



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN PERIODISMO**

**TEMA**

**MEDIOS TELEVISIVOS Y HÁBITOS ALIMENTICIOS**

**TUTOR**

**LIC. MARÍA FERNANDA CARVAJAL MUÑOZ, MG.**

**AUTORA:**

**KATHERINE BRIGGETTE SAMANIEGO RONQUILLO**

**GUAYAQUIL**

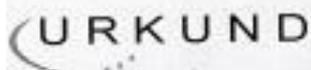
**2019**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Medios Televisivos y hábitos alimenticios	
<b>AUTORES/ES:</b>  Katherine Samaniego Ronquillo	<b>REVISORES O TUTORES:</b>  Mgs. Lic. María Fernanda Carvajal Muñoz
<b>INSTITUCIÓN:</b>  Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>Grado obtenido:</b>  Licenciada en Periodismo
<b>FACULTAD:</b>  CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	<b>CARRERA:</b>  PERIODISMO
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>  2019	<b>N. DE PAGS:</b>  94 páginas
<b>ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e Información.</b>	
<b>PALABRAS CLAVE: Periodismo, Televisión, Hábitos alimenticios, Programas de Comunicación</b>	
<b>RESUMEN:</b> En Ecuador, los medios televisivos, a través de los segmentos culinarios, influyen en los hábitos alimenticios de los televidentes, así lo determina el presente trabajo de investigación. Para la ejecución del mismo, se tomó como caso de estudio el segmento culinario del Programa El Club de la Mañana, transmitido por RTS. La población de estudio fueron las mujeres de 15 a 65 años, que habitan en el sector de Monte Sinaí, noroeste de	

Guayaquil. La recolección de información se la realizó mediante tres instrumentos: 378 encuestas, 04 entrevistas y 01 ficha de análisis. De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso investigativo se determinó que el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario contienen altos niveles de sodio (sal), hidratos de carbono, calorías y bajo en azúcares, según los expertos en nutrición. Sin embargo, las amas de casa encuestadas aseguran que los factores que influyen en su comportamiento alimenticio son los segmentos de cocina en un 40 %, los recursos económicos en un 33 %. Por ello, los productores del programa afirman que se ofrece a las televidentes recetas de fácil preparación y de bajo costo. Una de las recomendaciones es el empleo de claquetas para informar a las televidentes el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario.

<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>  <b>Katherine Samaniego Ronquillo</b>	<b>Teléfono:</b> <b>0960644483</b>	<b>E-mail:</b> <b>Katerolagabriel25@yahoo.com</b>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MG. Marco Oramas Salcedo Teléfono: 2596500 Ext. 249 E-mail: <a href="mailto:moramass@ulvr.edu.ec">moramass@ulvr.edu.ec</a></li> <li>• MG. Federico Guillermo Varas Chiquito Teléfono: 2596500 Ext. 253 E-mail: <a href="mailto:fvaras@ulvr.edu.ec">fvaras@ulvr.edu.ec</a></li> </ul>	

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO



## Urkund Analysis Result

Analysed Document: tesis final 2019 (1).pdf (D54177290)  
Submitted: 6/27/2019 3:59:00 AM  
Submitted By: mcarvajalm@ulvr.edu.ec  
Significance: 5 %

### Sources included in the report:

word tesis corregida.docx (D34746478)  
Trabajo de titulación Facso UG SAYDA MERY NORIEGA CANDELARIO.docx (D29959208)  
TESIS FINAL - 030616.docx (D20681932)  
Tesis Impacto Programas Matinales 2016-09-14.docx (D22102032)  
TESIS FINAL COMPLETO CAMPUZANO - CROW.doc (D51268274)  
05f50402-c6a3-425b-8404-09da7930da8d

### Instances where selected sources appear:

17

A handwritten signature in blue ink, consisting of several stylized, overlapping strokes.

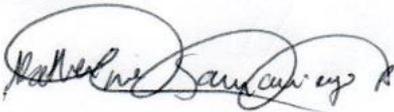
## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

La estudiante egresada Katherine Brigette Samaniego Ronquillo, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación: “Medios Televisivos y Hábitos Alimenticios”, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

Firma:



Katherine Samaniego Ronquillo

0930380605

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación MEDIOS TELEVISIVOS Y HÁBITOS ALIMENTICIOS, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Medios Televisivos y Hábitos Alimenticios presentado por los estudiantes Katherine Brigette Samaniego Ronquillo como requisito previo, para optar al Título de Licenciado en Periodismo encontrándose apto para su sustentación.

Firma: 

Lic. María Fernanda Carvajal Muñoz

C.C.

0925972770

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios por todas las bendiciones recibidas y por otorgarme paciencia y sabiduría para alcanzar esta meta académica.

A mis padres, Elsy Ronquillo Game y Nelson Samaniego Espinosa que son partícipes de este logro y me brindan su apoyo en todo momento.

Mis más agradecimientos a mi Tutora la Lic. María Fernanda Carvajal por tener el tiempo y la paciencia para la finalización de mi proyecto.

Por último, a quienes conforman la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, en especial a la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, carrera de Periodismo; ya que con sus conocimientos me guiaron en el transcurso de este proceso.

Katherine Samaniego Ronquillo

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación se lo dedico en primer lugar a Dios, porque recibí cada día sus bendiciones y gracias a Él estoy culminando mi trabajo.

A mis padres Elsy Ronquillo Game y Nelson Samaniego Espinosa quienes junto conmigo estuvieron apoyándome día a día para así culminar con mi meta.

A mi hermana Gabriela Samaniego que pese a sus ocupaciones del estudio siempre estuvo allí apoyándome en otras actividades.

A mi hermano Michael Moyón Ronquillo por estar presente en la culminación de mi carrera.

A mi hijo Gabriel Ramírez por ser mi motivación y mi lucha para realizar todas mis metas.

Y sobretodo quiero dedicarle este proyecto a una persona que ya no esta con nosotros en la vida terrenal, pero que aun prevalece en mis recuerdos y en mi corazón a mi abuelito (+) Víctor Ronquillo Bazán ya que antes de partir de este mundo tenia la ilusión y la esperanza de ver a su nieta ser una Periodista.

Katherine Samaniego Ronquillo

## RESUMEN

En Ecuador, los medios televisivos, a través de los segmentos culinarios, influyen en los hábitos alimenticios de los televidentes, así lo determina el presente trabajo de investigación. Para la ejecución del mismo, se tomó como caso de estudio el segmento culinario del Programa El Club de la Mañana, transmitido por RTS. La población de estudio fueron las mujeres de 15 a 65 años, que habitan en el sector de Monte Sinaí, noroeste de Guayaquil. La recolección de información se la realizó mediante tres instrumentos: 378 encuestas, 04 entrevistas y 01 ficha de análisis. De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso investigativo se determinó que el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario contienen altos niveles de sodio (sal), hidratos de carbono, calorías y bajo en azúcares, según los expertos en nutrición. Sin embargo, las amas de casa encuestadas aseguran que los factores que influyen en su comportamiento alimenticio son los segmentos de cocina en un 40 %, los recursos económicos en un 33 %. Por ello, los productores del programa afirman que se ofrece a las televidentes recetas de fácil preparación y de bajo costo. Una de las recomendaciones es el empleo de claquetas para informar a las televidentes el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario.

**Palabras Claves:** Periodismo, Televisión, Hábitos alimenticios, Programas de televisión

## **ABSTRACT**

In Ecuador, television media, through culinary segments, influence the eating habits of viewers, as determined by the present research work. For the execution of the same, the culinary segment of the Club of Tomorrow Program, transmitted by RTS, was taken as a case study. The study population was women from 15 to 65 years old, who live in the sector of Mount Sinai, northwest of Guayaquil. The collection of information was done through three instruments: 378 surveys, 04 interviews and 01 analysis sheet. According to the results obtained in the research process, it was determined that the nutritional value of the foods prepared in the culinary segment contain high levels of sodium (salt), carbohydrates, calories and low sugars, according to nutrition experts. . However, the housewives surveyed assure that the factors that influence their eating behavior are the kitchen segments by 40%, the economic resources by 33%. Therefore, the producers of the program say that viewers are offered recipes that are easy to prepare and inexpensive. One of the recommendations is the use of clappers to inform viewers of the nutritional value of the foods prepared in the culinary segment.

**Key words:** Journalism, television, eating habits, television programs

# ÍNDICE GENERAL

Pág.

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. TEMA.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. TÍTULO .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>3</b>
<b>1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>4</b>
<b>1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6.1. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>5</b>
<b>1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>1.8. DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>1.9 IDEA A DEFENDER.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2. MARCO TEORICO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.1 ORIGEN DE LA TELEVISIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.1.1. LA TELEVISIÓN: CONTEXTO MUNDIAL.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.1.2 LA TELEVISIÓN EN LATINOAMERICA.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.1.3 RTS.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.2. GÉNEROS TELEVISIVOS.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.3. FORMATOS TELEVISIVOS.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.4 PROGRAMAS MATIALES Y DE ETRETENIMIENTO.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.5. EL CLUB DE LA MAÑANA.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.6. COMUICACIÓN VISUAL.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.6.1. CONCEPTO.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.6.2 IMPORTANCIA.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.6.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.6.4 COMUNICACIÓN VISUAL Y LA TELEVISIÓN.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.6.4.1 COMUNICACIÓN VISUAL Y LOS PRORAMAS DE ENTRETENIMIENTO.....</b>	<b>26</b>
<b>2.2.6.4.2 COMUNICACIÓN VISUAL Y LOS SEGMENTOS DE COCINA.....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.6.5 LA IMAGEN.....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.6.5.1 TIPOS DE IMAGEN.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.6.6 EL COLOR.....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.6.7 LOS PLANOS.....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.7 LA TELEVISIÓN Y LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS.....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.7.1 CONCEPTO DE HÁBITOS ALIMENTICIOS.....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.7.2 HÁBITOS ALIMENTICIOS DE ECUADOR.....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.7.3 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA AUDIENCIA.....</b>	<b>33</b>
<b>2.2.7.4 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS .....</b>	<b>34</b>
<b>2.3 MARCO LEGAL.....</b>	<b>34</b>
<b>2.4 MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>35</b>

<b>CAPITULO III</b>	<b>37</b>
<b>3.1 MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>37</b>
<b>3.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>38</b>
<b>3.3. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>38</b>
<b>3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA</b>	<b>39</b>
<b>3.4.1. POBLACIÓN</b>	<b>39</b>
<b>3.4.2. MUESTRA</b>	<b>40</b>
<b>3.5. ANALISIS DE RESULTADOS</b>	<b>41</b>
<b>3.5.1 ANALISIS DE ENCUESTAS</b>	<b>41</b>
Pregunta N°1.	41
Pregunta N°2.	42
Pregunta N°3.	43
Pregunta N°4.	44
Pregunta N°5.	45
Pregunta N°6.	46
Pregunta N°7.	47
Pregunta N°8.	48
Pregunta N°9.	49
Pregunta N°10.	50
Pregunta N°11.	51
Pregunta N°12.	52
Pregunta N°13.	53
<b>3.5.2 FICHA DE ANÁLISIS</b>	<b>54</b>
<b>3.5.3 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS</b>	<b>58</b>
Entrevista al productor general del programa El Club de la Mañana	58
Entrevista a la productora del programa El Club de la Mañana	59
Entrevista al nutricionista	61
Entrevista dirigida al medico en nutrición	62
<b>CAPITULO IV INFORME FINAL</b>	<b>64</b>
<b>4.1 CONCLUSIONES</b>	<b>64</b>
<b>4.2 RECOMENDACIONES</b>	<b>65</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>67</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>71</b>
<b>MODELO DE ENCUESTA</b>	<b>72</b>
<b>FORMULARIO DE ENTREVISTA 01</b>	<b>74</b>
<b>FORMULARIO DE ENTREVISTA 02</b>	<b>75</b>
<b>FORMULARIO DE ENTREVISTA 03</b>	<b>76</b>
<b>FORMULARIO DE ENTREVISTA 04</b>	<b>77</b>
<b>FICHA DE MONITOREO</b>	<b>78</b>
<b>ANEXO 4 FOTOGRAFIA DE ENCUESTA O ENTREVISTA</b>	<b>80</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
<u>TABLA 1 .....</u>	<u>14</u>
<u>TABLA 2 .....</u>	<u>41</u>
<u>TABLA 3 .....</u>	<u>42</u>
<u>TABLA 4 .....</u>	<u>43</u>
<u>TABLA 5 .....</u>	<u>44</u>
<u>TABLA 6 .....</u>	<u>45</u>
<u>TABLA 7 .....</u>	<u>46</u>
<u>TABLA 8 .....</u>	<u>47</u>
<u>TABLA 9 .....</u>	<u>48</u>
<u>TABLA 10 .....</u>	<u>49</u>
<u>TABLA 11 .....</u>	<u>50</u>
<u>TABLA 12 .....</u>	<u>51</u>
<u>TABLA 13 .....</u>	<u>52</u>
<u>TABLA 14 .....</u>	<u>53</u>
<u>TABLA 15 .....</u>	<u>54</u>
<u>TABLA 16 .....</u>	<u>58</u>
<u>TABLA 17 .....</u>	<u>60</u>
<u>TABLA 18 .....</u>	<u>61</u>
<u>TABLA 19 .....</u>	<u>62</u>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
<u>GRÁFICO # 1 DETALLA, LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN .....</u>	<u>28</u>
<u>GRÁFICO 2 .....</u>	<u>41</u>
<u>GRÁFICO 3 .....</u>	<u>42</u>
<u>GRÁFICO 4 .....</u>	<u>43</u>
<u>GRÁFICO 5 .....</u>	<u>44</u>
<u>GRÁFICO 6 .....</u>	<u>45</u>
<u>GRÁFICO 7 .....</u>	<u>46</u>
<u>GRÁFICO 8 .....</u>	<u>47</u>
<u>GRÁFICO 9 .....</u>	<u>48</u>
<u>GRÁFICO 10 .....</u>	<u>49</u>
<u>GRÁFICO 11 .....</u>	<u>50</u>
<u>GRÁFICO 12 .....</u>	<u>51</u>
<u>GRÁFICO 13 .....</u>	<u>52</u>
<u>GRÁFICO 14 .....</u>	<u>53</u>

## ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
<u>MODELO DE ENCUESTA.....</u>	<u>72</u>
<u>FORMULARIO DE ENTREVISTA 01.....</u>	<u>74</u>
FORMULARIO DE ENTREVISTA 02.....	75
FORMULARIO DE ENTREVISTA 03.....	76
FORMULARIO DE ENTREVISTA 04.....	77
FICHA DE MONITOREO.....	78
<u>ANEXO 4 FOTOGRAFIA DE ENCUESTA O ENTREVISTA.....</u>	<u>80</u>

## INTRODUCCIÓN

En Ecuador los hábitos alimentarios se caracterizan por el consumo excesivo de alimentos altos en grasas, sales y azúcares. Lo que provoca que el número de persona con enfermedades relacionadas a la mala alimentación como son: desnutrición, anemia, sobrepeso y obesidad vaya en aumento.

En una publicación el diario público (El Telégrafo, 2018) expuso las cifras oficiales de las enfermedades antes mencionadas en la población ecuatoriana.

25% de la población menor a 2 años tiene desnutrición crónica infantil.

1 de cada 4 niños menores de 5 años tiene anemia o déficit de zinc.

15% de las mujeres en edad fértil tienen anemia.

3 de cada 10 adolescentes entre 12 y 18 años tienen sobrepeso.

6 de cada 10 adultos entre 20 y 59 años tienen sobrepeso y obesidad.

La (Fundación Española de la Nutrición, 2014) define a los hábitos alimentarios como: “Comportamientos conscientes, colectivos y repetitivos, que conducen a las personas a seleccionar, consumir y utilizar determinados alimentos o dietas, en respuestas a unas influencias sociales y culturales”.

Dichos hábitos se adquieren dentro del hogar, sin embargo, existen factores externos como los medios de comunicación que influyen en las personas a la hora de comer.

Por ello, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo el análisis de la “Influencia del segmento culinario del programa televisivo El Club de la Mañana en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector de Monte Sinaí, noroeste de Guayaquil”.

El capítulo 1 comprende el tema del proyecto, el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación del problema y la idea a defender.

