cualitativo proporciona una comprensión detallada y completa de los motivos detrás del consumo televisivo, destacando la complejidad de las preferencias de la audiencia.

Desarrollo del Objetivo Específico Nro. 2: Analizar la preferencia de los géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.

En la presente investigación se utilizaron 3 metodologías, primero, la metodología exploratoria que es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características (Ramos Galarza, 2020); segundo, la metodología cualitativa que es aquella que produce datos descriptivos y se caracteriza por ser interpretativa y se la lleva a cabo en determinados grupos sociales, a fin de conocer y generalizar la realidad natural de la comunidad (Escudero Sánchez & Cortez Suárez, 2018); y, tercero, la metodología

cuantitativa que es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados ya que su propósito es cuantificar el problema (Neill & Cortez Suárez, 2018).

En cuanto a la técnica, se utilizó la encuesta la cual se define como una técnica de producción de datos que, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados, permite indagar sobre múltiples temas de los individuos o grupos estudiados (Katz et al., 2019). Por otro lado, un instrumento de medición se aplica para medir las variables de interés (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). En este caso, para el desarrollo de la presente de la investigación se utilizó el cuestionario como instrumento de recogida de los datos (de medición) mediante la encuesta donde es característico el anonimato del sujeto (López-Roldán & Fachelli, 2015).

A través de la fórmula para el cálculo de muestras para poblaciones finitas, se determinó que el valor de la muestra es de 380 personas, pero se redondeó a 400; luego, esta muestra se segmentó en diferentes rangos de edad, cada uno conformado por 66 individuos, distribuidos equitativamente en 33 hombres y 33 mujeres. Después de esta segmentación, se administraron las encuestas con el objetivo de determinar la preferencia televisiva en cuanto a géneros, formatos y programas de los residentes de la Ciudad de Catamayo, para su posterior análisis.

Para el cumplimiento del objetivo Nro. 2, se explora las siguientes variables que son los: géneros, formatos y programas de preferencia.

Pregunta Nro. 11: ¿Cuáles son los géneros de programación de televisión abierta de cobertura nacional que Ud. prefiere o le interesa?

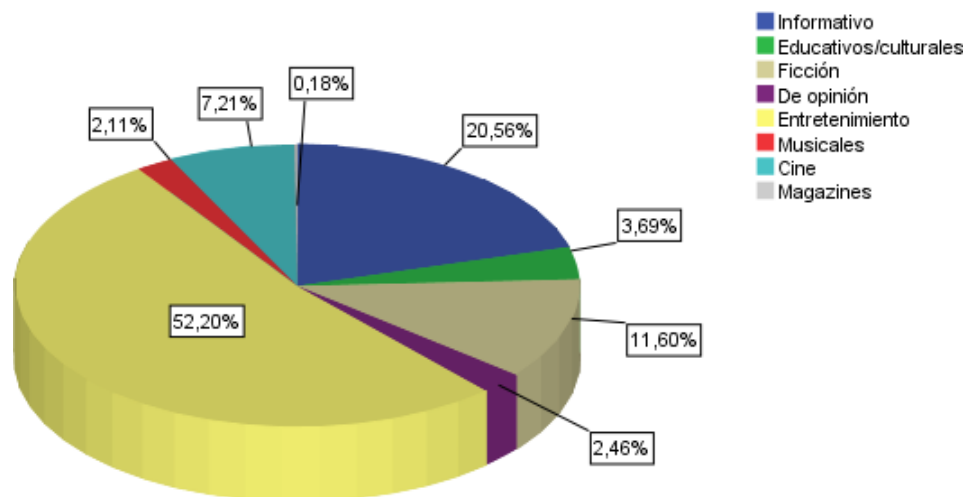
Tabla 11. Géneros de preferencia

	Variable	Respuestas	
		N	Porcentaje
Géneros de Preferencia	Informativo	117	20,6%
	Educativos/culturales	21	3,7%
	Ficción	66	11,6%
	De opinión	14	2,5%
	Entretenimiento	297	52,2%
	Musicales	12	2,1%
	Cine	41	7,2%
	Magazines	1	0,2%
Total		569	100,0%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 21

Géneros de preferencia



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

La figura 21 proporciona una visión clara de las preferencias de género televisivo de los encuestados, destacando que el entretenimiento es el género más preferido con un sólido

52,20%. Le sigue el género informativo, con un significativo 20,56%, y el género de ficción, que obtiene un 11,60%. En contraste, los géneros de cine, educativos/culturales, de opinión y magazines tienen una representación mínima, con porcentajes del 7,21%, 3,69%, 2,46% y 0,18%, respectivamente. Estos resultados revelan claramente la inclinación predominante hacia el entretenimiento, subrayando la diversidad en las preferencias televisivas de los encuestados.

Análisis Cualitativo:

La televisión es "un medio utilizado para el entretenimiento antes que para informarse o interesarse por los temas periodísticos" (Suing, González, et al., 2015, p. 32). Esto explica por qué los resultados determinan que el entretenimiento emerge como el género más destacado, indicando un fuerte interés en contenidos que proporcionan distracción y placer. El género informativo sigue en importancia, sugiriendo una apreciación por la adquisición de información y conocimiento a través de la televisión. La presencia significativa del género de ficción sugiere un gusto por narrativas creativas y ficticias. En contraste, los géneros de cine, educativos/culturales, de opinión y magazines tienen representación mínima, indicando una preferencia menos marcada por estos tipos de contenido. En resumen, este análisis destaca la diversidad en las preferencias de género televisivo, evidenciando la variedad de intereses y gustos dentro de la audiencia encuestada.

Pregunta Nro. 12: ¿Cuál es el formato de programación de televisión abierta de cobertura nacional que Ud. prefiere o le interesa?

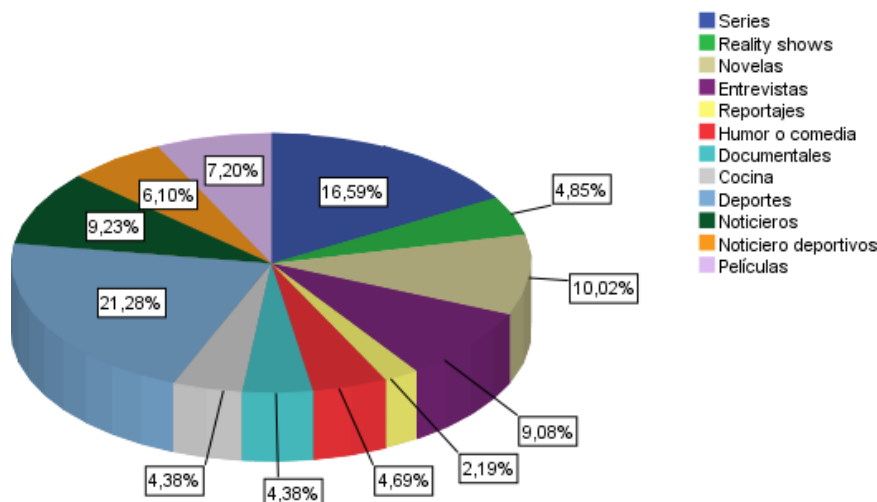
Tabla 12. *Formatos de preferencia*

Variable		Respuestas	
		N	Porcentaje
Formatos de Preferencia	<u>Series</u>	<u>106</u>	<u>16,6%</u>
	<u>Reality shows</u>	<u>31</u>	<u>4,9%</u>
	<u>Novelas</u>	<u>64</u>	<u>10,0%</u>
	<u>Entrevistas</u>	<u>58</u>	<u>9,1%</u>

