



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
HUMANÍSTICAS

CARRERA: CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

MENCIÓN EDUCACIÓN BÁSICA

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN QUE AFECTAN A LA CONDUCTA DE LOS NIÑOS DE 3<sup>er</sup> AÑO DE BÁSICA DE LA ESCUELA DR. OTTO AROSEMENA GÓMEZ, DE LA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO LECTIVO 2009 – 2010”**

Tesis presentada, previa la obtención del Título de Licenciatura en Ciencias de la Educación, Mención Educación Básica.

**Autoras:**

Ángela Hipatia de Rocío Rubio Rubio

Gloria Mercedes Velasteguí Jiménez

**Directora:**

Lic. Mercedes Tapia

Latacunga – Ecuador

Marzo 2011

## **AUTORÍA**

Los criterios emitidos, en el siguiente trabajo de investigación **INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN QUE AFECTAN EN LA CONDUCTA DE LOS NIÑOS DE 3<sup>er</sup> AÑO DE BÁSICA DE LA ESCUELA DR. OTTO AROSEMENA GÓMEZ, DE LA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO LECTIVO 2009 – 2010**, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

.....  
Ángela Hipatia del Rocío Rubio Rubio  
C.I. 050166830-5

.....  
Gloria Mercedes Velasteguí Jiménez  
C.I. 050301716-2

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el Tema: **INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN QUE AFECTAN EN LA CONDUCTA DE LOS NIÑOS DE 3<sup>er</sup> AÑO DE BÁSICA DE LA ESCUELA DR. OTTO AROSEMENA GÓMEZ, DE LA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO LECTIVO 2009 – 2010**, de Rubio Rubio Ángela Hipatia del Rocío y Velasteguí Jiménez Gloria Mercedes postulantes de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la carrera Educación Básica, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas y de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga 20 de Diciembre del 2010

.....  
Lic. Mercedes Tapia  
DIRECTORA

## **DEDICATORIA**

Han transcurrido varios años de constante estudio para alcanzar la ansiada meta que no hubiese sido posible sin el amor de Dios y el apoyo de mis padres. Para ellos dedico este triunfo tan anhelado.

### ***Gloria***

El presente trabajo va dedicado a mi madre, hermanos e hijos; ejemplos maravillosos de fe, amor y sacrificios incomparables, quienes constituyeron en la razón de mi ideal, que hoy con su apoyo incondicional he visto cristalizarse mis aspiraciones que ayer solo fue un sueño.

### ***Hipatia***

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por la vida, la salud y la fe en alcanzar nuestras metas para el desarrollo de nuestra vida profesional.

Un sincero y profundo agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi y de manera especial a la Lic. Mercedes Tapia, Directora de Tesis, por su valiosa contribución personal, intelectual y profesional en la realización de este proyecto.

A la comunidad educativa de la escuela Dr. Otto Arosemena Gómez, especialmente a la Sra. Directora Lic. Fanny Jiménez y a la Lic. Tamara Cevallos por el apoyo brindado para facilitar nuestra investigación.

Además a todas aquellas personas que de una u otra forma prestaron su contingente para la elaboración de este trabajo.

***Las Autoras***

## RESUMEN

Vivimos en un mundo globalizado, el avance tecnológico ha permitido que se acorten las distancias, la información llegue en forma vertiginosa y la influencia de los medios de comunicación en los educandos sea más severa, lo que ha generado tanto beneficios como perjuicios. Todo lo que pasa en el mundo influye e impacta en las diferentes culturas, especialmente en la nuestra por ser un país en vías de desarrollo.

El presente trabajo de investigación acerca de la INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN QUE AFECTAN A LA CONDUCTA DE LOS NIÑOS/AS DE 3er AÑO DE BÁSICA DE LA ESCUELA DR. OTTO AROSEMENA GÓMEZ, DE LA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO LECTIVO 2009 – 2010. Nosotras hemos elegido este tema porque, la televisión aparentemente es un tema sin importancia pero en realidad la gente no piensa en la influencia que crea la televisión en las personas sobre todo en los niños debido que son los más fáciles de persuadir ya sea por medio de programas o anuncios publicitarios.

Consideramos que es un problema grave que los niños/as vean mucho tiempo la televisión, porque afecta su formación educativa y psicológica, además de repercutir en su carácter y comportamiento debido a que después de ver ciertos programas tienden a imitar la conducta de los personajes y en ocasiones desafían la autoridad de los padres. Este problema se acrecienta especialmente por la falta de control de autoridades gubernamentales y familiares.

Se hace necesario profundizar en el conocimiento de este fenómeno con el fin de regular adecuadamente los hábitos y la exposición televisiva de los niños/as.

## **SUMMARY**

We live in a globalized world, technological advancement has allowed them to shorten the distances, the information arrives at an alarming rate and the influence of media on learners is more severe, which has generated both benefits and harms. Everything that happens in the world influences and impacts in different cultures, including ours being a developing country.