El capítulo 2 se enfoca en la fundamentación teórica. En este punto se desarrolla el marco teórico donde se abordan temas como: historia de la televisión en el mundo y Ecuador, tipos de programas de televisión, influencia de la televisión en los hábitos alimenticios de la audiencia, entre otros. Así mismo, se analizará su relación con la áreas de

comunicación, sociología, psicología, educación y legal. Otro aspecto que se considera en este capítulo son los altos índices de obesidad y sobrepeso que existen en el país.

El capítulo 3 concierne a la metodología de la investigación. En este punto se detallan los métodos, las técnicas y los instrumentos que se utilizarán durante la ejecución de la investigación. Además, para aplicar la recolección de datos se determinará la población y muestra, para la cual se tomará en cuenta a los habitantes del sector Monte Sinaí,

Noreste de Guayaquil. Además se presentará el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas, entrevistas y demás técnicas a emplearse, mediante las cuáles se demostrará la influencia que tiene el segmento culinario, del programa El Club de la Mañana, en los hábitos alimenticios de la audiencia.

Se detallarán las conclusiones y recomendaciones de la investigación. También, se incluirán las fuentes bibliográficas y anexos que sustentan el trabajo académico.

# CAPÍTULO I

## 1.1 TEMA

Medios Televisivos y hábitos alimenticios

## 1.2 TÍTULO

Influencia del segmento culinario del programa televisivo El Club de la Mañana, en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí, noroeste de Guayaquil.

## 1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según la (OMS, 2018) a nivel mundial “En 2016, más de 1900 millones de adultos de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales, más de 650 millones eran obesos”. Estas cifras se triplicaron desde 1975, debido a los malos hábitos alimenticios y la falta de actividad física.

De acuerdo al objeto de estudio, los medios de comunicación influyen en los hábitos alimenticios de los ciudadanos, a través de los contenidos que exponen, ya sean en formato periodístico o publicitario.

El estudio denominado La televisión y los Niños: II Obesidad Boletín Clínico Hospital Infantil del Estado de Sonora revela que los medios televisivos incentivan a la audiencia a incluir o excluir diversos alimentos en su dieta diaria.

“La información que se ofrece por la TV suele estar distorsionada y fomenta malos hábitos dietéticos, tales anuncios influyen en la demanda y en la compra de los productos anunciados. La relación entre la TV y la obesidad sigue existiendo tanto en adultos como en los niños”. (Reyes, 2006).

En el caso específico del segmento culinario del programa matinal El Club de la mañana, transmitido por la cadena televisiva RTS, se observa que a diario Doña Sari (actriz Sandra Pareja) prepara diferentes platos de comida como: yapingacho, encebollado, arroz con pollo, bolón, entre otros, los mismos que contienen altos niveles de grasa y condimentos.

Otro de los ingredientes que prevalece es el azúcar que se utiliza para la preparación de postres y cocteles. Además, en el segmento se presentan menciones publicitarias que se relacionan a productos altos en grasas, sal y azúcar perjudicial para la salud.

Para presentar los platos de comida, los postres y bebidas que se preparan en el programa se emplean tomas, por lo general, en primer plano o plano detalle, lo que permite captar la atención de las amas de casa que sintonizan el programa. Estos recursos forman parte de la comunicación visual que tiene como objetivo transmitir un mensaje mediante imágenes.

(Bykova, 2015) “La comunicación visual es utilizada en todos los ámbitos: política, negocios, arte, religión etc. Sirve de refuerzo para llegar a más personas, para aumentar el impacto, para llamar más la atención, para motivar”.

De acuerdo a la (Ley Orgánica de Comunicación, LOC, 2013) el segmento de cocina, del programa el Club de la mañana se transmite en la franja horaria familiar, que comprende desde las 06:00 hasta las 18:00, por lo cual el contenido es de clasificación “A”, apto para todo público.

Según la ley, el programa matinal debe ofrecer a la audiencia segmentos que informen, eduquen y entretengan. En el caso específico del presente proyecto de investigación, el segmento debe orientar a los televidentes entre ellos niños, adultos y personas de la tercera edad a comprar, elaborar y consumir alimentos que sean nutritivos.

#### **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo el segmento culinario del programa El Club de la Mañana influye en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector de Monte Sinaí?

#### **1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo afectan los medios televisivos en los hábitos alimenticios de las audiencias?

¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí?

¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana?

¿Cuán factible es educar a los habitantes del sector Monte Sinaí sobre una correcta alimentación a través de los programas televisivos de cocina?

¿Cuáles son los problemas de salud relacionados a la mala alimentación que se registran en el sector de Monte Sinaí?

## **1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1 OBJETIVO GENERAL**

- Analizar la influencia del segmento culinario del programa televisivo El Club de la Mañana, en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector de Monte Sinaí, noroeste de Guayaquil.

### **1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar los hábitos televisivos de los habitantes de Monte Sinaí.
- Analizar los factores que influyen en el comportamiento alimenticio de los habitantes del sector Monte Sinaí.
- Conocer el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana.
- Establecer los problemas de salud asociado a la alimentación de los habitantes de Monte Sinaí.
- Concienciar a los habitantes de Monte Sinaí sobre los buenos hábitos alimenticios.

## **1.7 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor alcance en el mundo y se caracteriza por la gran influencia que ejerce sobre la audiencia, en diferentes temas, porque combina la imagen y el sonido. (Baca, 2012) Reseña el rol de los medios de comunicación y su impacto en las decisiones de las personas. “Mientras la televisión puede entretener, informar y acompañar a las personas, también influye en las áreas emocionales, cognoscitivas y conductuales”.

Por tal motivo, en el presente trabajo de investigación se plantea demostrar como los programas televisivos de entretenimiento influyen en los hábitos alimenticios de la audiencia, en este caso de los ciudadanos de un sector urbano- popular como es Monte Sinaí.

Según datos del (INEC, 2017) el 90% de los hogares del Ecuador tienen televisión a color, plasma, LCD o LED. Los ecuatorianos que viven en el área urbana son los que más consumen televisión ubicándose en un 73% , siguiendo con un 39% los que tienen servicio por cable.

La misma encuesta revela que, entre el 2015 y el 2016, el uso de la televisión a color disminuyó en un 5%. Mientras que, en el mismo periodo, el uso de plasmas, LCD y LED creció en un 25% en los hogares ecuatorianos.

La televisión es por excelencia un medio de persuasión, pero es decisión del televidente aceptar o rechazar el mensaje que recibe, y considerar si practica o no lo que se difunde a través de los diferentes programas y a su vez calificarlos de buena o mala calidad.

(Gottau, 2010) Recuerda que la audiencia tiende a seguir modelos impuestos por el mercado “Más allá de que la televisión es reflejo de la sociedad, nosotros también podemos resultar influidos por personajes televisivos a los cuales admiramos y que pasan todo el día comiendo chatarra”.

El objetivo de este estudio es lograr que los habitantes del sector Monte Sinaí aprendan a alimentarse de forma saludable, a través de la información que se difunde en los programas matinales, para obtener un buen equilibrio alimenticio y así evitar posibles enfermedades que podrían perjudicar en la salud de los ciudadanos.

“Así como también para concientizar a las personas a que tengan mejores hábitos alimenticios ya que muchos ciudadanos tienen la costumbre de comer comida chatarra para el desayuno y en el almuerzo consumiendo comida rápida sin saber que para un futuro esto les ocasionara problemas en sus cuerpos”. (Martinez, 2012)

En el caso específico del programa matinal El Club de la Mañana se observa que en las diferentes transmisiones se preparan platos de comida que son de común degustación de los ecuatorianos, debido a que la persona que los prepara asume el papel de la ama de casa.

Uno de los retos de los medios de comunicación (televisión) es implementar en la audiencia hábitos de consumo, mediante la exposición de imágenes que muestran a los productos de forma llamativa, provocando el interés y la curiosidad del televidente, induciéndolo a consumirlo sin tomar en cuenta si es perjudicial para su salud.

## 1.8 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

### DELIMITACIÓN DEL ESPACIO

Esta investigación se llevará a cabo en el sector Monte Sinaí al noroeste de Guayaquil quien según cifras del (INEC, 2017) se constató que aproximadamente existen 80.325 habitantes, que corresponden a 26.000 familias.

- **Ciudad:** Guayaquil

**Sector:** Urbano – popular

**Ubicación:** Monte Sinaí, noroeste

- **Campo:** Comunicación

**Área:** Televisión

**Aspecto:** Programa de televisión (Segmento culinario)

- Programa: El Club de la Mañana
- Segmento: Cocina

- **Población**

**Habitantes:** 80.325

**Familias:** 26.000

- **Periodo de investigación:** 2018-2019

## 1.9 IDEA A DEFENDER

El segmento culinario del programa El Club de la Mañana, emitido por el canal RTS influye en los hábitos alimenticios de los ciudadanos de Monte Sinaí.

## 1.10 LINEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL

**Linea institucional:** Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.

**Linea de facultad:** Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

## **CAPÍTULO II**

### **2.1 MARCO REFERENCIAL**

El trabajo de investigación planteado guarda similitud con otros proyectos realizados a nivel de Ecuador y otros países del mundo. En primer lugar se citará el desarrollo por (Fuenzalida V. , 2010) titulado “Eduación para la comunicación televisiva”, en el cual se menciona que los programas de televisión son interpretados desde la perspectiva adquirida por la audiencia, generando no solo influencia en el televidente principal sino en el círculo familiar.

“ También se ha detectado una importante influencia de algunas emisiones televisivas: la capacidad de suscitar conversación familiar ante programas informativos y ficcionales: es decir, aparece una influencia no lineal ni determinística, sino mediada por la conversación familiar, y tal rasgo es más practicada”.

En segundo lugar, la tesis titulada “Análisis comunicológico de los programas de entretenimiento de En Contacto y el Club de la Mañana en las amas de casas en el cantón Daule” hace una reflexión sobre la influencia de los programas de entretenimiento en las amas de casa.

“Es importante conocer la información que este tipo de programas da a las televidentes y si estos temas inciden de manera positiva al conocimiento de las amas de casas. Ya que son los principales medios de transmitir una información que entretiene a la audiencia”. (Candelario, 2017)

En tercer lugar se cita la tesis “Análisis del consumo de contenidos televisivos en amas de casa de la ciudad de Guayaquil”, en la cual se hace mención al objetivo que tienen los medios de comunicación de apuntar hacia el público de las amas de casa “Por ello, los medios buscan lanzar una programación que atraiga gran audiencia, ya que los medios de comunicación son vistos como empresas donde están más interesados en generar dinero lanzando programas que se vuelvan tendencia y sean de calidad”. (Melissa, 2016)

En cuarto lugar se evidencia el impacto que puedan tener los medios televisivos en la audiencia, a través de los contenidos que se transmiten durante toda su programación. Según (RONQUILLO, 2018) en el estudio científico denominado “Análisis comparativo de los programas matinales de televisión “El Club de la Mañana” y “En Contacto” y el impacto que producen en la población femenina de la cooperativa Juan Montalvo concluye que los programas impactaran en la audiencia, de forma positiva o negativa, según lo que proyecten en cada espacio.

La forma en que se impacta en la audiencia dependerá relativamente de la calidad de lo que se transmite. Si se desea contribuir con el progreso de la audiencia y el mejoramiento de la calidad de vida, los contenidos expuestos a esta audiencia deben ser de alta calidad y con un sentido de impacto positivo.

## **2.2 MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1 ORIGEN DE LA TELEVISIÓN**

La televisión, es un sistema de comunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia, esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable.

En los años 20 se lograron dos importantes proyectos sobre la televisión, estas fueron la televisión mecánica y la televisión electrónica, aquella fueron desarrolladas por un periodo de lucha en EEUU y Gran Bretaña.

#### **2.2.1.1 LA TELEVISIÓN: CONTEXTO MUNDIAL**

Los inicios de la televisión datan desde finales del siglo XIX, así lo expone el (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007). Afirma que:

La prehistoria de la televisión abarca un amplio período que se extiende, aproximadamente, desde finales del siglo XIX hasta 1935. En principio surgirán dos modelos: la televisión mecánica defendida por John Baird y la televisión electrónica creada por el investigador ruso-norteamericano Vladimir Zworikyn.

- **John Baird**

El escocés John Baird, de profesión ingeniero y físico, fue quien logró crear la televisión mecánica. En 1929, Baird con el apoyo de la BBC arrancó con las emisiones de prueba, aunque su invento es considerado de baja calidad en comparación al sistema electrónico creado por Vladimir Zworikyn, según (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

La televisión mecánica, el primer modelo en funcionar, se basó en el disco de Nipkow mediante el cual una imagen era explorada mecánicamente por un haz luminoso que repercute en una celda fotoeléctrica produciendo una corriente eléctrica variable.

Este modelo tuvo a su gran defensor en el escocés John Baird, quien una vez creada la primera compañía de televisión del mundo (Televisión Limited, 1924), obtuvo dos años después una licencia Experimental. Y un tiempo después, el 10 de septiembre de 1929, Baird en colaboración con la British Broadcasting Corporation (BBC) de Londres comenzó con emisiones de prueba.

La definición de las imágenes del sistema mecánico empleado por Baird (originalmente 30 líneas y 12.5 imágenes por segundo), a pesar de que mejoró notablemente con el transcurso del tiempo, siempre fue pobre en comparación con el sistema electrónico.

- **Vladimir Zworikyn**

El científico e ingeniero ruso Vladimir Zworikyn, fue quien inventó la televisión electrónica en 1923 creó un tubo de rayos catódicos que servía para la transmisión de imágenes, luego nació el inoscopio que fue el primer (aparato capaz de traducir videos).

➤ **HITOS DE LA TELEVISIÓN**

Los hitos de la televisión se dividen en tres etapas. La primera conocida como “el nacimiento” (1935- 1941), la segunda “el nuevo comienzo” (1946- 1949) y la tercera “la expansión” (1950- 1959), según el (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007).

**Francia (1935):** Se instaló un estudio de televisión en la parisina Escuela Superior de Electricidad y utilizó la torre Eiffel como soporte de la primera antena emisora.

**Alemania (1936):** Fue la retransmisión en directo de los juegos olímpicos de Berlín.

**Alemania (1937):** Los alemanes perfeccionaron su propio sistema electrónico de televisión.

**Gran Bretaña (1937) y EEUU (1939):** Fueron las primeras fabricaciones en serie de aparatos para uso doméstico.

**Italia (1941):** Tenía una televisión experimental de 441 líneas.

**EEUU (1941):** Las técnicas de la televisión en cierto año fueron variadas años a año, es así que la primera emisora televisiva fue National Broadcasting Company (NBC).

“Sin embargo, el organismo regulador de la radio y la televisión, la Federal Communications Commission (FCC), sólo autorizó la televisión comercial en 1941” (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007).

**Francia (1943):** Colocaron nuevamente los estudios parisinos.

**Moscú (1945):** Se colocaron imágenes en el aire de forma irregular.

**Gran Bretaña (1946):** La emisora BBC inició sus instalaciones y se volvió a transmitir imágenes.

**Francia (1947):** Se regularizó el primer canal público.

**EEUU (1947):** La FCC (Federal Communications Commission) estableció la normalización técnica de todas las emisiones televisivas.

**España (1948):** Organizaron sendas de exhibiciones públicas de televisión en Barcelona y Madrid.

**Alemania (1952):** La Nordwest Deutscher Rundfunk fue la emisora pionera de este nuevo comienzo.

### ➤ **Televisión blanco y negro**

La televisión en blanco y negro es experimentada por primera vez en Inglaterra en 1935, a inicios de 1936 el gobierno Nazi usó la tecnología para transmitir los juegos olímpicos de Berlín, probando las cámaras electrónicas y mecánicas existentes, realizando la primera transmisión en directo usando por primera vez la unidad móvil y los primeros teleobjetivos en una cámara.

Dicho artefacto televisivo fue creado para la transmisión de programas de interés público, que en su momento se llegó a convertir en un medio que estaba al alcance de los ciudadanos.

“Su desarrollo se retomó al acabar la contienda permitiéndole ocupar su puesto entre los medios de comunicación más extendidos como la prensa o la radio”. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007).

#### ➤ **Televisión a color**

En el año 1950 inició la guerra de la televisión a color, a nivel mundial la televisión a color ha surgido de forma positiva, pese que al comienzo las coberturas eran pequeñas y no se transmitían imágenes todo el día. A pesar del obstáculo que se reflejaba, empresas y gobiernos ocuparon su tiempo para fabricar redes de televisión con ondas electromagnéticas.