Reportajes	14	2,2%
Humor o comedia	30	4,7%
Documentales	28	4,4%
Cocina	28	4,4%
Deportes	136	21,3%
Noticieros	59	9,2%
Noticieros deportivos	39	6,1%
Películas	46	7,2%
Total	639	100,0%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 21. *Formatos de preferencia*



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

La figura 22 destaca claramente que los formatos deportes y series son los más preferidos entre los encuestados, con porcentajes significativos del 21,28% y 16,59%, respectivamente, lo que representa un total del 37,87% de la muestra. Las novelas siguen con un valor del 10,02%, seguidas por noticieros 9,23%, entrevistas 9,08%, películas 7,20% y noticieros deportivos 6,10%. Por otro lado, los reality shows y el humor y comedia tienen una representación mínima, con un 4,85% y 4,69%, respectivamente. Los géneros de documentales y cocina comparten un porcentaje del 4,38% cada uno, mientras

que los reportajes cuentan con el 2,19%. Estos resultados proporcionan una visión detallada de las preferencias de formato televisivo.

Análisis Cualitativo:

La televisión encuentra en el deporte un contenido de alto rendimiento, relativamente fácil de producir y con gran impacto en sus audiencias. Además, es un estímulo constante para su desarrollo tecnológico (Roger Monzó, 2015); por otro lado, las series televisivas han construido universos simbólicos en los que se reflejan valores sociales, perspectivas de vida y las aspiraciones de varias generaciones (López Gutiérrez & Nicolás Gavilán, 2015). En este estudio se determinó que los formatos deportivos y las series son los más destacados, lo que indica un interés significativo en contenidos relacionados con eventos deportivos y narrativas serializadas. También se observa una variedad de opciones televisivas, desde el drama y la información hasta el entretenimiento cinematográfico. Sin embargo, los reality shows, el humor y la comedia tienen una audiencia más reducida. Por otro lado, los documentales, la cocina y los reportajes revelan intereses específicos que complementan la diversidad de preferencias.

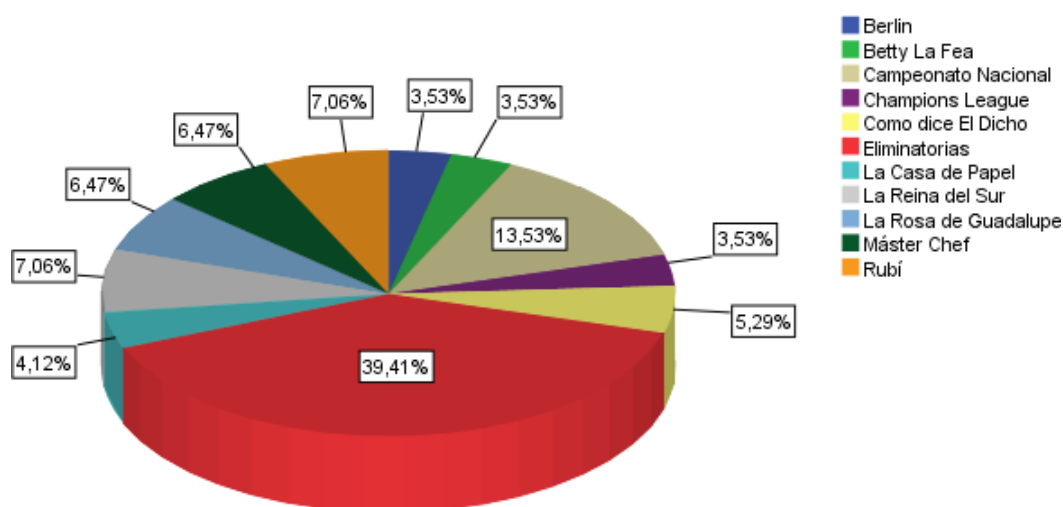
Pregunta Nro. 13: ¿Cuáles son tus programas de televisión abierta de cobertura nacional que Ud. prefiere o le interesa?

Tabla 13. *Programas de preferencia*

	Variable	Respuestas	
		N	Porcentaje
Programas de Preferencia	Berlin	6	3,5%
	Betty La Fea	6	3,5%
	Campeonato Nacional	23	13,5%
	Champions League	6	3,5%
	Como dice El Dicho	9	5,3%
	Eliminatorias	67	39,4%
	La Casa de Papel	7	4,1%
	La Reina del Sur	12	7,1%
	La Rosa de Guadalupe	11	6,5%
	Máster Chef	11	6,5%
	Rubí	12	7,1%
Total		170	100,0%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Figura 23. Programas de preferencia



Nota. Datos obtenidos de la encuesta sobre el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional, aplicada a los residentes de la ciudad de Catamayo.

Análisis Cuantitativo:

La Figura 23 resalta claramente las preferencias televisivas, donde las eliminatorias se posicionan como el contenido más preferido, alcanzando un significativo valor de 39,41 puntos porcentuales. El Campeonato Nacional también goza de una preferencia considerable, con un 13,53% de la muestra. Rubí y La Reina del Sur comparten un porcentaje de 7,06% cada uno, mientras que Máster Chef y La Rosa de Guadalupe cuentan con un valor del 6,47%. Como dice el dicho sigue con un valor de 5,29%, seguido de La Casa de Papel con un 4,12%. Otras preferencias incluyen Betty la Fea, Berlín y la Champions League, todos con un valor del 3,53%. Estos resultados proporcionan una visión detallada de las preferencias televisivas específicas, subrayando la popularidad de las eliminatorias y el Campeonato Nacional en comparación con otros contenidos.

Análisis Cualitativo:

Los programas deportivos ocupan un espacio cada vez más importante en la televisión del mundo, ya que el deporte y la televisión están experimentando una sinergia constante que determina una mayor adecuación entre la temporada deportiva y la programación televisiva. Esto permite que la televisión tenga una fuente inagotable de programas y que el deporte pueda organizar sus actividades de manera que se puedan

satisfacer los intereses compartidos por los patrocinadores y las cadenas de televisión (García et al., 2018).

En cuanto a las preferencias televisivas específicas de los encuestados, las eliminatorias emergen como el contenido más destacado, lo que sugiere un interés significativo en eventos deportivos de gran relevancia. El Campeonato Nacional también obtiene una preferencia considerable, lo que indica un interés en el fútbol a nivel local. Programas como Rubí y La Reina del Sur, con un porcentaje de preferencia compartido, demuestran la atracción hacia contenido dramático y de entretenimiento. Máster Chef y La Rosa de Guadalupe también tienen su espacio, revelando un interés en programas de cocina y dramatizados. Finalmente, Como dice el dicho y La Casa de Papel mantienen su presencia en las preferencias, destacando la diversidad de contenidos consumidos. Otras preferencias, como Betty la Fea, Berlín y la Champions League, añaden capas adicionales a la gama de elecciones televisivas, subrayando la variedad de gustos entre los encuestados.

7. Discusión

La presente investigación proporciona una visión detallada y comprensiva de los patrones de consumo y preferencia en la población de Catamayo, los resultados obtenidos son de vital importancia para comprender las dinámicas de audiencia en un entorno donde la televisión sigue siendo una forma de entretenimiento prominente, a pesar del crecimiento de las plataformas digitales. Para facilitar la recolección de la información se planteó una encuesta, la cual estuvo estructurada con 12 preguntas combinadas entre cuantitativas y cualitativas.