The present research about the “IMPACT OF TELEVISION PROGRAMS AFFECTING THE BEHAVIOR OF CHILDREN OF 3rd YEAR OF BASIC SCHOOL DR. Otto Arosemena Gomez, OF THE PARISH THE MATRIX, Canton Latacunga, Cotopaxi Province in the academic year 2009 to 2010”. We chose this topic because, the TV is a non-issue but in reality people do not think the influence that television creates people especially children because they are the easiest to persuade either through programs or advertisements.

We consider it a serious problem that the children watch on television a long time, because it affects their education and psychological besides their character and behavior because after watching certain programs tend to mimic the behavior of the characters and occasionally challenge the authority of parents. This problem is increasing especially in the lack of control of governmental authorities and family. It is necessary to deepen the understanding of this phenomenon in order to properly regulate the habits and television exposure of children.

# ÍNDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
Portada	i
Autoría	ii
Aval	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Summary	vii
Índice	viii
Introducción	xi

## CAPÍTULO I

<b>1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>1</b>
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	1
1.1.2 La Globalización y los Medios de Comunicación Social.....	2
1.1.3 Los Medios de Comunicación Social o de Masas.....	5
1.1.4 Situación Actual d los Medios de Comunicación de Masas.....	6
1.1.5 Principales Medios de Comunicación Social.....	7
1.1.5.1 Prensa.....	8
1.1.5.2 Radio.....	10
1.1.5.3 Televisión.....	12
1.2 La Televisión como Fenómeno Sociológico.....	14
1.2.1 Funciones de la Televisión.....	16
1.2.1.1 Función Informativa de la Televisión.....	16
1.2.1.2 Función Educativa de la Televisión.....	17
1.2.1.3 Función de Entretenimiento de la Televisión.....	18
1.2.1.4 Función Formativa y Cultural da la Televisión.....	20



1.3 Medios de Comunicación Social y la Educación.....	21
1.3.1 La Escuela frente a los Medios de Comunicación.....	22
1.3.2 Los Medios de Comunicación Social como Vehículos Culturales.....	25
1.3.3 El conflicto entre Educación y Medios de Comunicación Social.....	26
1.3.4 La Televisión como Medio de Educación.....	28
1.3.5 Los Medios de Comunicación Social y la Educación Familiar.....	31
1.4 Incidencia de los Programas de Televisión .....	35
1.4.1 La Televisión y sus Efectos.....	37
1.4.2 Las Telenovelas.....	38
1.4.3 La Publicidad.....	40
1.4.3.1 La Mujer, un Instrumento Publicitario.....	42
1.4.3.2 La Influencia de la publicidad en el Desarrollo.....	43
1.4.4 Los Dibujos Animados.....	43
1.4.5 Educación y Televisión.....	46
1.5 La Conducta en los niños.....	48
1.5.1 La Televisión y Violencia.....	49
1.5.1.1 Efectos de la Violencia por Televisión.....	51
1.5.1.2 Aprendizaje basado en la Observación.....	52
1.5.2 La Agresividad Infantil.....	53

## **CAPÍTULO II**

<b>2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>55</b>
2.1 Caracterización de la institución .....	55
2.2 Procesamiento de la Información.....	57
2.3 Instrumento N° 1.....	58
2.4 Instrumento N° 2.....	67
2.5 Instrumento N° 3.....	74
2.6 Instrumento N° 4.....	76

## CAPÍTULO III

3 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	78
3.1 Conclusiones.....	91
3.2 Recomendaciones.....	92
3.3 Bibliografía.....	94

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad describir la Incidencia de los programas de televisión que afectan a la conducta de los niños de 3<sup>er</sup> año de básica de la escuela Dr. Otto Arosemena Gómez, de la parroquia la Matriz, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi en el año lectivo 2009 – 2010. La televisión (TV) constituye un medio masivo por excelencia, espacio en donde la globalización se hace más visible que nunca, es la invención humana que se ha convertido en parte fundamental de nuestra vida diaria, ocupa un puesto destacado en la mayoría de los hogares y se ha convertido en una ventana al mundo a la que nos asomamos en miles de ocasiones. Con ella adquirimos la posibilidad de aprender muchas cosas positivas y negativas, también el riesgo de perder buena parte de nuestro tiempo libre. Los niños, son parte del numeroso público expuesto a la televisión, y probablemente el más vulnerable ante sus mensajes, dada su incompleta formación ideológica, social, cultural y de valores, desde la que son interpretados y asimilados los mensajes del medio televisivo.

Son muchos los autores que han teorizado sobre este tema, así como las experimentaciones e investigaciones realizadas al respecto dentro y fuera de nuestro país y que aportan importantes fuentes de conocimiento sobre el tema, analizaremos el trabajo de algunos autores que han profundizado en el estudio de la televisión y sus influencias, haciendo una selección de algunos efectos por ellos analizados y que nos han parecido especialmente relevantes.