“Para ellos se instalaron nuevas emisoras, postes repetidores y líneas de cables, las grandes distancias y los accidentes topográficos debían rendirse ante un sistema planificado”. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007).

#### ➤ **Televisión digital**

La televisión digital en los años 90 ofreciendo una televisión con alta definición, en la actualidad este formato es uno de los más utilizados por tener buena calidad en imagen, cabe recalcar que la televisión digital permite:

- Incrementar notablemente el número de programas, servicios y señales actualmente disponibles.
- Mejorar la calidad de las imágenes y del sonido de las transmisiones y de las recepciones televisivas.
- Establecer servicios personalizados e interactivos (relación empresa televisiva-audiencia) de radiodifusión y telecomunicaciones.
- Facilitar la convergencia entre el sector audiovisual, las telecomunicaciones y la informática. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

Toda esta tecnología que se ha desarrollado a través de las épocas ha permitido que en la actualidad la televisión digital se difunda y sea encontrada en la mayoría de los hogares alrededor del mundo.

➤ **Televisión por internet**

A finales de 1990, se inició la televisión por internet, la cual es utilizada para la transmisión de programas no transmitidos en canales televisivos, esta red de internet día a día va aumentando su audiencia por medio de su contenido.

Según relata el investigador español Enrique Bustamante, “el panorama previsible de los servicios interactivos en la televisión digital se centrará durante mucho tiempo, además de los servicios vinculados a la programación televisiva ya contemplados en todos los soportes en las mezclas y vinculaciones diversas con internet”. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

### **2.2.1.2 LA TELEVISIÓN EN LATINOAMERICA**

La televisión iberoamericana es uno de los principales medios de difusión de masas, cabe recalcar que millones de latinoamericanos diariamente sintonizan programas de televisión para informarse y se entretenerse diariamente.

En América latina existen tres etapas comunes a todas las naciones:

**Primera etapa:** Esta fase se caracterizó por el “apoyo” prestado por las redes de radiotelevisión estadounidenses (NBC, ABC Y CBS) a la consolidación del nuevo medio bajo el modelo comercial.

**Segunda etapa:** En los años 70 y 80 los mercados nacionales tienen conexión con diferentes producciones de algunos programas se exportan de una forma amplia.

**Tercera etapa:** En países como Argentina las transmisiones televisivas se distribuyen mediante señal por cable de alta inteligencia, en algunos escenarios con grandes productores iberoamericanos forman alianzas con empresas globales.

“En consecuencia, las audiencias se internacionalizan y, al mismo tiempo, se fragmentan”. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

### ➤ **La Televisión: Ecuador**

La historia de la televisión ecuatoriana inicia a partir del año 1954 en Siracusa New York, cuando el ingeniero Harwell, quien encuentra un equipo en las bodegas de General Electric, el mismo que procede a repararlo y posteriormente viaja con él hasta Ecuador (Quito) en el año de 1959.

Sin embargo, en 1960 el judío alemán José Rosenbaum y su esposa, la manabita Linda Zambrano deciden importar equipos profesionales para el inicio del primer canal televisivo, esta importación fue posible gracias a la ayuda de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas, dónde comenzó en el quinto piso de su edificio a funcionar canal 4, el mismo que hoy en día se lo conoce como RTS.

Estos equipos comprendían micrófonos, cámaras, trípodes, cables, etc. Este dificultoso trabajo fue realizado por un grupo de al menos 12 personas, entre familiares de la señora Zambrano y de su esposo Rosenbaum y de un ingeniero alemán de nombre Hans Shepper.

“El estudio resultante demostró que, antes de que pudieran autorizarse más estaciones era necesario determinar y solucionar varios problemas de ingeniería y otros asuntos que gobernarían el futuro del funcionamiento de la tv”. (Steirberg, 1969). Los canales de televisión de carácter nacional aparecieron en las siguientes fechas y ciudades:

Tabla 1.

#### **Medios de Comunicación**

<b>Medio</b>	<b>Año de creación</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Tipo</b>
Red Telesistema	1960	Guayaquil	Privado
Ecuavisa	1967	Guayaquil	Privado
Telecentro	1969	Guayaquil	Pública
Teleamazonas	1974	Guayaquil	Privado
Gama	1977	Guayaquil	Pública
CRE televisión	1992	Guayaquil	Privado
Telerama	1993	Cuenca	Privado

Fuente: Suing, A. (1969)

### 2.2.1.3 RTS

Fue en 1960 que la televisión llega a la ciudad de Guayaquil tras un convenio con la Casa de la Cultura, es así que Canal 4, que ahora es denominada como Red Telesistema (RTS), obtiene el permiso de laborar y operar, siendo esta la primera empresa comercial que fue la Compañía Ecuatoriana de Televisión.

La esta televisiva (RTS) 4, inició como Telecuatro para luego llamarse Telesistema y desde el año 2005 pasó a ser RTS, cabe recalcar que esta cadena televisiva es el primer canal en el país.

En la actualidad el canal se ha adaptado a los tiempos digitales, poniendo al alcance de la mano del espectador una nueva forma de ver televisión.

Con el lanzamiento de su renovada página web [www.rts.com.ec](http://www.rts.com.ec) el canal posee lo que ningún otro medio televisivo ha llegado a tener hasta el momento.

La audiencia puede escoger, de cada programación, los reportajes y noticias más importantes y no perderse ningún detalle de lo que se transmiten en las pantallas de RTS. (RTS, 2015).

### **Programación televisiva**

La programación televisiva va de la mano con los hábitos sociales, debido a que ciertos formatos televisivos son transmitidos en diferentes países y se da a entender que la mayoría de programas que son reproducidos tienen la misma programación se cree que la programación es una técnica que se realiza por los comportamientos adquiridos por la audiencia. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007).

La programación televisiva tiene tres facetas:

**Primera faceta:** Es la planificación, esta se encarga de la visión general de emisoras y así mismo las necesidades de producción.

**Segunda faceta:** El marketing se encarga de definir los anunciantes. (Publicidad).

**Tercera faceta:** El estudio de resultados de la audiencia.

## **Modelos de programación**

Las administraciones públicas manejan reglas del sector televisivo, ya que establecen normas de comportamientos de programas para distintas emisoras.

Las emisoras privadas se guían por una rentabilidad económica de ciertas empresas, pero no pueden tener el riesgo de que su imagen se vea afectada. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

Cabe mencionar algunas líneas de departamentos de programación para así comprobar que estas no pueden diferenciar su función ya sea pública o privada:

- Cumplir la normativa legal.
- Fijar la audiencia a la que dirigirse.
- Evaluar el potencial comercial de los programas disponibles en cada momento.
- Comprobar el perfecto ajuste del orden de emisión de los programas.
- Evaluar los resultados de la audiencia conseguidos.

## **Factores que determinan la programación**

En la programación televisiva contienen varios factores que contribuyen en las labores de las programaciones, nombraremos los más destacados:

- La legislación
- Las reglas del consumo televisivo
- La imagen de la emisora

**La legislación.-** La programación televisiva debe cumplir ciertas normas legales, estatales y autonómicas.

**Las reglas del consumo televisivo.-** Esta programación se basa en el estudio social, ya que las reglas del consumo de televisión establecen el contenido de los programas.

**Imagen de emisoras.-** Establece un proceso comunicativo con la emisora y su público, hoy en día la televisión ha procreado su propia imagen en casi todas las emisoras.

## **Audiencia y programación. Perfiles de telespectadores**

En la televisión, los programas son la base principal de una producción televisiva la cual permite al telespectador engancharse a través de sus transmisiones, tomando en cuenta

que este proceso se da a partir de resultados que muestran que las audiencias sintoniza cierta programación.

Esta técnica de la muestra ayuda a conocer la audiencia mediante ciertas variables tales como: la edad, sexo, clase social, etc. Muchos expertos consideran que pueden llegar a obtener más información a través del audímetro, este aparato es utilizado para verificar datos como es el consumo de televisión diaria a través del rating – audiencia o como comúnmente se lo llama cuota-share. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

### **Audiencia y programación. Las bandas horarias, la semana.**

Iniciar la mañana sintonizando un programa de televisión es normal en los ciudadanos pero, en algunas ocasiones no tomamos en cuenta el tiempo ni el espacio la cual permitiría observar que muchas personas prenden una televisión más en vacaciones que en horas de trabajo, sin embargo existen tres tipos de estaciones de consumo televisivo que se debe mencionar. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

- **Temporada alta.-** Esta solo se desarrolla en noviembre y febrero a que en estos meses las menciones publicitarias y serie son las más abundantes.
- **Temporada media.-** Esta va de marzo a junio en estos meses el consumo está entre los 200 minutos al día.
- **Temporada baja.-** Estos meses como son julio y agosto son temporadas vacacionales, las programaciones solo son específicamente de galas y concursos.

### **La profesión del programador**

El programador tiene como objetivo comprender el gusto de la audiencia, el trabajo que realiza un programador es modificar el contenido y la duración de una programación, de fijar la programación de la pantalla y sobretodo verificar el desarrollo de horario de emisión.

“El responsable máximo de las decisiones programativas recibe según las emisoras denominaciones diversas tales como director de antena, director de programación o director de programas”. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

## **Estrategias y técnicas de programación**

Muchas veces para que un programa de televisión tenga éxito tiene que desarrollar una parrilla bien estructurada, con esto obtendrá mayores resultados, para ellos existen tres posicionamientos que ayudará a valorar cierta relación que tienen las emisoras:

- Establecer competencia directa con la oferta de alguna emisora;
- Buscar la coexistencia complementaria en relación a los perfiles de la audiencia; por ejemplo: ellos se dirigen a los hombres, nosotros a las mujeres.
- Examinar las posibilidades de fijar alternativas a lo que se programa indagando sobre los perfiles no cubiertos tales como los jóvenes.

Desde cierto punto las técnicas de programaciones son de origen norteamericano, y estas se asignan continuamente por ciertos programadores de cadenas generales.

Existen otras técnicas de programación:

- La punta de lanza o iniciar la programación de un bloque horario con un programas de éxito.
- La hamaca por la que colocamos un programa novedoso entre dos que están avalados por su impacto de audiencia.
- El puenteo o iniciar un programa que va a competir con otros algún tiempo antes de que lo hace la competencia.
- El dúplex o la emisión sucesiva de dos episodios tal como se hace con muchas series de ficción española o extranjera. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

## **La programación de las cadenas de pago**

Los modelos de televisión de pago sea por cable o satelital han variado en sus porcentajes, en el caso de EEUU obtiene un 50% y otros como España en ocasiones llega hasta en un 10% de audiencia.

Existen estrategias la cual definen las programaciones entre las televisiones o los canales de pago ofertando ciertas programaciones con distintos contenidos (infantiles, deporte, moda, etc.)

Existen tres modelos de canales básicos:

- Aquellos dirigidos a grupos sociodemográficos concretos como los canales infantiles (Fox Kids) o jóvenes (MTV).
- Los centrados en los intereses de minorías étnicas como los árabes.
- Los que satisfacen nichos de ocio concreto como las cadenas de documentales, de viajes, entre otras. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

### **La programación de las televisiones locales**

La televisión es también conocida como local, se legisló en España de 1995 emitiendo solo tres años para luego desaparecer, en el tiempo del desaparecimiento de la televisión local se establecieron las redes de coberturas nacionales.

En la actualidad no existe un censo único, pero se calcula que su número llega al millar, cabe recalcar que la televisión local tiene un nivel alto de cadenas de emisoras.

Existen varias estrategias que tiene que ver con la audiencia se manifiesta a través de su sintonización:

- Acumular a los televidentes no tanto en programas concretos sino algunos momentos a lo largo de toda la jornada a lo largo de todo el día, es la estrategia más habitual de las televisiones locales, así se puede decir que tal emisora tiene x miles de espectadores al día.
- Centrarse en determinados programas o franjas concretas para conseguir con ellas notoriedad.
- Trabajar exclusivamente en segmentos concretos de la población, posible en los casos de las autonomías bilingües. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

### **Programación y promoción. Estrategias en la red**

La promoción en las programaciones es lo que se ha visto recientemente en la televisión, anteriormente no era necesaria la vinculación entre la programación y la promoción pero en la actualidad es esencial para todo tipo de programa.

Existen dos objetivos principales de promoción:

- Consiste en la información de programas u ofertas de la cadena.
- Programadores utilizan espacios promocionales para transmitir un determinada imagen de la emisora.

“Las estrategias promocionales también se refiere a la llamada “mosca”, que indica a los espectadores cuál es la emisora sintonizada a partir de la incrustación de la gráfica corporativa de la cadena en un ángulo de la pantalla”. (Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España, 2007)

### **2.2.2 GÉNEROS TELEVISIVOS**

“Los géneros televisivos son entendidos como categoría taxonómica la cual permiten clasificar discurso a partir de pautas semejanzas y diferencias textuales”. (Gordillo, 2009)

En la televisión se definen tres grandes géneros:

- Informativo
- Ficción
- Entretenimiento

**Informativo.-** Comprende todos aquellos programas cuyo objetivo es presentar datos a la teleaudiencia, los principales son:

1. Noticiero
2. Entrevista
3. Charla
4. Debate
5. Documental
6. Docudrama

**Ficción.-** Es la presentación que se realiza a personajes, quienes protagonizan en un contexto espacio temporal determinado, los principales son:

1. Telenovela
2. Teleteatro
3. Series
4. Películas y dibujos animados

**Entretenimiento.-** Son programas que ofrecen recursos de pasatiempo, desde la música hasta concursos o búsqueda de curiosidades, los principales son:

1. Musicales
2. Comedias
3. De preguntas y respuestas
4. Tipo de revista
5. Deportivos

En algunos casos el género y el formato se asimilan como sinónimo pero estrictamente no lo son, ya que los géneros se refiere a la clase en general y los formatos se refieren a la forma particular de cada género.

### **2.2.3 FORMATOS TELEVISIVOS**

“Se podría decir que las características que le dan vida a los formatos televisivos son las de configurar, estructurar y dar forma a una idea audiovisual”. (Cruccellas, 2017)

- Los formatos televisivos vienen de la prensa y se refería al tamaño del periódico. Son “empaques” de los géneros.
- Es la “forma” de cómo voy a entregar los contenidos de cierto género al televidente.

Especie o forma particular de cada uno de los géneros.

Existen varios formatos del género televisivo:

#### **Formatos informativos:**

- **Entrevista.-** Es un formato de gran importancia, en líneas generales con la entrevista se pretende obtener la versión que un apersona tiene de un hecho.
- **Charla.-** Esta incluye la conversación que se mantiene dentro de un programa entre presentadores e invitados.
- **Debate.-** Es un intercambio de opiniones y de ideas entre varias personas sobre una cuestión determinada.
- **Documental.-** Es un formato cinematográfico realizado sobre la base de materiales tomados de la realidad.
- **Docudrama.-** Es un formato que se difunden en cine, radio y televisión, que trata con técnicas dramáticas del formato documental.
- **Formatos de ficción:**

- **La telenovela.-** También llamada teleserie, es un programa de televisión transmitidos en episodios diarios y consecutivos.
- **Teleteatro.-** Este fue el predecesor de las telenovelas, se trabajaba teatro en televisión.
- **Series.-** Es un tipo de programa televisivo de ficción que consta de un determinado número de episodios, caracterizados por tener una unidad narrativa independiente cada uno de ellos.
- **Películas.-** Son originarias del cine y exportadas a la televisión.
- **Formatos de entretenimiento:**
- **Musicales.-** Este formato tiene algunos aspectos similares a la ópera, siendo mayor diferencia la música cuya instrumentación es diferente, el uso del diálogo y el abandono de la mayoría de las convenciones de la ópera.
- **Comedias.-** Forma dramática cuyos personajes se ven enfrentados a las dificultades de la vida cotidiana.
- **Deportes.-** Son aquellos que se dedican a presentar contenidos referentes a los diversos deportes que se conoce en diferentes países.
- **Revista.-** La televisión comercial utiliza este formato en diversos programas para adultos con funciones y propósitos diferentes.