Cumplimiento del Objetivo General: Analizar el consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo. Período septiembre, 2023.

Dando cumplimiento al objetivo general que es analizar el consumo y preferencia de los géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo; se ha evidenciado que, en relación al consumo de la población, el género que más sobresale es el informativo, el formato principal es el noticiero y el programa más destacado es Tevistazo. Por su parte, en relación a la preferencia de visualización, se destaca el género de entretenimiento, el formato de deportes y en programas, las Eliminatorias de fútbol a la copa mundial. Con estos resultados y tomando en consideración los horarios de consumo se elaboró una propuesta de parrilla televisiva para satisfacer la demanda de los televidentes.

En resumen, la investigación brinda una visión detallada del consumo y preferencia por parte de la audiencia de Catamayo, logrando cumplir así con los objetivos específicos y conocer de manera más profunda el tema investigado.

Cumplimiento del Objetivo Específico Nro. 1: Analizar el consumo de los géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.

Cumplíndose el objetivo específico número uno, con respecto a cuántas personas consumen televisión, se evidencia que un 43,3% no consumen y un 56,7% sí lo hacen, estos porcentajes equivalen a que 305 personas de 705 habitantes encuestados que ya no ven televisión por diferentes factores y 400 que aún si lo hacen. Los resultados también revelan patrones interesantes en cuanto a los horarios de consumo televisivo, pues se

observa una marcada preferencia por las tardes y noches, con un 63,15% de los encuestados indicando que ven televisión entre las 18:00 y las 22:00. Esto podría estar relacionado con los horarios laborales y las rutinas diarias de los residentes. Además, se destaca que el 48,11% de los encuestados dedica una hora al consumo televisivo, seguido por un 29,22% que dedica dos horas. Esto sugiere que, aunque la televisión es una actividad popular, los residentes tienden a dedicar períodos de tiempo moderados a esta actividad, posiblemente debido a otros compromisos y responsabilidades.

En relación a los datos sobre los canales de señal abierta más consumidos, destacan los siguientes: 31,75% de los encuestados eligen Ecuavisa, en cambio un 20,70% se inclina por Teleamazonas. En una tercera posición podemos encontrar a RTS que tiene como aceptación un 21,05%, mientras que con un 17,02%, 5,96% y un 3,51% corresponde a TC televisión, Gama TV y Ecuador TV respectivamente; teniendo en cuenta que se evidencia una notable diferencia en la elección de los encuestados.

En lo que concierne al consumo de géneros, el informativo y de entretenimiento, cuentan con un valor de 50% y 33,67% respectivamente. Esto sugiere que los residentes de la ciudad valoran mantenerse informados sobre eventos actuales y al mismo tiempo, buscan fuentes de entretenimiento en la programación televisiva. Además, se evidencia que los formatos que más consumen son el noticiero y las novelas, abarcando el 34,35% y 12,30% del consumo total. Estos hallazgos resaltan la relevancia de los contenidos informativos y las narrativas de ficción en la satisfacción de las necesidades de los televidentes locales. En cuanto a los programas específicos, más consumidos se ha determinado que Televistazo, con un destacado 23% de audiencia, parece capturar el interés de una gran parte de la población local. Programas populares como MasterChef con un 10,8% y otros que incluyen noticias, deportes y telenovelas, refuerzan las tendencias observadas en los géneros y formatos consumidos.

La calidad del contenido emerge como el factor más importante en la elección de programas con un 32,18%, seguido por un 20,8% que corresponde al entretenimiento, y un 17,6% responde a la temática. Estos resultados sugieren que los residentes de Catamayo valoran la calidad de la programación para satisfacer sus necesidades de información y entretenimiento.

Cumplimiento del Objetivo Específico Nro. 2: Analizar la preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.

El objetivo número dos que se enfoca en analizar la preferencia de los géneros,

formatos y programas se cumplió de manera satisfactoria, revelando que el género de Entretenimiento es el más destacado con un valor de 52,20%. Esto indica que la audiencia local busca principalmente fuentes de diversión y distracción en la programación televisiva, mientras tanto el género informativo ocupa el segundo lugar de aceptación con un 20,6%. Por su parte, el 11,6% le correspondería al género de ficción. En cuanto a los formatos televisivos, los resultados muestran una clara preferencia por los Deportes y las Series, con un 21,28% y 16,59% respectivamente, esto sugiere que los residentes disfrutan de eventos deportivos y contenidos de ficción, asimismo como las novelas y los noticieros cada uno con un valor del 10,02% y 9,23%. Con respecto a los programas específicos, los resultados muestran una clara dominancia de las Eliminatorias de fútbol a la copa mundial, con un sorprendente 39,41%; esto denota que los eventos deportivos, especialmente los torneos de Eliminatorias, son sumamente populares, así como también el campeonato nacional que goza de una preferencia de un 13,53% de toda la muestra analizada. Además, se muestra que con un 7,1% se encuentran los programas como Rubí y la Reina del sur seguido de MasterChef y la Rosa de Guadalupe que constan con un 6,5% entre los residentes de Catamayo.

Cumplimiento del Objetivo Específico Nro. 3: Realizar una propuesta de géneros, formatos y programas a partir del consumo y preferencia de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.

Finalmente, una vez realizada la propuesta tomando como punto de referencia los géneros, horarios, edad, canales que consumen, tiempo de consumo, factores de selección, géneros, formatos y programas que consumen y prefieren los residentes de Catamayo, como primera instancia encunto a los géneros, se determinó que para la jornada matutina se emitirá el segmento informativo, durante la media mañana los segmentos de entretenimiento, al medio día nuevamente el segmento informativo, a la media tarde se retoma el segmento de entretenimiento seguido por el de ficción y para la jornada nocturna, aparece nuevamente el segmento informativo, seguido de un espacio de entretenimiento. Para el fin de semana existe una variación inversamente proporcional en los horarios de consumo ya que mientras los segmentos de entretenimiento, ficción, cine, educativos/culturales se incrementan, los segmentos informativos disminuyen.

En cuanto a los formatos se estableció el siguiente orden para la parrilla, en la jornada matutina se emitirá el formato noticiero, seguido de reality shows y entrevistas; al medio día se incluye nuevamente la sección de noticias, durante la media tarde novelas

y reality shows para luego continuar una vez más con los noticieros y en la jornada nocturna se incluyen los formatos como; cocina, humor o comedia, películas y series. Para los días sábados y domingos tendremos los noticieros deportivos, además se integran formatos como reportajes, programas de cocina, humor o comedia, novelas y películas.

En relación con los programas televisivos se ha insertado durante la jornada matutina noticieros como por ejemplo Noticia de la mañana, seguido de En contacto y Políticamente Correcto, al medio día se presentarán un bloque de noticias, acompañadas de noticias deportivas, en la tarde programas de entretenimiento como Bob Esponja, Pájaro loco, Educa y Betty la Fea; y, en la jornada nocturna, se presentara un segmento de noticias de Emisión Estelar, seguido de programas como Soy el mejor, MasterChef, Puro Teatro y para finalizar La Casa de Papel. Para el fin de semana se ofrece una variedad de programas, tales como En Contacto, Máster Chef, Como Dice El Dicho, La rosa de Guadalupe, Betty la Fea, La Pantera Rosa, Educa, Berlín, Elite, Resumen semanal de noticias, Berlín, Rápidos y Furiosos, Resumen deportivo Copa y La Casa de Papel, estos programas se encuentran distribuidos en las diferentes jornadas.