#### **2.2.4 PROGRAMAS MATINALES Y DE ENTRETENIMIENTO**

“El género de los matinales dio sus primeros pasos en Estados Unidos en el año 1952, cuando la señal norteamericana NBC comenzó a emitir The Today Show”. (Mercurio, 2000)

Sin embargo, encontramos dos grandes tipos de entretenimiento que son de ficción y los de no ficción. Estos se pueden clasificar en concursos, galas, espectáculos, reality shows y magazines.

A lo largo y ancho del mundo el entretenimiento ha sido una de las opciones favoritas de los televidentes, quizás para evadirse de la realidad.

Uno de los programas de entretenimiento que tienen las cadenas televisivas son las revistas matinales, estas son el recurso televisivo especialmente en las amas de casas, y la repercusión social y psicológica que pueden general ciertos programas de televisión.

“Las revistas familiares también llamados “el género híbrido” son formatos de televisión la cual abordan temas de interés hacia la audiencia que lo sintoniza, este género muestra, la hibridación de otros géneros (informativos, musicales, de opinión, de entretenimiento, etc.). (Vera Herrera, 2018)

### **2.2.5 EL CLUB DE LA MAÑANA**

El Club de la Mañana de RTS se transmite desde el 28 de abril del 2006, por la señal de RTS, de lunes a viernes entre las 09:00am y las 11:00am. Sus conductores son Marcelo Cornejo, Maricela Gómez, Mauricio Altamirano, Carla Estrella, María Gracia Manzano, Sandra Pareja y Pilar Vera. Desde sus inicios en el año 2006 los conductores que han permanecido en el espacio son Marcelo Cornejo y María Gracia Manzano, el programa tiene una trama más popular, cuyo lema es la mejor terapia mañanera y se refieren a sus televidentes como “socias/os”.

En este programa según la investigación de campo realizada se evidenció que en el segmento de cocina no cuentan con un chef profesional de la rama, pero en su lugar Doña Sari, personaje de la presentadora y actriz Sandra Pareja se dedica a preparar recetas fáciles para su público.

También dedican un espacio a la ayuda social, difundiendo contenido sobre personas que necesitan algún tipo de colaboración o casos de superación. Sin embargo la revista matinal se ha posicionado debido a que su audiencia se identifica con los contenidos y sus presentadores. (Ronquillo, 2016)

En la actualidad se integraron al programa matinal nuevos presentadores tales como Adriana Sánchez y Jorge Heredia quienes tienen un espacio de comunidad.

#### **Segmento “Cocina Club”**

El Club de la Mañana realiza algunas actividades de interés y que enganchan al televidente, según Christian Torres productor general de RTS afirma que este es el programa matinal más visto en las amas de casa.

Uno de los segmentos más vistos por los televidentes es el segmento culinario, cabe recalcar que este no posee de un experto en el arte culinario, sino más bien de Doña Sari (actriz Sandra Pareja) que con su experiencia como ama de casa prepara a diario diferentes platillos de comida que a diario es acompañado por famosos de farándula.

Diariamente la presentadora muestra recetas novedosas y deliciosas que atraen al gusto del televidente, tales como bolón, yapingacho, arroz con pollo, postres, cocteles entre otros.

## **2.2.6 COMUNICACIÓN VISUAL**

### **2.2.6.1 CONCEPTO**

El lenguaje nace a partir de la percepción y en relación existen en este proceso algunos puntos entre la expresión verbal y la expresión visual.

Es raro que en el lenguaje verbal y mucho más común en la expresión visual, se debe de considerar de modo muy particular cómo influye esta diferencia y de qué modo puede afectar el tratamiento del sentido.

“El lenguaje visual, al contrario, es más sintético: por la vista se percibe una forma significativa en su globalidad”. (Colle, 2011).

Se podría decir que el lenguaje visual tiene una vocación más universal que el verbal, aunque el acompañamiento de este último puede ser de mayor importancia para una interpretación correcta.

Cabe recalcar que su objetivo es lograr en el espectador una comprensión universal del contenido que se difunde, se debe destacar que según la audiencia, el contenido audiovisual será generado de forma diferente y acorde a cada segmento.

### **2.2.6.2 IMPORTANCIA**

El adjetivo audiovisual tiene importancia por la existencia de la tecnología, es posible difundir un mensaje, mediante audios e imágenes, tratando de conseguir que dicho mensaje llegue de manera más profunda en los ciudadanos.

“Los medios audiovisuales son un conjunto de técnicas visuales y auditivas que apoyan la enseñanza, facilitando un mayor y más rápida comprensión e interpretación de las ideas” (audiovisuales, 2007).

La eficiencia de los medios audiovisuales en la enseñanza se basa en la percepción a través de los sentidos, de acuerdo a la forma que son utilizados se pueden considerar como apoyos directos de proyección.

El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo puede ser medido, al menos, de forma cuantitativa, con indicadores como la penetración de internet y la telefonía celular,

entre otros o en la forma cualitativa, a través de la voz de quienes usan o son afectados por estas tecnologías.

### **2.2.6.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

Los ciudadanos están acostumbrados a los constantes descubrimientos tecnológicos, podríamos decir que es la misma sociedad quien ha creado esta innovación en todos los aspectos.

#### **Ventajas**

La misma sociedad demanda que el proceso de enseñanza sea innovador, el uso de medios audiovisuales permite a los docentes ofrecer de manera novedosa y atractiva el contenido a aprender.

- Todas las personas aprendemos de manera distinta, el uso de medios audiovisuales permite abarcar los diferentes estilos de aprendizaje.
- La preparación de una clase se vuelve práctica y divertida.
- Además de ser práctica, la exposición del contenido de la materia se vuelve más completo.

#### **Desventajas**

El uso excesivo de los medios audiovisuales puede volver a una clase tediosa y poco atractiva, además el docente puede perder el interés por mejorar su práctica y su tarea como investigador.

“Es indispensable que el docente esté capacitado para el uso de los medios audiovisuales, en caso contrario puede volverse en su contra”. (Estrada, 2002).

- Una gran ventaja es que no todos los medios audiovisuales están al alcance de todas las escuelas.
- Los medios audiovisuales son solo un apoyo para la enseñanza o el aprendizaje, cuando esto no logra comprenderse, el acercamiento entre alumno y docente se puede perder.

#### **2.2.6.4 COMUNICACIÓN VISUAL Y LA TELEVISIÓN**

“La comunicación visual es un sistema que utiliza construcción, difusión y recepción de imágenes para expresar un mensaje o comunicar con un determinado fin”. (Chazarreta, 2016)

Este medio de comunicación está presente en la mayoría de los hogares, sin embargo la tecnología ha servido de mucha ayuda ya que esta transmite mensajes visuales más que auditivos.

La comunicación visual, siempre ha jugado un papel de impacto en nuestra sociedad a través de medios tradicionales como la televisión y el cine.

Existen tres tipos de comunicación visual según su lenguaje:

- Lenguaje visual objetivo
- Lenguaje visual artístico
- Lenguaje visual publicitario

**Lenguaje visual objetivo.-** Esta se refiere a la comunicación de imágenes la cual transmiten información determinada, obteniendo una interpretación clara y sin dejar cabida a otras interpretaciones.

**Lenguaje visual artístico.-** Su función principal es estética y está ligada al arte.

**Lenguaje publicitario.-** La principal finalidad es vender algún producto en el mercado y motivar su compra con adquisición.

##### **2.2.6.4.1 COMUNICACIÓN VISUAL Y LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO**

La televisión es uno de los medios de comunicación que más son consumidos por los ciudadanos especialmente aquellos programas de entretenimiento.

Sin embargo, encontramos dos grandes tipos de entretenimiento que son de ficción y los de no ficción. Estos se pueden clasificar en concursos, galas, espectáculos, reality shows y magazines.

“Con respecto a los programas de entretenimiento en televisión de ficción están el cine y la producción ajena y las series de producción propia”. (Crusellas, 2017)

La transformación del medio televisivo es una absorción de entretenimiento que está haciendo que los críticos que dividían los ámbitos de la comunicación: formar, informar, entretener, desaparezcan.

La audiencia escoge la televisión principalmente como un medio de entretenimiento y secundariamente como un medio informativo.

#### **2.2.6.4.2 COMUNICACIÓN VISUAL Y LOS SEGMENTOS DE COCINA**

Los programas de entretenimiento tienen un formato que se despliegan en las principales cadenas televisivas.

Se puede destacar que la clave del éxito televisivo es su duración y finalmente, dedicar cierto tiempo, y sobretodo entretener al televidente.

En el transcurso de los años los segmentos de cocina han ido evolucionando por su alta sintonía de la audiencia y en función de nuevos sabores y experiencias de cocineros.

“Con el descubrimiento de la cocina no solo se desarrolló el arte culinario sino también la formación de la capacidad del lenguaje humano”. (Vera, 2017)

Se considera que los alimentos que se come rico a diario, como un platillo gourmet, tiene la capacidad de comunicar, tanto el texto como la comida que se exhibe en diversas partes del mundo en los restaurantes comunicando de su diversidad que existen entre varios países.

#### **2.2.6.5 LA IMAGEN**

Una imagen es también la representación visual de un elemento que logra técnicas enmarcadas en la fotografía, el arte, el diseño, el video u otras disciplinas.

Una imagen definida como óptica, en cambio, es aquella figura que está compuesta por varios puntos hacia los cuales se dirigen los rayos que derivan de ciertas fuentes tras interactuar con la estructura óptica.

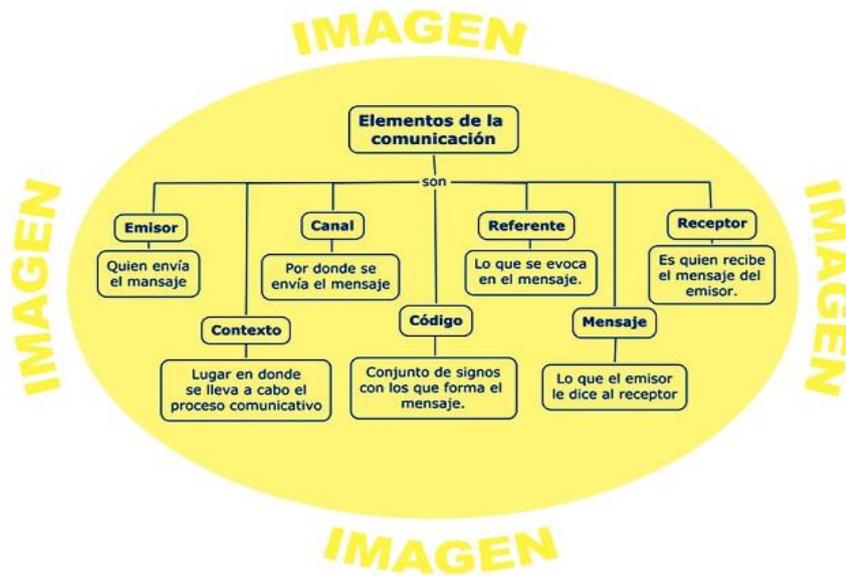
“Es posible hablar, en este sentido, de imagen real (la cual surge cuando los rayos luminosos resultan convergentes) o imagen virtual (opción que se crea cuando los rayos divergen luego de atravesar el sistema óptico)”. (Merino, 2009)

Una imagen es la representación visual de un objeto, una persona, un animal o cualquier otra cosa plausible de ser captada por el ojo humano a través de diferentes técnicas como ser la pintura, el diseño, la fotografía y el video, entre otras.

“El uso de la imagen fotográfica para hechizos, maleficios y encantamientos viene a reemplazar el papel atribuido al mechón de cabello o los recortes de las uñas de una persona”. (Massucco, 2007)

Todo esto se inscribe en el poder que tiene la imagen de remitirnos a la realidad que le dio origen.

La imagen adquiere una fuerza que muchas veces la realidad no alcanza, en el acto de hacer la toma, los actores tienen limitaciones que las circunstancias les imponen, mientras que frente a la fotografía tiene una realidad distinta, que corresponde a las circunstancias y a la imaginación del observador.



**GRÁFICO 1**

**La imagen**

Fuente: Massucco,J. (2007)

### **2.2.6.5.1 TIPOS DE IMAGEN**

Existen dos tipos de imágenes y cada uno de ellos tiene sus conceptos bien diferenciados:

#### **1. Bitmap**

La imagen está formada por una matriz de píxeles. Cuando modificamos una imagen bitmap lo que estamos haciendo es cambiar el aspecto de los píxeles con programas de tratamiento de imagen como GIMP.

#### **2. Vectorial**

“Se representan con trazos geométricos que están controlados por operaciones matemáticas que realiza el ordenador. Las líneas que componen la imagen están definidas por vectores”. (Sanchez, 2018)

### **2.2.6.6 EL COLOR**

El color es uno de los temas más importantes en la comunicación visual, ya que este determina ciertas conductas psicológicas que pueden asociarse a todo tipo de reacciones sobre el mensaje y el lenguaje.

El color en una fotografía, un aviso de prensa o un comercial es relativo a quién lo ve y dónde lo ve, es por eso que en publicidad intentamos que las imágenes sean lo más atractivas posible a cualquier ojo, retocando la saturación los tintes, ajustando la luz y otros malabarismos.

“La sociedad construye una imagen mental de acuerdo a nuestros intereses, motivaciones, y valores que nos hacen sentir preferencia con algo en especial en todo lo que nos rodea”. (Carrasco, 2012)

### **2.2.6.7 LOS PLANOS**

“Los planos son parte del lenguaje audiovisual que se define la perspectiva visual de los objetos, personajes y elementos de las imágenes”. (Useda, 2015)

De acuerdo a cómo son captadas por el observador en un sitio determinado, al abarcar el cuadro total o en cada corte a medida que se da profundidad implícita a la imagen.

A continuación los tipos de planos según su tamaño: (Useda, 2015)

**Plano panorámico, gran plano general o general extremo.-** Es el que enseña un escenario grande. Allí los personajes no están o los diluye el entorno. Su valor es descriptivo y adquiere un importante valor dramático por resaltar la soledad o lo pequeño que es el hombre.

**Plano bajo.-** Es el que muestra un escenario amplio en donde se incorpora la persona y va a ocupar entre un tercio y un cuarto de la cámara. Muestra un ambiente de valor descriptivo, dramático o narrativo.

**Plano entero.-** Si los límites superior e inferior en un cuadro van a casi coincidir con la cabeza y los pies.

**Plano americano.-** Se conoce también como  $\frac{3}{4}$  o **plano medio largo**, en donde se recorta la figura aproximadamente a la rodilla. Es muy adecuado para encuadrar a dos o tres personas que interactúan.

**Plano medio.-** Muestra la figura humana cortada por la cintura. Su valor dramático y expresivo es alto.

**Plano medio corto.-** La figura humana se muestra desde el pecho a la cabeza.

**Primer plano.-** Desde las clavículas hacia arriba.

**Primerísimo plano.-** Va desde la barbilla a la frente y es un primer plano muy cerrado.

**Plano detalle.-** Se centra en un objeto como un despertador o un bolígrafo.

**Plano de situación.-** Podría ser de lugar temporal y se empela que la acción sea localizada en un sentido espacial y temporal.

#### **Tipos de planos según el ángulo visual**

**Normal o neutro.-** Cuando el ángulo de la cámara es paralelo al suelo y está a la altura de los ojos o si trata de un objeto a su altura media.

**Picado.-** Su angulación es oblicua superior, por ende, está encima de la altura de los ojos o a una altura media del objeto y la orienta hacia el suelo ligeramente.

**Contrapicado.-** Es opuesto al picado. Se lo suele utilizar para un personaje psíquicamente fuerte, superior o dominante.

**Nadir.-** La cámara es ubicada por debajo del personaje completamente, en un ángulo que es perpendicular al suelo.

**Cenital.-** Se sitúa la cámara por encima del personaje completamente, en un ángulo que es perpendicular.

**Plano holandés o aberrante.-** Si la cámara está ligeramente inclinada, lo regular es que sea un ángulo de  $45^\circ$ . Es una muestra de inestabilidad.

**Subjetiva.-** Muestra lo que el personaje está viendo, así que toma la visión en primera persona de ese personaje.

**Semisubjetiva.-** Si la cámara muestra una parte del personaje, además de lo que el personaje ve.

**Lateral.-** La cámara va a estar a 90° mostrando una vista de lado, casi siempre se usa plano subjetivo.

#### **Tipos de planos según la altura**

**Normal.-** La cámara es ubicada a una distancia del suelo que equivale a la de la vista. Es de entre 1.50 a 1.80 metros.

**Alta.-** Se ubica a una distancia mayor a 1.80 metros. N caso de ser muy alta la distancia del suelo es una cámara aérea.

**Baja.-** Se sitúa a una distancia menor a 1 metro.

## **2.2.7 LA TELEVISIÓN Y LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS**

En la actualidad vivimos en una sociedad altamente globalizada, y a la vez, escasa de información y educación por parte de la ciudadanía, uno de los temas más llamativos en esta era, es la relación que tienen los medios de comunicación en especial la televisión con los hábitos alimenticios.

La alimentación siempre será objeto de interés y de discusión, entre la sociedad una especulación constante que siempre está sujeta a muchas formas de pensar y puntos de vista.

Hoy en día, los medios de comunicación, sobretodo la televisión, nos invaden y, bombardean en todo momento de imágenes estéticas y estereotipos occidentales que nosotros, consciente o inconscientemente, tendremos a adoptar.

“Es tal la influencia de este medio, que modifica nuestra dieta cambiándola total o parcialmente por alimentos con bajos nutrientes y sobretodo saturados en grasas”. (Contreras, 2000).

La publicidad también influye de forma importante, de tantos anuncios que ven la sociedad al año en televisión, la mayoría son sobre alimentos con alto contenido en grasa, colesterol, azúcar y sal, como gaseosas, papas fritas entre otros.

“Se ha demostrado que por cada hora de incremento de visión de la TV, aumenta la prevalencia de obesidad, tanto en niños como en adultos”. (Carmen, 2008)

El consumo de la televisión tiene un objeto de mediación, que por su intermediación, los ciudadanos tienen acceso a determinados códigos de interacción que los capacitan para relacionarse con los nuevos recursos.

“Los expertos en marketing de alimentos influyen en el volumen de consumo de estos mediante cuatro mecanismos básicos que varían en su visibilidad”. (Yunga, 2015).

### **2.2.7.1 CONCEPTO DE HÁBITOS ALIMENTICIOS**

Los hábitos alimenticios son comportamientos colectivos y repetitivos, que conducen a la sociedad a consumir y utilizar determinados alimentos o dietas.

Los alimentos actúan como unión social, porque se comparten con seres queridos, también permiten intercambios de ideas de casi todos los acontecimientos humanos que están ligados a eventos gastronómicos.

Una dieta variada debe incluir alimentos de todos los grupos y en cantidades suficientes para cubrir nuestras necesidades energéticas y nutritivas.

“En España los hábitos alimentarios se caracterizan por un consumo excesivo de alimentos, donde se consume gran cantidad de proteínas y de grasas”. (Fen, 2014)

### **2.2.7.2 HÁBITOS ALIMENTICIOS DE ECUADOR**

Los hábitos alimenticios se aprenden a lo largo de la vida ya que influyen en la alimentación diaria esta es completa y equilibrada, para ellos se debe llevar una alimentación adecuada para obtener mejores resultados, además se habla de una dieta completa que al cumplir los requerimientos necesarios para satisfacer necesidades energéticas y nutritivas que incluyan alimentos de todos los grupos alimentarios.

La alimentación evoluciona a lo largo de la historia esta se influencia por factores económicos, sociales y políticos, nuevos descubrimientos fomentaron una diversificación de la alimentación de las personas, así también factores ambientales que condicionan una abundancia o una escasez de alimentos.

La geografía, los hábitats, las etnias, lenguas y diversas culturas hacen que el Ecuador presente una alimentación diversa, así también la estratificación económica y social que

existe en el país constituye un verdadero conjunto de conocimientos y prácticas alimentarias propias de cada región.

La gastronomía del Ecuador es grande y variada, por lo que las costumbres alimentarias son distintas en cada provincia o ciudad por la diversidad del clima.

La dieta de los ecuatorianos en general es a base de carbohidratos, carnes y lácteos los cuales son productos que por su costo son más aceptables para la población, alimentos como frutas y verduras tienen poca importancia en la dieta y sin embargo su producción es alta con gran variedad.

“El consumo actual de alimentos tales como, harinas refinadas, alimentos con alto contenido en sal y en grasas saturadas, hace que aumenten las estadísticas de sobrepeso y obesidad a nivel nacional”. (Sarango, 2018)

### **Enfermedades relacionadas a los malos hábitos alimenticios**

Los malos hábitos alimenticios son la principal causa de enfermedades crónicas la cual tienen una larga duración y por lo general son de progresión lenta, tales como:

Afecciones cardiovascular

Obesidad

Diabetes

Patologías del sistema digestivo

Cálculos de vesícula

Reflujo esofagástrico

Caries

Cáncer al colon

Cáncer al páncreas

Estas enfermedades se vinculan a nuestro estilo de vida, por ello hay que atender de una manera más comprometida y consciente nuestra manera de vivir.

“Según la Lcda. Diana Portilla, nutricionista del Hospital Clínica Bíblica, en todas las edades se podría descuidar la alimentación”. (Biblica, 2014)

### **2.2.7.3 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA AUDIENCIA**

La televisión se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias.

Ciertos estudios indican que la relación entre televisión y comportamiento existe, pero ha sido complicado identificar algún tipo de nexo causal.

A su vez expresan valores y juicios mezclados con entretenimiento y se utilizan como distribución y producción de conocimiento en forma de ideas, información y cultura, en la respuesta a las necesidades colectivas y sociales ya que su fin es captar la atención de la audiencia, por lo tanto la tecnología y la forma interesan más que el contenido en sí mismo.

Durante muchos años, la comunicación ha sido entendida como el conjunto de técnicas aplicadas por los comunicadores (o más reducido aún, los periodistas o publicistas) una vez que los expertos habían definido hacia dónde querían torcer la realidad.

“La comunicación no sólo es importante en la intervención de una comunidad sino que, es una herramienta fundamental para la consolidación de equipos de intervención comunitaria que se constituyen previamente”. (Ubaldo Cuesta Cambra, 2011)

### **2.2.7.4 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS**

Observar la televisión está fuertemente asociado con el consumo de alimentos y bebidas energéticas, así como de comida rápida y con un bajo consumo de frutas y verduras.

Esto se debe a que los televidentes no sólo están expuestos a ciertos anuncios que pueden influir en el tipo de comida que consumen, sino también a que la televisión actúa como distracción, lo que produce una falta de conciencia hacia el consumo real de comida.

Es muy importante que los padres estén más pendientes de la alimentación que les brindan a sus hijos, ya que si los padres ponen a sus niños frente a la televisión y les dan comida mientras ellos hacen otras cosas, los niños acabarán asociando la televisión con alimentos.

“Cuanto más tiempo pasen los niños y los adolescentes en actitud sedentaria frente a la pantalla, más propensos serán a consumir comida no saludable”. (Martínez, 2011)

## 2.3 Marco legal

Para la sustentación legal del presente proyecto de investigación se consideran dos artículos de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), los mismos que establecen la identificación de los contenidos que se difunden y las franjas horarias.

**Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.-** Para efectos de esta ley, los contenidos de radiodifusiones sonoras, televisión los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos - I;
2. De opinión - O;
3. Formativos/educativos/culturales - F;
4. Entretenimiento - E;
5. Deportivos - D; y,
6. Publicitarios - P (Ley Orgánica de Comunicación, LOC, 2013)

El mencionado artículo tiene como objetivo que la audiencia conozca sobre los tipos de contenidos que se transmiten en los diversos medios de comunicación y así decida de manera informada la programación de su preferencia.

**Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias.-** Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;

Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,

Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.

De acuerdo a la LOC, el segmento culinario se difunde en una franja familiar y por ende es apto para todo público. Por tal motivo, desde la producción del programa no se deben escatimar esfuerzos para enseñarle a la audiencia que es posible comer saludable y rico a la vez evitando la promoción de comidas chatarras o con altos porcentajes de azúcar, grasas y sal.

## 2.4 Marco conceptual

Según el diccionario de la (Real Academia Española, 2014) el siguiente glosario significa:

- **Audiencia:** Conjunto de personas que están presentes en un espectáculo público o que siguen un programa de radio o televisión.
- **Formatos televisivos:** Es el concepto de un programa bajo todos sus elementos principales que hacen que sea único y diferenciado de los demás.
- **Géneros televisivos:** Constituyen los programas de carácter informativo, independientemente de que la información conlleve o no opinión e interpretación.
- **Hábitos:** Los hábitos son conductas que repetimos muchas veces hasta que forman parte de nuestras actividades diarias.
- **Influencia:** Poder de una persona o cosa para determinar o alterar la forma de pensar o de actuar de alguien.
- **Programación:** Conjunto de programas que se retransmiten por radio o televisión.
- **Programas:** Son los espacios audiovisuales con contenido, que no tienen una finalidad publicitaria.
- **Segmentos:** Parte que junto con otras se encuentra formando un todo.
- **Señal:** Rasgo físico que permite reconocer o distinguir a una persona o cosa de las demás especialmente una marca que se hace con este fin.
- **Televisión:** Sistema de transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas.

## CAPÍTULO III

### 3.1 MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En primer lugar se empleará la **investigación cualitativa**, misma que sirve para recopilar información con el único propósito de fortalecer el proyecto mediante conocimientos demostrados con veracidad. En el presente caso se realizará entrevistas a los profesionales de la comunicación que forman parte del programa matinal, con el objetivo de conseguir varios puntos de vista acorde al tema.

Adicionalmente, se usará la **investigación cuantitativa** que es la representación basada en datos estadísticos. (Álvarez, 2011) indica que “La estadística es una manera de poder cuantificar todo, sin tener que contar cada uno de los elementos que componen el todo”. Por ello siempre se trabaja con determinadas personas, en la presente investigación será la población del sector de Monte Sinaí, a la cual se aplicará una encuesta con la finalidad de conocer cuántas familias preparan alimentos saludables y de qué manera el programa matinal influye en sus hábitos alimenticios. Para conocer la cantidad de encuestas a aplicar, se empleará una fórmula de muestra finita que más adelante se dará a conocer.

#### TIPOS DE INVESTIGACIÓN

- **Investigación documental**

Son datos recopilados de libros, documentos, bibliografías, artículos periodísticos, entre otros. Esta metodología es un proceso de investigación científica, esta interpreta y presenta datos e información sobre un tema determinado

- **Investigación explicativa**

Esta investigación sirve para descubrir la problemática social que se estudia actualmente como por ejemplo: los antecedentes, el análisis del tema y las posibles variables.

- **Investigación de campo**

Consiste en la recopilación de información directamente en el campo donde se va a desarrollar un fenómeno. En el presente trabajo de investigación se la aplica al momento de ejecutar los instrumentos de investigación como son la entrevista y la encuesta. Además, al participar detrás de cámaras en la realización de uno de los programas.

(Razo, 2011) señala que el propósito de la investigación de campo “es estudiar las características, conductas y peculiaridades del tema de estudio y establecer una comparación con la teoría existente sobre el tema y así generar nuevos conocimientos sobre el objeto de estudio”.

- **Investigación descriptiva**

Se aplica mediante la búsqueda de información sobre un tema determinado, en este caso será la audiencia de los segmentos culinarios en los hábitos alimenticios de la audiencia.

(Miró, 2006) afirma que “La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas”.

### **3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se plantea desde una visión mixta, debido a que se aplicará dos clases de instrumentos de recolección de información. En la parte cualitativa se usarán entrevistas; mientras que en el área cuantitativa se implementará encuestas.

(Pérez, 2011) “ el enfoque mixto es el estudio donde el investigador mezcla o combina técnicas de investigación, métodos, enfoques, conceptos o lenguaje cuantitativo o cualitativo en un solo estudio”.

### **3.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Los instrumentos que se emplearán para la recopilación de información son: la encuesta, la entrevista y ficha de análisis.

#### **Encuesta**

(J. Casas Anguita, 2002) señala que “la técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz”.

El mencionado instrumento de investigación se aplicará a los habitantes del sector Monte Sinaí, noroeste de Guayaquil. El cuestionario se contará con 14 preguntas, entre abiertas y cerradas.

## **Entrevista**

(Jiménez I. V., 2012) asevera que “la entrevista es una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas, además esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador”.

Este instrumento de investigación se aplicará a los productores del programa matinal y la conductora del segmento de cocina.

## **Personajes**

Los personajes entrevistados son:

- Periodistas:  
Cristian Torres Productor General del programa “El Club de la Mañana”  
Fresia Robles Productora del programa “El Club de la Mañana”
- Dra. Gina Silva , nutricionista
- Dra. Elizabeth Iza , nutricionista

## **Ficha de análisis**

Es una herramienta didáctica la cual sirve para recopilar datos de análisis sobre un tema en específico. (Torre, 2013) “sirve para apoyar en el análisis de un tema o trabajo, la cual guía al investigador conforme realiza su trabajo enfocándose en conceptos y teorías estudiadas”.

## **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.4.1 POBLACIÓN**

(López, 2004) define a la población como “el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación”.

En el presente proyecto de investigación la población a estudiar son las mujeres entre 15 y 65 años, que habitan en el sector Monte Sinaí, noroeste de Guayaquil.

Según el (INEC, 2017) en el sector habitan 80.325 personas, de las cuales 23.056 son mujeres de 15 a 65 años de edad. Se escogió ese rango de edad, porque los estudios de niveles de rating realizados por la cadena televisiva revelan que son ellas quienes mayormente sintonizan el programa.

### 3.4.2. MUESTRA

(López, 2004) define como muestra al “subconjunto o parte del universo o población que se llevará a cabo la investigación, la muestra es una parte representativa de la población”.

En base a la población se realizará una fórmula de muestreo finita para determinar el tamaño de la muestra, de tal forma el cálculo se obtendrá , mediante la siguiente fórmula:

**N= Tamaño de muestra**

**Z= Nivel de confianza deseado**

**P= Proporción de la población de la característica deseada (éxito)**

**Q= Proporción de la población sin característica deseada (fracaso)**

**E= Nivel de error dispuesto a cometer**

**N= Tamaño de la población**

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

**Margen :5%**

**Nivel de confianza: 95%**

**Población : 23056**

**Tamaño de muestra: 378**

De acuerdo a la fórmula aplicada el total de personas a encuestar es de **378**.

### 3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### 3.5.1 ANALISIS DE ENCUESTAS

**Pregunta 1: ¿En qué rango de edad se encuentra?**

Tabla 2.

	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>De 15 a 30 años</b>	150	40%
<b>De 31 a 45 años</b>	114	30%
<b>De 46 a 65 años</b>	114	30%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)



Gráfico 2

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

**Interpretación.-** De acuerdo a los resultados obtenidos, el 40% de las encuestadas comprende entre los 15 y 30 años; el 30% corresponde a las mujeres entre 31 y 45 años; y finalmente un 30 % de mujeres entre los 46 a 65 años también observan programas de entretenimiento en las mañanas.

## Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia sintoniza el programa El Club de la Mañana

Siempre                      De vez en cuando

Tabla 3.

	Respuesta	Porcentajes
<b>Siempre</b>	200	53%
<b>De vez en cuando</b>	178	47%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)



Gráfico 3

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

### Interpretación

Según las encuestas se determina que el 46% responden que siempre sintonizan el programa El Club de la Mañana, por sus variedades, entretenimiento e información al día.

### Pregunta N°3

¿Cuál es el segmento de su preferencia del programa matinal el Club de la Mañana? ¿Por qué?

Cocina

Farándula

Tabla 4.

	Respuesta	Porcentajes
<b>Cocina</b>	250	66%
<b>Farándula</b>	128	34%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)



Gráfico 4

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

### Interpretación

Alrededor del 50 % de amas de casa manifiestan que su segmento preferido de los programas matinales es el de cocina. Ellas argumentan que su segmento preferido ya que les enseña de cómo llevar una alimentación equilibrada para todas sus familias.

#### Pregunta N°4

¿Cree usted que los medios de comunicación influyen en su forma de alimentarse?

Si                      No                      Tal vez

Tabla 5.

	Respuesta	Porcentaje
<b>Si</b>	150	40%
<b>No</b>	58	15%
<b>Tal vez</b>	170	45%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)



Gráfico 5

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

#### Interpretación

Se observa según los resultados que el 45% indica que tal vez exista una influencia por los medios de comunicación, sobretodo en la forma de alimentación de las personas; ya que pueden mal influenciar con comidas chatarras, golosinas, etc.