8. Conclusiones

El análisis de consumo de los medios televisivos de cobertura nacional, arrojó una serie de resultados contundentes en relación a diferentes variables, en cuanto al consumo de televisión abierta, el 56,7 % de la muestra poblacional sí visualizan televisión abierta de cobertura nacional, mientras que el 43,3% restante no lo hacen, estos porcentajes equivalen a 400 personas que les gusta ver televisión y 305 que no les llama la atención en la actualidad, lo que sugiere que, a pesar de la proliferación de nuevas plataformas de entretenimiento audiovisual, la televisión tradicional, aún es una parte integral de la vida de los residentes de Catamayo y mantiene una relevancia considerable como medio de entretenimiento e información. En lo que concierne a los horarios de consumo, el intervalo de tiempo con mayor cantidad de respuestas es de 18:00 a 20:00 (33,42%) y de 20:00 a 22:00 (29,73%), lo que indica que más de la mitad de la muestra prefiere realizar su consumo de programas de cobertura nacional en horarios nocturnos, siendo el lapso en el que más tiempo libre tienen; la investigación también revela que los canales de televisión de cobertura nacional con mayor popularidad son Ecuavisa (31,8%), Teleamazonas (20,7%) y TC Televisión (17%).

Entre los géneros más frecuentados por los catamayenses, se destacan el género informativo y de entretenimiento con un 50% y un 33,7% respectivamente, resaltando la necesidad que tienen los televidentes de mantenerse informados acerca de los hechos de su entorno y a la vez de distraerse y divertirse, en lo que concierne a formatos que más consumen tenemos los noticieros con un 34,3%, novelas con un 12,3%, y seguido por los deportes con un 9,7%. Con respecto a los programas de cobertura nacional más consumidos se posicionan Televistazo (23%), Master Chef (10,8%), 24 Horas y Como dice el dicho con un 9,4%.

En cuanto a los géneros de programación con mayor tasa de preferencia o interés, se destacan el género de entretenimiento (52,2%) y el informativo (20,7%). En términos de formatos de programación, los deportes (21,3%), las series (16,6%) y los noticieros (9,2%) lideran las preferencias; lo que demuestra que los ciudadanos poseen una inclinación notable por diferentes disciplinas deportivas, así como un gusto claro por las noticias que les permitan mantenerse al día sobre acontecimientos importantes que se dan a nivel local y nacional así mismo con las series ya que logra captar la atención de los ciudadanos por más tiempo y los mantienen enganchados. En lo que concierne a programas de preferencia notamos que los que encabezan la lista son: Eliminatorias de

fútbol, Campeonato Nacional, La Reina del Sur y Rubí con un 39,4%, 13,5%, 7,1% y 7,1% respectivamente, notando así la preferencia por eventos deportivos donde juega la selección y el campeonato nacional donde cuentan con algún equipo de su preferencia.

Así mismo, se resalta la calidad del contenido como el factor más influyente para los habitantes de Catamayo a la hora de escoger que van a consumir, con un porcentaje de 32,2%, por encima del entretenimiento, temática, y Gusto/afinidad, cada uno con el 20,8%,17,6% y 16,5% respectivamente. De lo que indica que la gran mayoría prefiere consumir programas con un alto nivel de producción.

Asimismo, los datos manifiestan que el 48,1% de los encuestados realizan su consumo durante un periodo de una hora, el 29,2% observan televisión por dos horas seguido de un 11,6% que dicen que consumen menos de una hora, lo que así demuestra que los ciudadanos realizan un consumo muy regulado en cuanto al tiempo que están frente un televisor.

9. Recomendaciones

Dada la alta tasa de consumo televisivo de cobertura nacional por parte de los habitantes del Catamayo (56,7%), se recomienda que las televisoras busquen nuevas estrategias para fomentar la interacción con la audiencia, procurando la diversidad de programas, géneros y formatos, sin caer en patrones de contenidos repetitivos, de manera que las personas no caigan en el aburrimiento, sino que más bien incrementen su gusto e interés por la televisión nacional. De igual forma, considerando la preferencia de los catamayenses por horarios nocturnos está valuada en un 62,15%, las cadenas de televisión podrían ajustar su programación, de manera que puedan ofrecer a los televidentes el contenido más relevante, interesante y atractivo durante estos periodos, garantizando una mayor captación de audiencia.

Debido a que los formatos de programación con una mayor tasa de consumo son los noticieros (34,3%), las novelas (12,3 %) los deportes (9,7%), se recomienda que los canales busquen la manera de emitir novelas reconocidas de producciones internacionales, de igual manera sería recomendable que busquen obtener los derechos legales para la emisión de campeonatos y competiciones internacionales con diferentes disciplinas deportivas; de igual manera es recomendable que los noticieros brinden información concisa y objetiva, sobre los hechos ocurridos tanto en instancias nacionales como internacionales, generando así mucha más atención en los espectadores. Además, dado que ciertas producciones específicas como *Televistazo* (23%), *Master Chef* (10,8%), *24 Horas* y *Como dice el dicho* con un 9,4% tienen un alto valor significativo, los canales de televisión podrían transmitir programas con temáticas similares; por ejemplo, en el caso de *Master Chef* se podrían emitir las ediciones de otros países, brindando a los telespectadores algo nuevo, pero sin perder la naturaleza del programa.

Dado el alto interés por formatos como los deportes (21,3%), las series (16,6%) y los noticieros (9,2%), las televisoras podrían considerar diversificar la gama de contenidos deportivos, emitiendo campeonatos internacionales como la *Champions League*, de igual manera podrían buscar la adquisición de series reconocidas a nivel mundial o invertir en la producción de series nacionales de alta calidad. Además, considerando que programas como las *Eliminatorias de fútbol* (39,4%), el *Campeonato Nacional* (13,5%) y *La Reina del Sur* (7,1%) poseen un alto porcentaje de preferencia, se recomienda que los canales de cobertura nacional exploren la idea de emitir competencias y torneos donde participe la selección Nacional, de manera que los televidentes puedan

disfrutar de las eliminatorias sin recurrir a programas de pago; de igual manera, pueden buscar nuevos programas que compartan características con la producción de La Reina del Sur.

Teniendo en cuenta que el factor más relevante por el que las personas escogen ciertos contenidos es la calidad (32,2%), es recomendable que las empresas televisivas prioricen una buena producción en los programas que ofertan, manteniendo la innovación y la originalidad. De igual manera, dado que muchos catamayenses también priorizan el factor de la temática (17,6%) los canales de televisión deberían emitir programas con una gama alta de narrativas, historias y temáticas, de manera que los televidentes tengan muchas más opciones que se ajusten a sus gustos y preferencias.

Considerando que más del 47% de los encuestados prefieren consumir televisión de cobertura nacional en periodos de 1 hora y de 2 horas (29,2%), es recomendable que las televisoras prioricen la emisión de programas o formatos que sean interesantes, con un gran nivel de producción y que en el caso que no ser películas, no excedan los 120 minutos, ya que esto garantiza que los televidentes consuman los programas completos.