## Pregunta N°5

### ¿Qué factores influyen en su comportamiento alimenticio?

Los segmentos de cocina

Las recomendaciones de su familia o amistades

Los recursos económicos

Otros

Tabla 6.

	Respuesta	Porcentajes
<b>Los segmentos de cocina</b>	150	40%
<b>Los recursos económicos</b>	125	33%
<b>Las recomendaciones de su familia o amistades</b>	53	14%
<b>Otros</b>	50	13%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

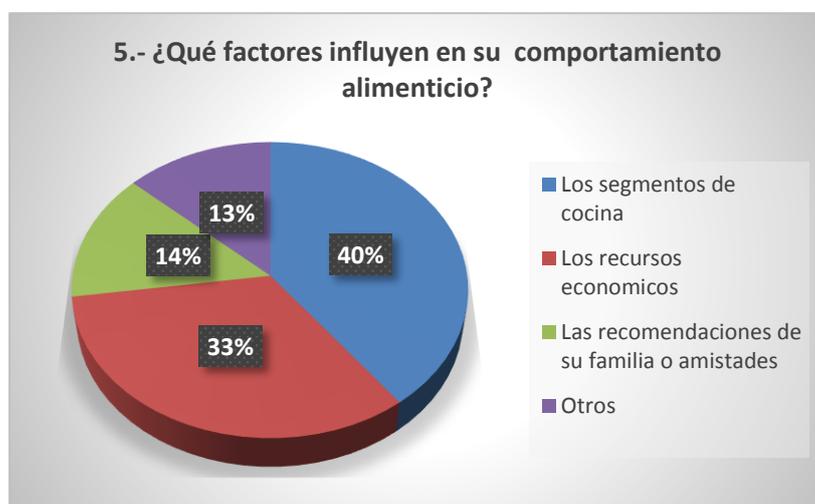


Gráfico 6

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

**Interpretación.-** Según los resultados obtenidos el 40% de las encuestadas indica que los segmentos de cocina influye el comportamiento alimenticio de las personas; ya que no todos los programas de televisión poseen segmentos de cocina que genere confiabilidad en cuanto a una buena nutrición.

### Pregunta N°6

¿Considera usted que el segmento culinario que transmite el programa El Club de la mañana influye en las amas de casa al momento de preparar sus alimentos?

Si                      no                      en ocasiones

Tabla 7.

	Respuesta	Porcentajes
Si	100	26%
No	78	21%
En ocasiones	200	53%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

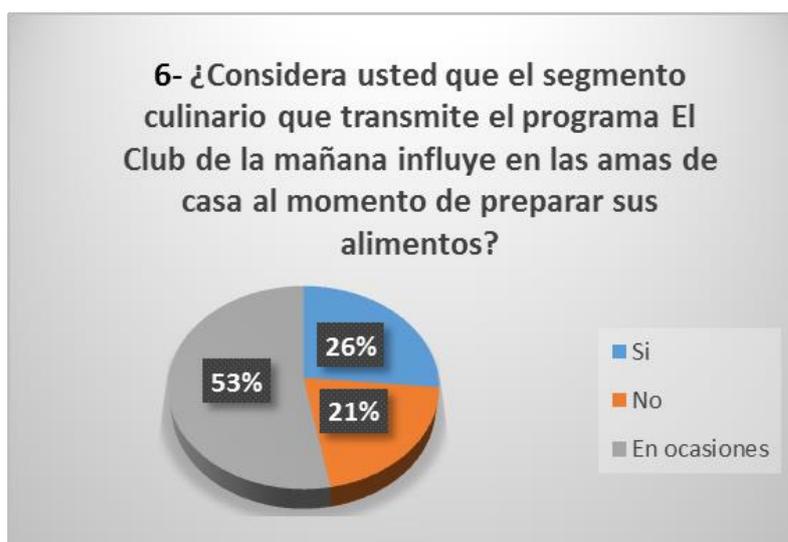


Gráfico 7

Elaborado: Samaniego,K.(2019)

**Interpretación.**-De acuerdo a los resultados indica que el 53% de los encuestados está de acuerdo que en ocasiones el segmento culinario influye en las amas de casa, ya que conlleva a una mejora en cuanto a la preparación y el uso correcto de alimentos saludables.

### Pregunta N°7

¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en sus hábitos alimenticios?

Positivamente

Negativamente

Tabla 8.

	Respuesta	Porcentajes
<b>Positivamente</b>	200	53%
<b>Negativamente</b>	178	47%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

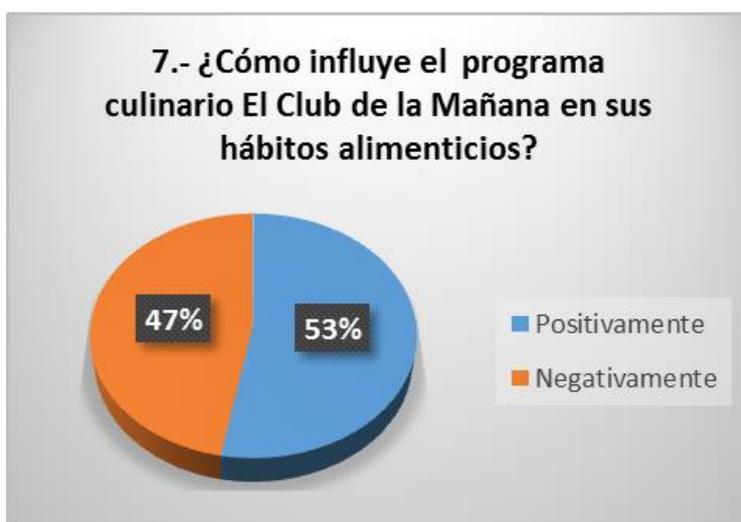


Gráfico 8

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

### Interpretación

Según las encuestas realizadas a las amas de casa se constató que un 53% influye positivamente en sus hábitos alimenticios el programa culinario El Club de la Mañana; ya que enseña a las amas de casa la correcta preparación de los alimentos para así conservar una buena nutrición.

### Pregunta N°8

¿Considera usted los platillos que se preparan en el segmento de cocina del Club de la Mañana contienen alimentos que son beneficiosos para su salud y la de su familia?

Si                      No                      Tal vez

Tabla 9.

	Respuesta	Porcentajes
Si	160	42%
No	88	23%
Tal vez	130	35%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

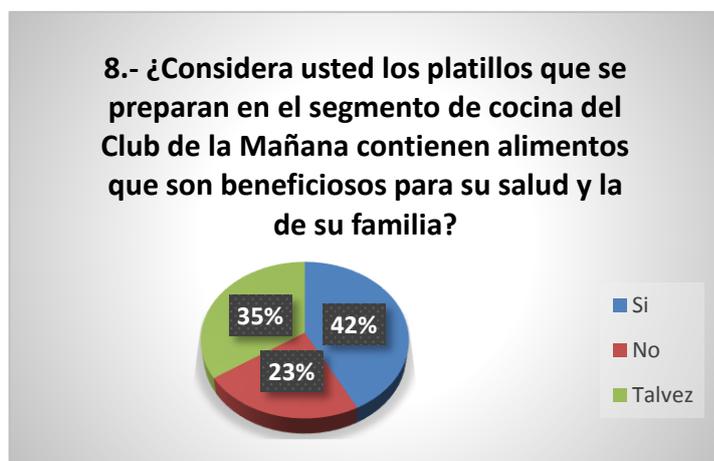


Gráfico 9

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

**Interpretación .-** Un 42% indica que el segmento culinario de dicho programa si contiene alimentos que son beneficiosos para la salud y de las familias ecuatorianas, en su mayoría se puede concluir que si incluyen en sus preparaciones alimentos que son provechosos para conservar una buena salud como frutas, hortalizas, vegetales, entre otros.

### Pregunta N°9

¿Cómo calificaría el contenido emitido a diario del segmento culinario El Club de la Mañana?

Bueno                      Malo                      Excelente                      Regular

Tabla 10.

	Respuesta	Porcentajes
<b>Bueno</b>	125	33%
<b>Malo</b>	65	17%
<b>Excelente</b>	110	29%
<b>Regular</b>	78	21%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

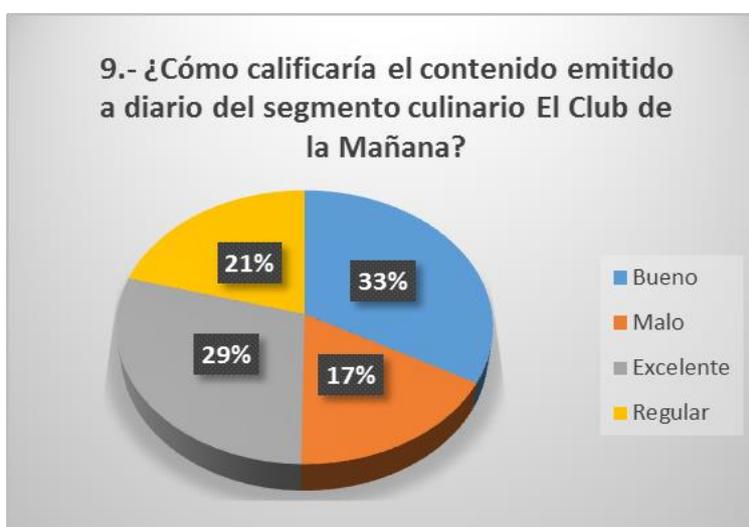


Gráfico 10

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

**Interpretación.-** De acuerdo a los hallazgos, el 33% califican el segmento culinario de El Club de la Mañana como bueno; ya que mediante dicha sección podemos aprender el cómo llevar un correcto hábito alimenticio tanto para las amas de casa como para con sus familias.

## Pregunta N°10

¿Usted considera que comer sano es comer alimentos “chatarras”?

Si          no          Quizás

Tabla 11.

	Respuesta	Porcentajes
<b>Si</b>	73	19%
<b>No</b>	170	45%
<b>Quizás</b>	135	36%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

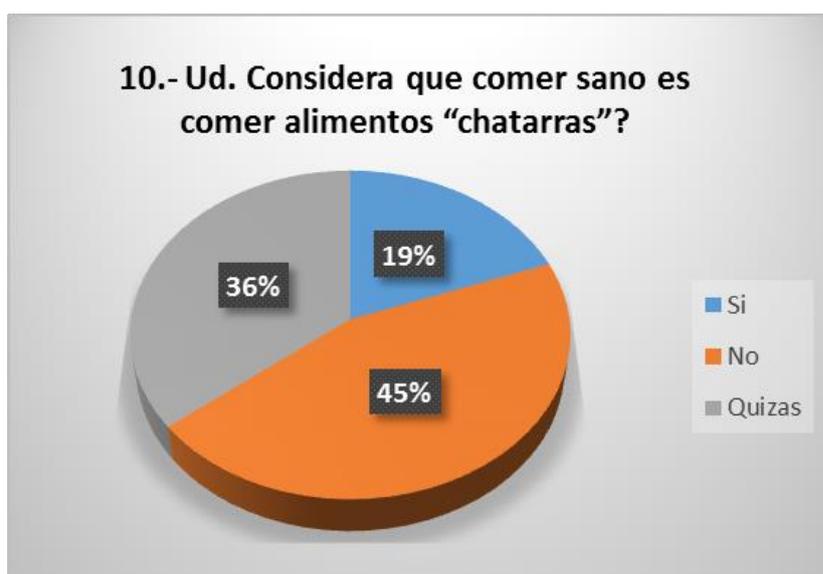


Gráfico 11

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

## Interpretación

Según los resultados obtenidos, el 45% de los encuestados respondieron que no es saludable comer comida chatarra, ya que esa clase de alimentación conlleva a un deterioro en la salud.

## Pregunta N°11

¿Qué alimentos considera usted que son saludable?

Enlatados      Frutas      Hortalizas      Otros

Tabla 12

	Respuesta	Porcentajes
<b>Enlatados</b>	43	11%
<b>Frutas</b>	165	44%
<b>Hortalizas</b>	70	19%
<b>Otros</b>	100	26%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

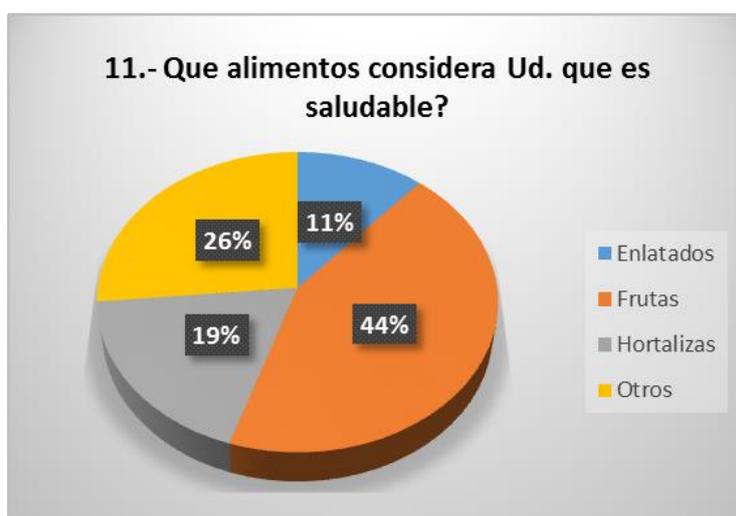


Gráfico 12

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

## Interpretación

Según los resultados adquiridos, el 44% indica que las frutas son los alimentos más saludables para el ser humano; ya que poseen mucha fibra, potasio y demás elementos que son beneficiosos para conservar una buena salud.

## Pregunta N°12

¿Qué problemas de salud usted padece por su forma de alimentación?

Sobrepeso    Obesidad    Hipertensión    Anemia    Otras

Tabla 13

	Respuesta	Porcentajes
<b>Sobrepeso</b>	120	32%
<b>Obesidad</b>	100	26%
<b>Hipertensión</b>	90	24%
<b>Anemia</b>	50	13%
<b>Otras</b>	18	5%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

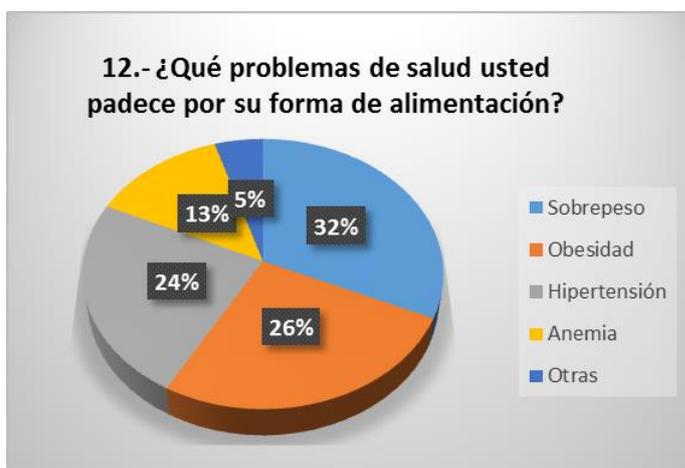


Gráfico13

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

## Interpretación

Según los resultados el 32% indica que el problema de salud que más los aqueja por una mala alimentación es el sobrepeso ya que al no llevar una correcta alimentación nos sobrelleva a adquirir muchos problemas de salud.

### Pregunta N°13

**Finalmente, considera usted que los segmentos culinarios pueden influir en las amas de casa para que mantengan una correcta alimentación.**

Sí

No

Tabla 14

	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>Si</b>	200	53%
<b>No</b>	178	47%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

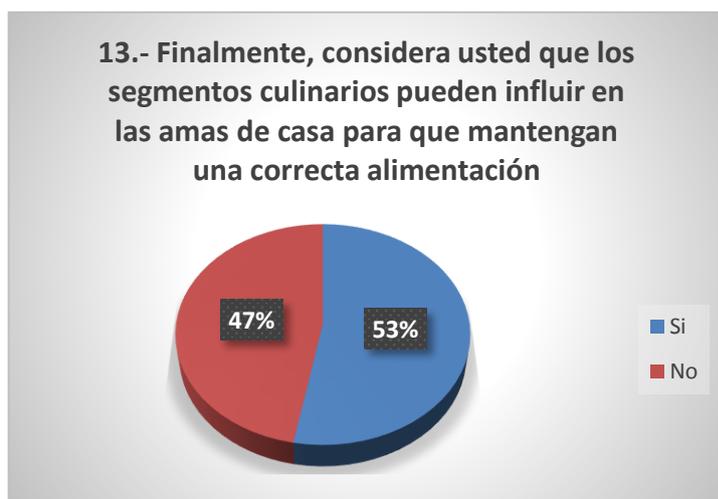


Gráfico 14

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

### Interpretación

El 53% de los encuestados consideran que los segmentos culinarios si pueden influir a mantener una correcta alimentación, ya que mediante dichos segmentos se enseñan a cómo preparar los alimentos para tener una correcta alimentación.

### 3.5.2 FICHA DE ANÁLISIS

**Programa:** El Club de la Mañana

**Segmento:** “La cocina del Club”

**Rango de fecha:** 13 al 22 de mayo

De acuerdo a la evaluación de los resultados de la ficha de análisis desarrollada del 13 al 22 de mayo del 2019, se determina que en el segmento culinario “La cocina Club” cada día se preparan diferentes platos de comida, los cuales contienen altos niveles de sodio (sal), hidratos de carbono, calorías y son bajos en azúcares. Al ser consumidos en exceso se desarrollan enfermedades tales como: hipertensión, sobrepeso, obesidad, diabetes hasta problemas cardíacos.

Tabla 15.

<b>LUNES 13 DE MAYO</b>			
<b>CORVINA SALVAVIDAS</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Corvina de 4lbs</li> <li>· Harina de trigo</li> <li>· Tomate</li> <li>· Pimiento</li> <li>· Limón</li> <li>· Ajo</li> <li>· Sal</li> <li>· Verde</li> <li>· Arroz</li> <li>· Aguacate</li> </ul>	Alto en Sodio	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Obesidad</li> <li>· Hipertensión</li> <li>· Problemas Cardiacos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Consumir platos fuertes y combinarlos con ensaladas de vegetales y un vaso de agua.</li> </ul>

**MARTES 14 DE MAYO****TÉ VERDE**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Moringa</li> <li>· Sábila</li> <li>· Té verde</li> <li>· Menta</li> <li>· perejil</li> </ul>	Bajo en Azúcares	Ninguna	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Consumir plantas naturales ayuda a tener, Un buen metabolismo.</li> </ul>

**MIÉRCOLES 15 DE MAYO****CAZUELA DE MARISCOS**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2 verdes grandes</li> <li>· Maní molido</li> <li>· Achiote</li> <li>· Pescado</li> <li>· Culantro</li> <li>· Comino</li> <li>· Consumé de pollo</li> <li>· Sal</li> <li>· Consumé de pescado</li> <li>· Cebolla colorada</li> <li>· Ajo pelado</li> <li>· Camarón</li> <li>· Langostino</li> <li>· Calamar</li> <li>· Aceite</li> <li>· Harina</li> </ul>	Alto en Sodio e hidratos de carbono	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Hipertensión</li> <li>· Sobrepeso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Consumir moderadamente alimentos que sean nutritivos ayuda a mantener una buena salud.</li> </ul>

**VIERNES 17 DE MAYO****MEJILLONES RELLENOS**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cebolla</li> <li>· Ajo</li> <li>· Pimienton dulce</li> <li>· Comino</li> <li>· Pimienta</li> <li>· Nueces</li> <li>· Pasas</li> <li>· Aceite de oliva</li> <li>· Arroz bomba</li> <li>· Mejillones</li> </ul>	Alto en Sodio	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Obesidad</li> <li>· Diabetes</li> <li>· Hipertensión</li> </ul>	Se puede ingerir estos platos siempre y cuando sea acompañado de una ensalada de frutas y luego de un ejercicio físico.

**MARTES 21 DE MAYO****SPAGUETTI A LA CARBONAR**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Huevo</li> <li>· Queso parmesano</li> <li>· Tocino</li> <li>· Crema de leche</li> <li>· Spaguetti</li> <li>· Sal y pimienta</li> </ul>	Alto en Sodio	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Sobrepeso</li> <li>· Obesidad</li> <li>· Hipertensión</li> </ul>	Es conveniente que este plato se lo consuma en el almuerzo ya que el cuerpo se encuentra en movimiento y así no se adquiere muchas calorías.

**MIÉRCOLES 22 DE MAYO****GUACAMOLE CON AJO NEGRO Y RISOTTO DE AJO NEGRO**

<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>· Ajo negro</li><li>· Aguacate</li><li>· Cebolla colorada</li><li>· Tomate</li><li>· Culantro</li><li>· Sal</li><li>· 1 limón</li><li>· Cebolla perla</li><li>· 5 Dientes de ajo negro</li><li>· Mantequilla</li><li>· Queso parmesano</li><li>· Arroz arborio</li><li>· Vino blanco</li><li>· sal</li></ul>	Alto en Calorías	<ul style="list-style-type: none"><li>· Obesidad</li><li>· Sobrepeso</li></ul>	Para consumir estos platos es necesario prepararlos con productos que tengan baja calorías, siempre debe ir acompañado de frutas o verduras y su jugo natural.

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

### 3.5.3 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

- **Entrevista al productor general del programa El Club de la Mañana**

Cristian Torres, productor general del programa El Club de la Mañana, comenta que el segmento culinario trata de mantener un estilo único y apropiado para llegar a la ama de casa que sintoniza día a día el programa. El objetivo del segmento es ofrecer a las televidentes recetas fáciles, ricas y económicas.

Torres afirma que el segmento culinario satisface las expectativas de las amas de casa, asegurando que el segmento culinario influye de forma positiva en los hábitos alimenticios de las amas de casa del Sector Monte Sinaí.

Tabla 16.

<p><b>¿Bajo qué criterios se evalúan los contenidos de segmentos de cocina?</b></p>	<p>Los criterios sobre la evaluación sobre el contenido, se realizan reuniones con la Gerencia de Producción, Directores, Productores, temas que se realizan diariamente, y sobre todo con el presentador o encargado de dicho segmento.</p>
<p><b>¿Al diseñar la producción de una programación televisiva se tiene como prioridad generar rating o entretener al televidente positivamente?</b></p>	<p>Al diseñar la producción de un programa televisivo tiene su tiempo de ceración dependiendo las ideas concretas que tengan los directores, productores de cada medio de Tv.</p>
<p><b>¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario?</b></p>	<p>Los valores para los segmentos varían, es impredecible...</p>
<p><b>¿Cómo son los inicios del segmento de cocina?</b></p>	<p>Primeramente iniciamos un segmento llamado saboreando la mañana donde tuvo una buena acogida pero tuvo que reducirse por problemas del canal pero se</p>

	lo transmitió a media hora manteniendo el mismo estilo del programa.
<b>¿Actualmente se mantendrá el segmento de cocina y como se lo llamará?</b>	Sí, por supuesto porque si tú te das cuenta eso es lo que entretiene al público a la ama de casa en pocas palabras eso es lo que se vende..... el proyecto del programa se llamará “cocina Club” y se trabajará con los mismos personajes ya que Doña Sari y Magacha son muy queridas por las amas de casa.
<b>Qué formato tiene el Club de la mañana</b>	El club de la mañana es una revista familiar donde semanalmente varían sus segmentos, su estructura es de entretenimiento y a la vez informativo.

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

- **Entrevista a la productora del programa El Club de la Mañana**

Fresia Robles, productora del programa El Club de la Mañana, expone que el segmento culinario tiene una buena acogida, cada receta que se muestra en pantalla es justamente pensando en la ama de casa que sintoniza día a día el programa, preparando algo rico y nutritivo y que sea del agrado del público.

La productora confirma que el segmento culinario si aporta positivamente en la alimentación de las amas de casa ya que cada ingrediente que es utilizado en la preparación de platos de comida contiene algo nutritivo.

Tabla 17.

<p><b>¿Cómo afectan los medios televisivos en los hábitos alimenticios de la audiencia?</b></p>	<p>Los medios de comunicación masiva se ocupan de entretener, informar, establecer creencias y actitudes en el televidente.</p>
<p><b>¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí?</b></p>	<p>El programa en su afán de mostrar su mayor esfuerzo en enseñar al televidente a cocinar fácil, rápido, rico y económico.</p>
<p><b>¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana?</b></p>	<p>Se podría decir que en nuestro empeño por educar al televidente mostramos recetas que tengan un 80% de valor nutricional, no completamos un 100% porque debes en cuando debemos presentar comida chatarra.</p>
<p><b>¿Cuán factible es educar a los habitantes del sector Monte Sinaí sobre una correcta alimentación a través de los programas televisivos?</b></p>	<p>Los programas televisivos de variedades están diseñados para entretener al televidente y en el segmento que tenemos tratamos de enseñar al espectador a auto educarse.</p>
<p><b>¿Cuáles son los problemas de salud relaciona a la mala alimentación según lo expuesto en el programa televisivo?</b></p>	<p>La mayoría de los problemas de nuestros sectores populares reflejan problemas de salud sobretodo anemia, tos y gripe toda esto es reflejado por la mala alimentación.</p>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

- **Entrevista al nutricionista**

Gina Silva, nutricionista considera , que en la actualidad los programas matinales influye mucho en las amas de casa ya que preparan platos de comida acorde al gustar del ama de casa.

Silva se mantiene que si los medios de comunicación educaran e informaran sobre como alimentarse adecuadamente, no existirían altos índices de enfermedades por no mantener una buena alimentación.

Tabla 18.

<b>¿Cómo afectan los medios televisivos en los hábitos alimenticios de la audiencia?</b>	Estimulan el consumo de alimentos altos en calorías con bajos aportes nutricionales; por ejemplo las gaseosas, las bebidas azucaradas y los helados ya que solo aportan calorías vacías.
<b>¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí?</b>	En ciertos días el segmento culinario del programa El Club de la mañana influye mucho en las amas de casa ya que con sus recetas pueden adquirir nuevos conocimientos de cocina.
<b>3.- ¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana?</b>	Se podría decir que no existe un valor exacto a nivel nutricional ya que en cierta parte varían sus ingredientes y por ende la preparación es distinta.
<b>4.- ¿Cuán factible es educar a los habitantes del sector Monte Sinaí sobre una correcta alimentación a través de los programas televisivos?</b>	Es necesaria la educación de cómo alimentarse ya que previene enfermedades y ayuda a mejorar la salud y así crear conciencia de que se está haciendo daño a la población.

<p><b>5.- ¿Cuáles son los problemas de salud relaciona a la mala alimentación según lo expuesto en el programa televisivo?</b></p>	<p>En la obesidad y los desencadenantes donde el más grave es síndrome metabólico donde las enfermedades como la diabetes, hipertensión renal, dislipidemia entre otros destruyen los órganos internos del cuerpo llevándolo en una muerte prematura.</p>
--	---

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

- **Entrevista dirigida a médico en nutrición**

Elizabeth Iza, médico en nutrición, manifiesta que es alarmante el desequilibrio alimenticio de las amas de casa, esta situación obedece al alto consumo de grasas, sal y azúcar que hacen las féminas.

La especialista afirma que los medios de comunicación, a través de sus segmentos de cocina, influyen en los malos hábitos alimenticios de las mujeres porque no les ofrecen recetas de platillos que aportan de forma positiva en su alimentación.

Tabla 19.

<p><b>¿Cómo afectan los medios televisivos en los hábitos alimenticios de la audiencia?</b></p>	<p>Los medios televisivos aportan de forma negativa en los hábitos alimenticios de la audiencia porque preparan alimentos que tienen un alto nivel de grasas y calorías la cual no permite que el metabolismo del ser humano se desarrolle normalmente.</p>
<p><b>¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí?</b></p>	<p>El programa culinario El Club de la Mañana influye de manera negativa en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí porque a través de la preparación de platos de comida incentiva al público televidente a consumir alimentos chatarras.</p>

<p><b>¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana?</b></p>	<p>El valor nutricional de los alimentos que preparan en el segmento culinario del programa del Club de la Mañana es muy bajo ya que en cada plato de comida que se prepara existen alimentos que no son nutritivos y estos son reemplazados por alimentos que son perjudiciales para la salud de los habitantes.</p>
<p><b>¿Cuán factible es educar a los habitantes del sector Monte Sinaí sobre una correcta alimentación a través de los programas televisivos?</b></p>	<p>La educación que brindan los programas televisivos es muy escasa ya que solo buscan el interés del rating más no brindar información acerca de cómo una persona debe alimentarse correctamente. En la actualidad si deberían de tomar en cuenta este punto que es muy importante como es educar ya que muchas personas no lo saben.</p>
<p><b>¿Cuáles son los problemas de salud relaciona a la mala alimentación según lo expuesto en el programa televisivo?</b></p>	<p>Existe una variedad de enfermedades a causa de mantener una mala alimentación una de ellas el sobrepeso ya que los alimentos en que se prepara en el segmento culinario altera ciertos componentes nutritivos.</p>

Elaborado por: Samaniego,K.(2019)

# CAPÍTULO IV

## INFORME FINAL

### 4.1 Conclusiones

Analizando los resultados de las entrevistas, encuestas y ficha de análisis en el presente trabajo de investigación se concluye que:

- Una vez realizado el análisis de resultados de los instrumentos de investigación aplicados se concluye que: el segmento culinario del programa televisivo El Club de la Mañana si influye en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí, noroeste de Guayaquil. Durante las entrevistas realizadas a los productores del programa “El Club de la Mañana” ellos afirmaron que el programa si influye de manera positiva en los hábitos alimenticios de las amas de casa del sector Monte Sinaí. Por su parte, los especialistas en nutrición aseveraron que el programa El Club de la Mañana si influye en la forma de alimentación de las televidentes, pero lo hace de forma negativa. Mientras que, las amas de casas encuestadas creen que de vez en cuando puede influir de manera positiva el programa El Club de la mañana en sus hábitos alimenticios.
- Las 378 mujeres encuestadas, en el sector de Monte Sinaí, afirman que los programas matinales de su preferencia son El Club de la Mañana y En Contacto; y los segmentos que captan su atención son los de cocina y de entretenimiento. De acuerdo al proyecto de investigación se concluye que el segmento de cocina es el más sintonizado por las amas de casa porque las entretiene y a su vez las motiva a preparar día a día diferentes platos de comida que son ricos y de bajo costo.
- De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a las amas de casa se determina que los factores que influyen en el comportamiento alimenticio de los habitantes del sector Monte Sinaí son los segmentos de cocina en un 40 %, además de los recursos económicos en un 33 %. Por ello, los productores del programa afirman que se ofrece a las televidentes recetas de fácil preparación y de bajo costo.

- Acorde a los resultados de la ficha de análisis aplicada en el presente trabajo se determina que el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana, contienen altos niveles de sodio (sal), hidratos de carbono, calorías y bajo en azúcares.
- Según, la nutricionista, Gina Silva uno de los problemas de salud asociado a la alimentación de los habitantes de Monte Sinaí es la obesidad, ya que existe un alto consumo de sal y calorías.
- Una vez que los expertos en nutrición estudiaron la ficha de análisis donde se recopiló información sobre los platos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana se concluye que: en dicha programación no se concientia a féminas del sector de Monte Sinaí sobre buenos hábitos alimenticios.