10. Bibliografía

- Almachi Taco, A. E., & Pilicita Sepa, E. P. (2018). *HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO EN EL BARRIO EL CALVARIO* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI]. <https://bit.ly/3zRZAq4>
- Arana Arrieta, E., Mimenza Castillo, L., & Narbaiza Amillategi, B. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 149–183. <https://bit.ly/46hUwaQ>
- Bonaut Iriarte, J., & Grandio Pérez, M. del M. (2009). Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Scoail*, 753–765. <https://bit.ly/3Wvr1ij>
- Castro, K., & Sánchez, J. R. (1999). *DIBUJOS ANIMADOS Y ANIMACIÓN Historia y compilación de técnicas de producción* (2da ed., Vol. 39). Editorial Quipus CIESPAL. <https://bit.ly/3zP3QH1>
- Cisneros-Caicedo, A. J., Guevara-García, A. F., Urdánigo-Cedeño, J. J., & Garcés Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Dominio de Las Ciencias*, 8(1), 1165–1185. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>
- CLARO. (2023, April 12). *La evolución de la televisión a través de la historia*. CLARO. <https://bit.ly/3WuFQlf>
- Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador. (2020). *Bienvenido Ecuavisa*. CEMDES. <https://bit.ly/3WuaVWf>
- Dema Moreno, S., & Díaz Martínez, C. (2014). Los sesgos de género en las encuestas oficiales sobre economía doméstica. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 148, 21–36. <https://bit.ly/3xUSzo0>
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación En Educación Médica*, 2(7), 162–167. <https://bit.ly/3zVdgkk>
- DOPTUS. (2024). *GAMATV*. DOPTUS. <https://www.doptus.com/partner-view/gamatv/>
- EDINA. (2022a). *RTS*. EDINA. <https://bit.ly/3WwSwIs>
- EDINA. (2022b). *TC Televisión*. EDINA. <https://bit.ly/3y4PMsk>
- Escudero Sánchez, C. L., & Cortez Suárez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica* (1ra ed.). UTMACH. <https://bit.ly/3xUSAIA>
- Forteza Martínez, A., De Casas Moreno, P., & Vizcaíno Verdú, A. (2021). Consumo televisivo

- e interacción en redes sociales entre jóvenes seguidores de la serie *Élite*. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 217–234. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n33a1470>
- Fuentes, I. (2009). La argumentación y las emociones en el debate televisivo. *Revcista Signos*, 42(70), 171–195. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/signos/v42n70/a02.pdf>
- Fuenzalida, V. (2008). El Docudrama televisivo. *MATRIZes*. <https://bit.ly/3xUSBw8>
- GAD Municipal Catamayo. (2023). *Catamayo*. GAD Municipal Catamayo. GAD Municipal Catamayo
- GAD Municipal de Catamayo. (2019). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN CATAMAYO*. <https://bit.ly/3YdpRct>
- Gallego Kremer, M., García Valencia, J. A., & Peña, A. C. (1997). *Programas musicales de televisión: Una moneda y sus dos caras; emisor y receptor*. <https://bit.ly/3YbXOKq>
- García, E., De Moragas Spá, M., & Gómez, M. (2018). *Un papel creciente en la programación*. Fundación Telefónica Española. <https://bit.ly/3Siq1LM>
- Géneros Periodísticos de Televisión. (2020). In *Diseño de un piloto deportivo para un programa de televisión* (pp. 46–102).
- Gobierno de Canarias. (2021). *Tipos de Programas Musicales*. <https://bit.ly/3Y8giM0>
- Gómez Morales, B. (2020). La definición de una narrativa propia. La comedia televisiva española (1990-2018). *Cuadernos.Info*, 46, 342–366. <https://doi.org/https://doi.org/10.7764/cdi.46.1804>
- Gómez-Domínguez, P. (2016). Era digital y televisión autonómica: un estudio comparativo de las plataformas web, aplicaciones móviles y redes sociales de TV3 y BBC One. *Communication & Society*, 29(4), 85–106. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.sp.85-106>
- González Neira, A., & Fernández Martínez, L. M. (2019). NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO: RETOS DE LA AUDIENCIA EN DIFERIDO. *Index Comunicación*, 3(9), 75–92. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7456532.pdf>
- Google. (n.d.-a). *Ubicación de Ecuador TV*. Google. Retrieved January 16, 2024, from https://maps.app.goo.gl/8zHWhpYUyEVY4dPWA?g_st=iw
- Google. (n.d.-b). *Ubicación de Ecuavisa*. Google. Retrieved January 16, 2024, from https://maps.app.goo.gl/ayG7mB43RheRGxyL9?g_st=iw
- Google. (n.d.-c). *Ubicación de Gama TV*. Google. Retrieved January 16, 2024, from https://maps.app.goo.gl/sa3iy7p1zsbraxUQ6?g_st=iw
- Google. (n.d.-d). *Ubicación de RTS*. Retrieved August 5, 2023, from https://maps.app.goo.gl/UJH1fJSrkXeJdqQz7?g_st=iw

- Google. (n.d.-e). *Ubicación de TC Televisión*. Retrieved August 5, 2023, from <https://bit.ly/4ffYIM0>
- Google. (n.d.-f). *Ubicación de Teleamazonas*. Retrieved August 5, 2023, from <https://bit.ly/3zRlvxH>
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión : géneros y formatos*. CIESPAL. <https://bit.ly/3zRSLoy>
- Guerrero Córdova, R. (2010). *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja* . <https://bit.ly/4cUWIaz>
- Gutiérrez Lozano, J. F. (2005). La presencia del debate en televisión y su utilidad en la calidad de las programaciones. *Comunicar*, 25. <https://bit.ly/3zTQTVy>
- HERNÁNDEZ CORCHETE, S. (2008). *La historia contada en televisión. El documental televisivo de divulgación histórica en España*. Gedisa. <https://bit.ly/3yaZdX9>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación : las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1ra ed.). Mc Graw Hill Education. <https://bit.ly/3SFsf8z>
- Herrera Guerra, S. (2019). Orígenes, desarrollo y actualidad de la telenovela mexicana. *TeloS*, 21(1). <https://bit.ly/3YelJcu>
- Katz, M., Seid, G., & Abiuso, F. L. (2019). *CUADERNO DE CÁTEDRA N° 7 La técnica de encuesta: Características y aplicaciones*. <https://bit.ly/4cSqtc4>
- Lacalle, C. (2005). *Los formatos de la television*. deSignis. <https://bit.ly/3Yb11di>
- Ley Orgánica de Comunicación, Pub. L. No. 0, Ministerio de Telecomunicaciones (2019). <https://bit.ly/3zSvHpA>
- López Cubino, R., López Sobrino, B., & Bernabeu Morón, N. (2014). La noticia y el reportaje. In *Cide Mediascopio*. <https://bit.ly/3Y8glra>
- López Gutiérrez, M. de L., & Nicolás Gavilán, M. T. (2015). El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario. *Entornos Audiovisuales*, 6(1), 22–39. <https://bit.ly/3y9w1zQ>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. <https://bit.ly/4cMzUK0>
- Mateos-Perez, J. (2021). La investigación sobre series de televisión españolas de ficción. Un estudio de revisión crítica (1998-2020). *Revista Mediterranea de Comunicacion*, 12(1), 171–190. <https://bit.ly/46bGeIB>
- Mazziotti, N. (2001). Los géneros en la tv pública. *Convenio Andrés Bello*, 180–207.
- Medina Cano, F. (2011). La telenovela: un género en transformación. *Revista Comunicación*, 28, 81–101. <https://bit.ly/3Se5AzK>