## 4.2 Recomendaciones

Una vez establecida las conclusiones del proyecto de investigación se procede a realizar las siguientes recomendaciones:

- Mediante encuestas y entrevistas se determinó que el segmento culinario del programa El Club de la Mañana si influye en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí, por lo que se recomienda que los productores del mencionado programa diversifiquen los platillos a prepararse y que preponderen los que tienen altos valores nutricionales.
- Se recomienda mantener el segmento culinario del programa El Club de la Mañana, debido a que tiene altos índices de audiencia femenina.
- Se recomienda a las amas de casa del sector Monte Sinaí realizar platos de comida explicados por el experto culinario, cuando contengan alimentos nutritivos para la salud, ya que según expertos en nutrición aseguran que dicho segmento culinario no proporciona platillos que puedan servir para mantener una alimentación adecuada.
- Mediante el empleo de claquetas informar a las televidentes el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana
- Se recomienda que de lunes a viernes, un experto en nutrición explique sobre los alimentos que son recomendables consumir para mantener una dieta balanceada y así disminuir los altos índices de enfermedades relacionadas a dichos trastornos.
- Concienciar a los habitantes de Monte Sinaí sobre los buenos hábitos alimenticios mediante campañas nutricionales que incentiven a las amas de casa del Sector Monte Sinaí, a preparar comidas saludables con ingredientes de bajo costo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (Álvarez, C. A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Colombia.
- audiovisuales, M. (23 de 11 de 2007). *Importancia de los medios audiovisuales*. Obtenido de Importancia de los medios audiovisuales.
- Baca, A. S. (2012). Influencia de los anuncios televisivos en el consumo de alimentos. *TESIS DOCTORAL*.
- Biblica, H. C. (10 de 2014). Una mala alimentación puede causar enfermedades crónicas. San José , Costa Rica .
- Bykova, N. (28 de Agosto de 2015). *A las tres en punto*. Recuperado el 29 de Octubre de 2018 , de <http://alastresenpunto.com/>
- Candelario, S. M. (08 de 2017). ANÁLISIS COMUNICOLÓGICO DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO DE EN CONTACTO Y EL CLUB DE LA MAÑANA EN LAS AMAS DE CASAS EN EL CANTÓN DAULE . (U. d. FACSO, Ed.) Guayaquil , Guayas , Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21396/1/Sayda%20Mery%20Noriega.pdf>:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21396/1/Sayda%20Mery%20Noriega.pdf>
- Carmen, M. M. (04 de 2008). La influencia de los medios de comunicación en la alimentación.
- Carrasco, N. (21 de 03 de 2012). *El color en la comunicación visual*. Obtenido de El color en la comunicación visual.
- Chazarreta, A. (02 de 10 de 2016). *Locomotorarender*. Obtenido de Locomotorarender: <http://locomotorarender.com/la-importancia-y-alcance-de-la-comunicacion-visual/>
- Colle, R. (2011). El contenido de los mensajes icónicos . *Latina de comunicación social*, 90.

- Contreras, J. (2000). *Alimentación y cultura*. Barcelona, España. Obtenido de *Alimentación y cultura*.
- Cruccellas, L. (05 de 04 de 2017). *Diferencia entre género y formato televisivo*. Zaragoza. El Telégrafo. (19 de julio de 2018). *El Telégrafo*. Recuperado el 25 de septiembre de 2018, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/obesidad-sobrepeso-adultos-ecuador>
- Fen. (01 de 10 de 2014). *Hábitos alimentarios*. España.
- Fuenzalida, V. (02 de 12 de 2010). *Educación para la Comunicación televisiva*. *Interacción*, 30 - 37. Obtenido de <file:///C:/Users/Home1/Downloads/EducacinparalaComunicacin-TV.pdf>
- Fundación Española de la Nutrición. (01 de octubre de 2014). Recuperado el 25 de septiembre de 2018, de Fundación Española de la Nutrición: <http://www.fen.org.es/blog/habitos-alimentarios/>
- Gottau, G. (2010). *El vínculo entre la televisión y nuestros hábitos alimentarios*. *Vitónica*.
- INEC. (16 de 03 de 2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo- ENEMDU*.
- Ley Orgánica de Comunicación, LOC*. (2013). Quito: Asamblea Nacional.
- Martinez, N. (2012). *Hábitos alimenticios en los jóvenes del CCA*. bogota.
- Martínez, Y. (22 de 09 de 2011). *Tendencias 21*. Obtenido de *Tendencias 21*: [http://www.tendencias21.net/notes/La-television-fomenta-la-mala-alimentacion-de-ninos-adolescentes-y-adultos\\_b3293263.html](http://www.tendencias21.net/notes/La-television-fomenta-la-mala-alimentacion-de-ninos-adolescentes-y-adultos_b3293263.html)
- Massucco, J. H. (2007). *Otras miradas a la fotografía*. Quito: Ciespal.
- Melissa, G. Q. (2016). *Análisis del consumo de contenidos televisivos en amas de casa de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Mercurio, E. (2000). *Programas matinales*. Curauma: TRATAMIENTO DE LOS MATINALES.
- Merino, J. P. (22 de 07 de 2009). *Definición de imagen*. Obtenido de *Definición de imagen*.

- Ministerio de Educación y Ciencia, Gobierno de España. (2007). *PROYECTO MEDIA*. Recuperado el 04 de 02 de 2019, de <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/accesibilidad.php?c=&inc=television&blk=indice>
- Miró, J. (12 de 08 de 2006). La investigación descriptiva .
- OMS. (16 de 02 de 2018). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el 24 de 07 de 2018, de Organización Mundial de la Salud: <http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
- Real Academia Española*. (10 de 2014). Obtenido de Real Academia Española, 2019: <https://dle.rae.es/?w=diccionario>
- Reyes, U. (2006). información entre la tv y los hábitos alimenticios. *Obecidad y otras enfermedades* , 1-15.
- RONQUILLO, D. N. (02 de 12 de 2018). *Análisis comparativo de los programas matinales de televisión "El club de la mañana" y "En contacto" y el impacto que producen en la población femenina de la cooperativa Juan Montalvo*. Obtenido de Análisis comparativo de los programas matinales de televisión "El club de la mañana" y "En contacto" y el impacto que producen en la población femenina de la cooperativa Juan Montalvo: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1105/1/T-ULVR-1138.pdf>
- Ronquillo, D. R. (01 de 10 de 2016). *Análisis comparativo de los programas matinales de televisión "el club de la mañana" y "en contacto"*. Obtenido de Análisis comparativo de los programas matinales de televisión "el club de la mañana" y "en contacto".
- RTS. (10 de 12 de 2015). Los 55 años de Rts. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Sanchez, I. (15 de 01 de 2018). Tipos de imagen . Pontevedra , Brazil.
- Sarango, J. G. (04 de 2018). Hábitos alimentarios niveles socioeconómicos y su relación con el estado nutricional. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Steirberg, C. S. (1969). *Los medios de comunicación social*. Guayaquil: Roble 1969.

- Ubaldo Cuesta Cambra, T. M. (2011). *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencia*. Madrid: Complutense.
- Useda, J. E. (02 de 11 de 2015). *Prezi* . Obtenido de Prezi .
- Vera Herrera, M. L. (2018). *El rol de las revistas familiares en la televisión* . Guayaquil: El rol de las revistas familiares en la televisión .
- Vera, J. V. (07 de 2017). Estudio de los codigos visuales que se presentan en los platos especiales de los restaurantes. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Yunga, R. A. (22 de 10 de 2015). Medios de comunicación y hábitos alimenticios de estudiantes de la carrera de electromecánica de la universidad nacional de Loja . Loja, Loja, Ecuador

ALEXOS

## **Anexo: Modelo de Encuesta**

### **1.- ¿Qué programa matinal de entretenimiento observa en la mañana?**

En Contacto	El Club de la Mañana
De Casa en Casa	Ya es Medio Día

### **2.- ¿Qué segmento es de su preferencia? ¿Por qué?**

Cocina	Variedades
Farándula	Otros

### **3.- ¿Cree usted que los medios de comunicación influyen en su forma de alimentarse?**

Sí	No
Talvez	

### **4.- ¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en sus hábitos alimenticios?**

Positivamente	Negativamente
---------------	---------------

### **5.- ¿Qué factores influyen en su comportamiento alimenticio?**

Los segmentos de cocina	Las recomendaciones de su familia o amistades
Los recursos económicos	Otros

### **6.- ¿Cuáles son los problemas de salud que se presentan por su forma de alimentación?**

Sobrepeso	Obesidad	
Hipertensión	Anemia	Otras

### **7.- ¿Usted cree que el segmento culinario que transmite el programa El Club de la Mañana influye en las amas de casa?**

Sí	No	En ocasiones
----	----	--------------

### **8.- ¿Usted cree que en la preparación de comidas que transmiten en el segmento culinario contienen alimentos que son beneficiosos para su salud y la de su familia?**

Sí	No	Talvez
----	----	--------



## **Anexo: Formulario de entrevista 01**

### **ENTREVISTA A Cristian Torres Productor General del Programa El Club de la Mañana**

#### **1.- ¿Bajo qué criterios se evalúan los contenidos de segmentos de cocina?**

Los criterios sobre la evaluación sobre el contenido, se realizan reuniones con la Gerencia de Producción, Directores, Productores, temas que se realizan diariamente, y sobre todo con el presentador o encargado de dicho segmento.

#### **2.- ¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario?**

Los valores para los segmentos varían, es impredecible....

#### **3.- ¿Al diseñar la producción de una programación televisiva se tiene como prioridad generar rating o entretener al televidente positivamente?**

Al diseñar la producción de un programa televisivo tiene su tiempo de creación dependiendo las ideas concretas que tengan los directores, productores de cada medio de Tv.

#### **4.- ¿De qué manera influye el segmento de cocina del programa el Club de la Mañana hacia las amas de casa?**

De cierta forma influye mucho, ya que este segmento hace dos cosas a la vez mientras se va cocinando van entreteniendo... y a la vez eso es favorable ya que por decirlo así la ama de casa se siente enganchada viendo la tv.

#### **5.- ¿Cómo son los inicios del segmento de cocina?**

Primeramente iniciamos un segmento llamado saboreando la mañana donde tuvo una buena acogida pero tuvo que reducirse por problemas del canal pero se lo transmitió a media hora manteniendo el mismo estilo del programa.

#### **6.- ¿Actualmente se mantendrá el segmento de cocina y como se lo llamará**

Sí, por supuesto porque si tú te das cuenta eso es lo que entretiene al público a la ama de casa en pocas palabras eso es lo que se vende..... el proyecto del programa se llamará “cocina Club” y se trabajará con los mismos personajes ya que Doña Sari y Magacha son muy queridas por las amas de casa.

#### **7.-¿Qué formato tiene el Club de la mañana**

El club de la mañana es una revista familiar donde semanalmente varían sus segmentos, su estructura es de entretenimiento y a la vez informativo.

## **Anexo: Formulario de entrevista 02**

### **ENTREVISTA A Fresia Robles Productora del Programa el Club de la Mañana**

#### **1.- ¿Cómo afectan los medios televisivos en los hábitos alimenticios de la audiencia?**

Los medios de comunicación masiva se ocupan de entretener, informar, establecer creencias y actitudes en el televidente.

#### **2.- ¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí?**

El programa en su afán de mostrar su mayor esfuerzo en enseñar al televidente a cocinar fácil, rápido, rico y económico.

#### **3.- ¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana?**

Se podría decir que en nuestro empeño por educar al televidente mostramos recetas que tengan un 80% de valor nutricional, no completamos un 100% porque debes en cuando debemos presentar comida chatarra.

#### **4.- ¿Cuán factible es educar a los habitantes del sector Monte Sinaí sobre una correcta alimentación a través de los programas televisivos?**

Los programas televisivos de variedades están diseñados para entretener al televidente y en el segmento que tenemos tratamos de enseñar al espectador a auto educarse.

#### **5.- ¿Cuáles son los problemas de salud relaciona a la mala alimentación según lo expuesto en el programa televisivo?**

La mayoría de los problemas de nuestros sectores populares reflejan problemas de salud sobretodo anemia, tos y gripe toda esto es reflejado por la mala alimentación.

## **Anexo: Formulario de entrevista 03**

### **ENTREVISTA A Gina Silva doctora en nutrición**

#### **1.- ¿Cómo afectan los medios televisivos en los hábitos alimenticios de la audiencia?**

Estimulan el consumo de alimentos altos en calorías con bajos aportes nutricionales; por ejemplo las gaseosas, las bebidas azucaradas y los helados ya que solo aportan calorías vacías.

#### **2.- ¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí?**

En ciertos días el segmento culinario del programa El Club de la mañana influye mucho en las amas de casa ya que con sus recetas pueden adquirir nuevos conocimientos de cocina.

#### **3.- ¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana?**

Se podría decir que no existe un valor exacto a nivel nutricional ya que en cierta parte varían sus ingredientes y por ende la preparación es distinta.

#### **4.- ¿Cuán factible es educar a los habitantes del sector Monte Sinaí sobre una correcta alimentación a través de los programas televisivos?**

Es necesaria la educación de cómo alimentarse ya que previene enfermedades y ayuda a mejorar la salud y así crear conciencia de que se está haciendo daño a la población.

#### **5.- ¿Cuáles son los problemas de salud relaciona a la mala alimentación según lo expuesto en el programa televisivo?**

En la obesidad y los desencadenantes donde el más grave es síndrome metabólico donde las enfermedades como la diabetes, hipertensión renales, dislipidemia entre otros destruyen los órganos internos del cuerpo llevándolo en una muerte prematura.

## **Anexo: Formulario de entrevista 04**

### **ENTREVISTA A Elizabeth Iza doctora en nutrición**

#### **1.- ¿Cómo afectan los medios televisivos en los hábitos alimenticios de la audiencia?**

Los medios televisivos aportan de forma negativa en los hábitos alimenticios de la audiencia porque preparan alimentos que tienen un alto nivel de grasas y calorías la cual no permite que el metabolismo del ser humano se desarrolle normalmente.

#### **2.- ¿Cómo influye el programa culinario El Club de la Mañana en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí?**

El programa culinario El Club de la Mañana influye de manera negativa en los hábitos alimenticios de los habitantes del sector Monte Sinaí porque a través de la preparación de platos de comida incentiva al público televidente a consumir alimentos chatarras.

#### **3.- ¿Cuál es el valor nutricional de los alimentos que se preparan en el segmento culinario del programa El Club de la Mañana?**

El valor nutricional de los alimentos que preparan en el segmento culinario del programa del Club de la Mañana es muy bajo ya que en cada plato de comida que se prepara existen alimentos que no son nutritivos y estos son reemplazados por alimentos que son perjudiciales para la salud de los habitantes.

#### **4.- ¿Cuán factible es educar a los habitantes del sector Monte Sinaí sobre una correcta alimentación a través de los programas televisivos?**

La educación que brindan los programas televisivos es muy escasa ya que solo buscan el interés del rating más no brindar información acerca de cómo una persona debe alimentarse correctamente. En la actualidad si deberían de tomar en cuenta este punto que es muy importante como es educar ya que muchas personas no lo saben.

#### **5.- ¿Cuáles son los problemas de salud relaciona a la mala alimentación según lo expuesto en el programa televisivo?**

Existe una variedad de enfermedades a causa de mantener una mala alimentación una de ellas el sobrepeso ya que los alimentos en que se prepara en el segmento culinario altera ciertos componentes nutritivos.

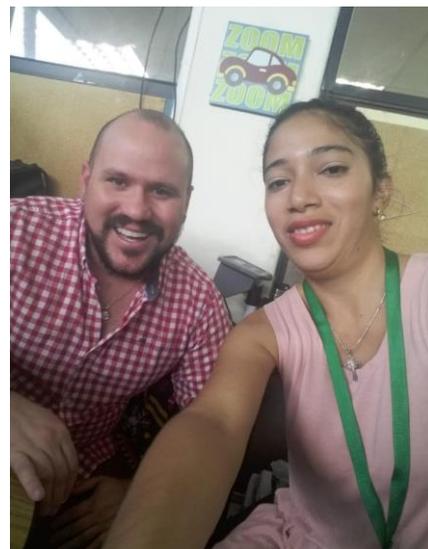
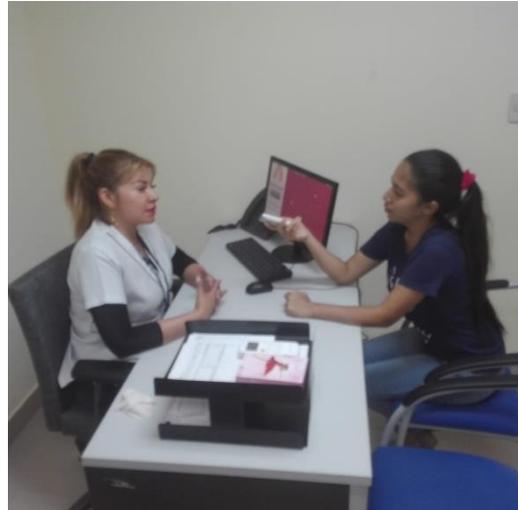
**Anexo: Ficha de monitoreo**

<b>FECHA</b>			
<b>PLATO</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>

<b>FECHA</b>			
<b>PLATO</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>

<b>FECHA</b>			
<b>PLATO</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>	<b>ENFERMEDADES ASOCIADAS</b>	<b>PREVENCIÓN</b>

## Anexo: Fotografías de entrevistas



**Anexo: Fotografías de encuestas**