- Meneses, J. (2016). *El cuestionario*. <https://bit.ly/46aXMER>
- Merino Rosero, G., & Ortega, E. (2021). Análisis de la diversidad en la programación de la televisión abierta en Ecuador. *Razón y Palabra*, 25(112), 515–544. <https://bit.ly/3YeVWko>
- Montín Sevilla, J. M. (2008). Educar en el deporte a través de la TV. *Comunicar*, 16(31), 517–521. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-03-044>
- Morales Blanco, E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. *Correspondencias & Análisis*, 6, 141–161. <https://bit.ly/3zVdyrq>
- Morla Vera, S. B. (2020). Factores que influyen en la elección de contenidos televisivos. *Universidad Politécnica Salesiana*, 37. <https://bit.ly/4cUWArB>
- Neill, D. A., & Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica* (1ra ed.). UTMACH. <https://bit.ly/4bYQrt8>
- NEXDU. (2023). *Teleamazonas*. NEXDU. <https://bit.ly/4cRUVTy>
- Olmo López, A. (2020). *Informativo de Televisión* [Universidad de Sevilla]. <https://bit.ly/3zRZNJS>
- Ordoñez González, K. (2013). Los géneros informativos en La televisión Local: uso de La proximidad como vaLor noticia. *ComHumanistas*, 4(4), 49–58. <https://bit.ly/3y7hbtX>
- Ortíz León, C., & Suing, A. (2016). La televisión ecuatoriana: pasado y presente. *Razón y Palabra*, 20(93), 135–152. <https://bit.ly/4cMzJQQ>
- Padilla Castillo, G., & Requeijo Rey, P. (2010). LA SITCOM O COMEDIA DE SITUACIÓN: ORÍGENES, EVOLUCIÓN Y NUEVAS PRÁCTICAS. *FONSECA*, 1, 187–218. <https://bit.ly/3y6AVO1>
- Parrini, L. (2008). La entrevista en TV: En vivo o grabada, conversar es lo importante. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 103, 72–75. <https://bit.ly/4d5MLGQ>
- Pauloni, S. M., & Codoni, M. F. (2013). Televisión, historia y política. *Trampas de La Comunicación y La Cultura*, 77, 35–43. <https://bit.ly/4cQhZ51>
- Perales Bazo, F. (2011). La realidad mediatizada. *Revista Comunicación*, 1(9), 120–131. <https://bit.ly/3WgIhYf>
- PRODU. (2022, October 27). *RANKING: Ecuador top 10 programas TV abierta del 17 al 21 de octubre*. PRODU. <https://bit.ly/3zPckxI>
- Rajadell Puiggròs, N., Pujol, M. A., & Violant Holz, V. (2005). Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturales. *Comunicar*, 25.

<https://bit.ly/3zT8xQ3>

- Ramos Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Raventós, C., Torregrosa, M., & Cuevas, E. (2012). El docudrama contemporáneo: rasgos configuradores. *Tripodos*, 29. <https://bit.ly/4daeztN>
- Rey, G. (1998). Los tiempos del teleteatro. Género televisivo y modernidad cultural. In *Mapas nocturnos: Dialogos con la obra de Jesús Martín Barbero*. Siglo del Hombre Editores. <https://bit.ly/3WyRWJ5>
- Reyes Carvajal, P. A. (2019). Tendencias de consumo: transformaciones que constituyen a los nuevos consumidores y se establecen en las estrategias de los nuevos mercados. In *Buen vivir, cuidado de la casa común y reconciliación* (p. 284). Editorial Pontificia Universidad Javeriana. <https://bit.ly/46c472N>
- Richeri, G. (2018). *La calidad de la Televisión*. Fundación Telefónica de España. <https://bit.ly/3zTQCsw>
- Rodríguez San Julián, E., Megías Quirós, I., & Menéndez Hevia, T. (2012). *Consumo televisivo, series e Internet Un estudio sobre la población adolescente de Madrid*. Ancares Gestión Gráfica, S.L. <https://bit.ly/46vBcHf>
- Roger Monzó, V. (2015). LA EVOLUCIÓN DE LAS RETRANSMISIONES DEPORTIVAS EN TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LAS NUEVAS. *Fonseca*, 10, 118–145. <https://bit.ly/46h78yA>
- Salvatori, P. (2013). El deporte en la televisión. *La Mirada de Telemo*, 9. <https://bit.ly/3zSV76F>
- Sandoval, G. (2009). *Ecuador TV - ECTV*. La Iniciativa de Comunicación. <https://bit.ly/4febomB>
- Soler, L. (1997). *La realización de documentales y reportajes para televisión*. Editorial Cims. <https://bit.ly/46dsbSO>
- Suing, A., Gallardo, D., & Ortiz, C. (2015). La televisión social en Ecuador, análisis de participación en programas de entretenimiento. *Entornos Audiovisuales*, 6(1), 149–169.
- Suing, A., González, V., & Aguaded, I. (2015). Géneros y formatos para la televisión digital. Análisis en los países andinos*. *ANAGRAMAS*, 14(27), 29–48. <https://bit.ly/3zQtew5>
- Suing, A., Ortiz, C., & Ordóñez, K. (2018). El consumo de radio y televisión de los estudiantes universitarios del Ecuador. *QUESTION*, 1(57). <https://bit.ly/4de213x>
- Toussaint, F. (2017). Televisión pública en América Latina: su transición a la era digital. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(229), 223–242. <https://bit.ly/4d7fdIz>

Villafuerte Solís, L. A. (2016). *INCIDENCIA DEL RATING EN LA TELEVISIÓN ABIERTA PARA LA TOMA DE DECISIONES COMERCIALES DE LOS ANUNCIANTES EN LAS CIUDADES DE QUITO Y GUAYAQUIL EN EL PERÍODO 2013 - 2015* [Universidad de la Fuerzas Armadas]. <https://bit.ly/4d6plkK>

Villegas Simón, I. (2018). *Los formatos televisivos de ficción y su adaptación sociocultural Los misterios de Laura: caso de estudio*. Universidad Autónoma de Barcelona.

11. Anexos

Anexo 1. Propuesta Alternativa

Propuesta de géneros, formatos y programas a partir del consumo y preferencia de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 y 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.

Problemática

En la actualidad, es crucial que un medio televisivo establezca una estructura para difundir sus productos audiovisuales a la audiencia. Por lo tanto, es indispensable que haya una alineación entre la parrilla de programación ofrecida por los canales de televisión y las necesidades y preferencias de los espectadores. A pesar de los avances tecnológicos y la diversidad de opciones disponibles, muchos televidentes expresan su insatisfacción con la programación actual de algunos canales de cobertura nacional en Ecuador, argumentando que dicha propuesta televisiva no logra satisfacer sus intereses y expectativas. Esta situación plantea un desafío significativo para las cadenas televisivas, quienes deben replantearse nuevas estrategias de programación y adaptarse a las demandas cambiantes de su público. De no abordarse adecuadamente la oferta y la demanda podría generar una disminución en los niveles de audiencia y la lealtad de los espectadores; en última instancia, afectar la sostenibilidad financiera y la relevancia de los canales de televisión en un mercado cada vez más competitivo.

Justificación

La creación de una parrilla de programación que se ajuste de manera satisfactoria a las necesidades y preferencias de los espectadores de la ciudad de Catamayo es esencial por varias razones. En primer lugar, una programación que refleje los intereses y gustos de la audiencia local no solo aumentará la satisfacción del espectador, sino que también fortalecerá la conexión entre el medio de comunicación y la audiencia, fomentando así la lealtad y la participación activa. Además, al conocer y satisfacer las demandas específicas de los espectadores de Catamayo, se puede optimizar la inversión en contenido y publicidad, maximizando el impacto y la relevancia de la televisora en el mercado local. En última instancia, una parrilla de programación bien diseñada y adaptada a las necesidades del público local puede contribuir de manera significativa al éxito y la sostenibilidad del medio de comunicación.

Objetivo General

Realizar una propuesta de géneros, formatos y programas a partir del consumo y preferencia de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.

Objetivos específicos

- Realizar una propuesta de géneros a partir del consumo y preferencia de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.
- Realizar una propuesta de formatos a partir del consumo y preferencia de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 y 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.
- Realizar una propuesta de programas a partir del consumo y preferencia de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo.

Propuesta Alternativa

Basándose en la Ley Orgánica de Comunicación (2019), en el artículo 65, clasificación de audiencias y franjas horarias, se toma en cuenta las siguientes clasificaciones; A. Familiar: en esta incluye a todos los miembros de la familia y comprende desde las 06:00 hasta las 18:00 y es apta para todo público. B. Responsabilidad compartida: las personas que tengan de 12 a 18 años, con una supervisión de personas adultas y el horario que corresponde es de 18:00 a 22:00, y cabe recalcar que aquí se puede presentar tanto de clasificación tipo A y B. Finalmente la clasificación C. Adultos: que comprende a personas mayores a 18 años de edad, cuyos horarios se rigen desde las 22:00 a 06:00. En esta franja horaria se podrá presentar tanto la clasificación A, B y la arista C que es para solo público adulto.

Siguiendo los resultados de las encuestas aplicadas a los residentes de la ciudad de Catamayo, se puede notar que los géneros que más predominan son: entretenimiento, informativo, ficción, no ficción, cine, educativo/cultural y de opinión. En lo que refiere a los géneros informativos, tenemos que tener en cuenta programas en los cuales muestren noticias relevantes tanto ya sean locales, nacionales e internacionales, también es importante recurrir a otros géneros como de opinión en los que topen temas de importancia y relevancia y así poder también enganchar a la audiencia.

En lo que respecta al género de entretenimiento que tiene una demanda alta en la

ciudadanía de Catamayo se ha considerado optar tener en la programación concursos, programas variedades y reality shows. Es de vital importancia que los programas sean actos para todo público y así conservar un sano entretenimiento en las personas de Catamayo.

Tomando en cuenta los resultados también se puede determinar que los formatos más populares son: noticieros, deportes, series, novelas, reality shows, entrevistas, cocina y noticieros deportivos. Por tanto, esta propuesta ha optado por tener una gran variedad entre los mencionados, tomando en cuenta que llegan hacer una opción atractiva y que cada uno se desarrolla de diferente manera; es así que las series logran brindar una trama compleja que hace enganchar y mantener la atención de la audiencia; las telenovelas ofrecen diferentes tramas que pueden ser emocionantes, románticas o tristes, situación que hace que los espectadores muchas de las veces se involucren o empaticen con la vida de los personajes.

En cuanto a los formatos deportivos en la ciudadanía de Catamayo, llegan a ser una gran opción, ya que el gusto por este deporte hace que disfrutan de diferentes ligas y competiciones deportivas y estas pueden ser tanto locales, provinciales, nacionales e internacionales para así lograr cubrir la gran demanda de afinidad a los formatos deportivos.

En general, las personas encuestadas muestran una preferencia tanto en géneros, formatos y programas que algunos no se encuentran en la televisión de señal abierta de cobertura nacional, a lo que apunta a un interés más diverso; en primer lugar, tomando en consideración que la audiencia de Catamayo tiene una marcada preferencia por eventos deportivos como las Eliminatoria, Campeonato Nacional y la Champions League y que cada uno de estos torneos se llevan en diferentes periodos de tiempos, diferentes horarios y por ende no pueden ser parte de la parrilla cotidiana, por lo tanto, estos programas se deben priorizar al momento de su emisión, por encima de la programación habitual.

En cuanto a los programas podemos notar una gran variedad dentro de los diferentes géneros y formatos, como, por ejemplo: La casa de papel, Berlín, La reina del sur, Como dice el dicho, La rosa de Guadalupe, Rubí, Masterchef, Copa, En contacto y Televistazo, todos estos programas son tomados en cuenta para esta parrilla y así mismo poder proponer una variedad en programación.

Una vez identificado los principales géneros, formatos y programas de televisión que más consumen y prefieren los residentes de la ciudad de Catamayo se presenta la propuesta en base a la tendencia de consumo y preferencia, tomando en cuenta, además,

programas populares que, al no ser mencionados por los encuestados, igual pueden llegar a tener un impacto importante para la audiencia.

A continuación, se expone la siguiente propuesta de programación televisiva, con sus respectivos géneros, formatos y programas.

Horario de programación de lunes a viernes

Hora	Género, formatos y Programas
24:00 a 01:00	Género: Ficción Formato: Película
01:00 a 02:00	Género: Ficción Formato: Película
02:00 a 03:00	Género: Ficción Formato: Novela Programa: María la del Barrio
03:00 a 05:00	Género: Ficción Formato: Novela Programa: Betty la Fea
05:00 a 05:55	Género: Entretenimiento Formato: Humor o comedia Programa: Vecinos
05:55 a 06:55	Género: Informativo Formato: Noticieros Programa: Noticias en la comunidad
06:55 a 07:30	Género: Informativo Formato: Noticieros

07:30 a 09:00	<p>Programa: Contacto directo</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Noticiero</p>
09:00 a 10:00	<p>Programa: Televistazo</p> <p>Género: Ficción</p> <p>Formato: Novela</p>
10:00 a 11:00	<p>Programa: Rubí</p> <p>Género: Entretenimiento</p> <p>Formato: Reality Shows</p>
11:00 a 12:00	<p>Programa: En contacto</p> <p>Género: Serie de antología</p> <p>Formato: Reportajes</p>
12:00 a 13:00	<p>Programa: Mujer casos de la vida real</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Noticiero</p>
13:00 a 14:00	<p>Programa: Noticiero del medio día</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Noticiero deportivo</p>
14:00 a 15:30	<p>Programa: Copa</p> <p>Género: Entretenimiento</p> <p>Formato: Reality shows</p>
15:30 a 16:30	<p>Programa: Los hackers de la farándula</p> <p>Género: Serie de antología</p> <p>Formato: Novela</p>
16:30 a 17:30	<p>Programa: Como dice el dicho</p> <p>Género: Educativo</p> <p>Formato: Entrevista</p>

17:30 a 19:00	El doctor del pueblo Género: Entretenimiento Formato: Reality Shows Programa: Combate
19:00 a 20:00	Género: Informativo Formato: Noticiero Programa: Televistazo estelar
20:00 a 21:00	Género: Musicales Formato: Reality Shows Programa: Soy el mejor
21:00 a 22:00	Género: Entretenimiento Formato: Cocina Programa: MasterChef
22:00 a 23:00	Género: Informativo Formato: Noticiero deportivo Programa: Esto es fútbol
23:00 a 24:00	Género: Ficción Formato: Serie Programa: La casa de papel

Horario de programación del día Sábado

Hora	Género, formatos y Programas
24:00 a 01:00	Género: Ficción Formato: Película
01:00 a 02:00	Género: Ficción Formato: Película

02:00 a 03:00	Género: Ficción Formato: Película
03:00 a 04:00	Género: Ficción Formato: Pel
04:00 a 05:00	Género: Ficción Formato: Películas Programa: Cine de madrugada
05:00 a 06:00	Género: Ficción Formato: Películas Programa: Cine de madrugada
06:00 a 07:00	Género: Entretenimiento Formato: Humor o comedia Programa: El combo amarillo
07:00 a 07:30	Género: Ficción/Entretenimiento Formato: Humor o comedia Programa: La pantera rosa
07:30 a 08:00	Género: Ficción/ Entretenimiento Formato: Humor o comedia Programa: Bob esponja
08:00 a 09:30	Género: Entretenimiento Formato: Reality shows Programa: Reto cuatro elementos
09:30 a 10:30	Género: Educativo/cultural Formato: Reportajes Programa: Educa
10:30 a 11:30	Género: Entretenimiento

11:30 a 12:30	<p>Formato: Cocina</p> <p>Programa: La cocina del chef bigote</p> <p>Género: Ficción</p>
12:30 a 13:30	<p>Formato: Novela</p> <p>Programa: Carita de ángel</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Noticiero deportivo</p>
13:30 a 14:00	<p>Programa: Copa semanal</p> <p>Género: Ficción/ Entretenimiento</p> <p>Formato: Humor o comedia</p>
14:00 a 14:30	<p>Programa: Pájaro loco</p> <p>Género: Ficción/ Entretenimiento</p> <p>Formato: Humor o comedia</p>
14:30 a 16:30	<p>Programa: Plim plim</p> <p>Género: Ficción</p> <p>Formato: Serie</p>
16:30 a 17:30	<p>Programa: Pablo escobar el patrón del mal</p> <p>Género: Ficción</p> <p>Formato: Serie</p>
17:30 a 19:00	<p>Programa: La rosa de Guadalupe</p> <p>Género: Ficción</p> <p>Formato: Película</p>
19:00 a 20:00	<p>Programa: Misterio a la vista</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Noticiero</p>
20:00 a 22:00	<p>Programa: La noticia resumen semanal</p> <p>Género: Ficción</p> <p>Formato:</p>

Película
Programa:
 El planeta de los simios (La Guerra)
Género:
 Ficción
Formato:
 Película
Programa:
 X-men Origenes Wolverine

Horario de programación del día Domingo

06:00 a 06:30	Género: Ficción/Entretenimiento Formato: Humor o comedia Programa: El pájaro loco
06:30 a 07:00	Género: Ficción/Entretenimiento Formato: Humor o comedia Programa: La pantera rosa
07:00 a 07:30	Género: Ficción/ Entretenimiento Formato: Humor o comedia Programa: Bob esponja
07:30 a 08:00	Género: Ficción/ Entretenimiento Formato: Humor o comedia Programa: Los looney tunes
08:00 a 09:00	Género: Educativo/cultural Formato: Reportajes Programa: Doctor Albuja
09:00 a 10:00	Género: De opinión Formato: Entrevista Programa: Políticamente correcto
10:00 a 10:30	Género: Entretenimiento Formato: Comedia

10:30 a 11:00	<p>Programa: América Vive</p> <p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Noticiero</p>
11:00 a 12:00	<p>Programa: Panorama internacional</p> <p>Género: Educativo/cultural</p> <p>Formato: Documental</p> <p>Programa: Ojo de agua, una mirada diferente.</p>
12:00 a 13:00	<p>Género: Ficción/ Entretenimiento</p> <p>Formato: Humor o comedia</p> <p>Programa: Cartoon Network</p>
13:00 a 14:30	<p>Género: Ficción</p> <p>Formato: Película</p> <p>Programa: Son como niños</p>
14:30 a 16:30	<p>Género: Entretenimiento</p> <p>Formato: Serie</p> <p>Programa: Pablo escobar el patrón del mal</p>
16:30 a 19:00	<p>Género: Entretenimiento</p> <p>Formato: Deportes</p> <p>Programa: Partidos de fútbol</p>
19:00 a 20:00	<p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Noticiero</p> <p>Programa: Noticiero Dominical</p>
20:00 a 21:00	<p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Noticiero</p> <p>Programa: Hora 25</p>
21:00 a 22:00	<p>Género: Informativo</p> <p>Formato: Entrevistas</p> <p>Programa:</p>

22:00 a 23:00	No noticias Género: Informativo Formato: Noticiero deportivo Programa:
23:00 a 24:00	Esto es fútbol Género: Ficción Formato: Película Programa: Héroe por encargo

Conclusiones

La parrilla de los géneros televisivos además de satisfacer las necesidades del espectador, también busca enriquecer la experiencia audiovisual ofreciendo segmentos informativos, de entretenimiento y ficción, al fin de crear un equilibrio que cubra todos los intereses de la población.

La parrilla de los formatos televisivos prioriza las secciones deportivas para los aficionados, series para los que les gusta el drama y la intriga, los noticieros para las personas que buscan mantenerse al tanto de lo que sucede localmente como nacionalmente, y telenovelas para los apasionados al romance, logrando así una experiencia enriquecedora para los espectadores.

La parrilla televisiva se destaca por la selección cuidadosa de programas que buscan abarcar una amplia variedad de géneros que sobresalen popularmente entre la audiencia, tales como los Noticieros, Eliminatorias de Fútbol, telenovelas como Rubí, La Rosa de Guadalupe, Como Dice el Dicho y Betty la Fea; series como La Casa de Papel, Berlín y La Reina del Sur, y, programas de cocina como Máster Chef.

Recomendaciones

Se recomienda realizar por parte de los medios un análisis continuo del consumo, preferencias y hábitos de visualización, lo que permitirá mantener una parrilla acorde a las necesidades del espectador, entretenida y dinámica.

Es fundamental sostener una estrategia flexible para así lograr adaptar la programación priorizando los formatos que generan mayor interés, asegurando la presencia de secciones deportivas, series, noticieros, telenovelas y sobre todo priorizando los eventos deportivos, ya pueden ser tanto locales, nacionales e internacionales.

Se recomienda contratar la licencia principalmente del plan de la Eliminatorias de

fútbol, Campeonato Nacional y la UEFA Champions League, dando prioridad sobre la programación habitual cuando se lleven a cabo estos torneos; así, mismo los programas que más sobresalen son: Rubí, La Rosa de Guadalupe, Como Dice el Dicho y Betty la Fea; series como La Casa de Papel, Berlín y La Reina del Sur; y, programas de cocina.

Anexo 2: Aplicación de Encuestas



Anexo 3: Fotografías



Anexo 4: Certificación de traducción del resumen

Loja, 09 de julio de 2024

CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.
Erika Lucía González Carrión, Ph.D.
Docente Universidad Nacional de Loja

CERTIFICO:

En mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de las traducciones realizadas para revistas de alto impacto como: Comunicar(Q1): <https://bit.ly/3v0JggL>, así como a través de la Certificación de conocimiento del Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de consumo y preferencia de géneros, formatos y programas de los medios televisivos de cobertura nacional; en las personas de entre 12 a 65 años, residentes en la ciudad de Catamayo. Período septiembre, 2023;** de autoría del estudiante: **Luis Eduardo Barrera Criollo** con CI: **1105376931**, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado, **Luis Eduardo Barrera Criollo** hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,



Dra. Erika González Carrión. PhD.
Docente Universidad Nacional de Loja