Se pretende que con esta investigación se haga un poco de conciencia en los padres de familia y maestros que este medio televisivo causa daños psicológicos en los niños, además de afectar su formación ideológica, social, cultural y de valores, debido a que los mensajes transmitidos no son educativos e inducen a que el menor realice actividades que no son correctas. Se hace por eso necesaria la formación de hábitos y criterios razonables y adecuados, respecto al uso de la TV para poder sacar de ella el mejor provecho.

Este trabajo está estructurado por tres capítulos:

En el Primer Capítulo consta el marco teórico, en el mismo que se anota lo referente a la globalización y los medios de comunicación, la televisión como fenómeno sociológico, los medios de comunicación social y la educación, la incidencia de los programas de televisión y la conducta de los niños/as lo que permitirá conocer las diferentes funciones de los principales medios de comunicación y cómo influyen la programación televisiva en los niños/as.

En el Segundo Capítulo está dedicado al análisis de los resultados, los mismos que se encuentran debidamente tabulados, analizados y representados gráficamente. El tipo de investigación utilizada fue descriptiva, bibliográfica y de campo, para lo cual utilizamos los métodos inductivo, deductivo y estadístico.

El Tercer Capítulo se refiere a los resultados de la investigación, donde se puede constatar la incidencia de los programas de televisión en la conducta de los niños/as, y por último tenemos las conclusiones, recomendaciones y anexos de la investigación.

**El objeto de estudio** es la incidencia de los programas de televisión y el campo de acción es mejorar la conducta de los niños/as.

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo General:**

- Describir la incidencia de los programas de televisión en la conducta de los niños de 3° Año de Básica de la escuela Dr. Otto Arosemena Gómez, de la parroquia la Matriz, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi en el año lectivo 2009 – 2010.

### **Objetivos Específicos:**

- Analizar el fundamento teórico de los programas de televisión y su incidencia en la conducta de los niños/as.
- Realizar un diagnóstico a fin de determinar la incidencia de los programas de televisión en la conducta de los niños de 3º Año de Básica de la escuela Dr. Otto Arosemena Gómez.
- Sugerir posibles soluciones a los padres de familia, maestros y niños/as para que elijan otras actividades como medios de distracción y educación.

### **Preguntas Científicas**

¿Cuál es la fundamentación teórica y científica que se enmarca con los programas de televisión?.

¿Cuáles son los principales problemas de conducta que presentan los niños/as de la escuela Dr. Otto Arosemena Gómez?.

¿Cuáles son las posibles soluciones para disminuir el problema?

### **Métodos y Técnicas de Investigación**

Para el proceso se utilizará los siguientes métodos:

**Método Analítico:** Se partirá de la problemática de la investigación para determinar los diferentes comportamientos que presentan los niños/as.

**Método Sintético:** La síntesis se producirá sobre la base de los resultados obtenidos previamente en el análisis.

**Método Inductivo:** Es un proceso analítico sintético, mediante el cual nos permitirá conocer las causas del problema y la vez nos emitirá una visión, con más claridad para emitir posibles soluciones.

**Método Deductivo:** A través de este método podremos elaborar de manera más clara y definida las conclusiones a las que lleguemos a partir de la investigación y la vez nos permitirá efectuar las respectivas recomendaciones; además será uno de los caminos más claros a seguir en cuanto al análisis de los resultados al finalizar el trabajo de las encuestas.

**Método Descriptivo:** Se utilizará para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar los resultados de las observaciones.

#### **Técnicas:**

**Observación Directa:** Mediante esta técnica se logrará establecer el comportamiento de los niños/as.

**La Entrevista:** Se refiere a la información oral que obtendremos de parte del entrevistado.

**La Encuesta:** Mediante esta técnica se recolectará la información por escrito a los niños/as, maestra y padres de familia.

La investigación se realizará a 37 niños/as, 37 padres de familia y 2 profesoras de la institución. Por ser reducida la población no se calculará la muestra.

# CAPÍTULO I

## 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1. Antecedentes de la Investigación

Los medios de comunicación audio visuales en especial la televisión (TV), han presentado una gran promoción de violencia, guerra destrucción del hombre por el hombre en los últimos tiempos, las características de una sociedad posmoderna en la cual nos encontramos inmersos les han dado el campo libre a la TV y la publicidad para su actuación. La influencia que ejercen sobre los niños/as es bastante peligrosa si se considera que son individuos en etapa de formación de valores individuales. Es de esta forma que la televisión ha generado una revolución cultural, modificando tanto a niños/as como a todos los ámbitos de la sociedad. La vida del niño/a se ha transformado con respecto a su relación con la T.V, ahora su realidad esta ordenada en torno a ella, de la misma forma que antes se regía por la figura materna. Era a ella que se acudía como un refugio cuando invadía la angustia, la tristeza, el temor. Hoy se recurre al aparato electrónico, siendo los propios adultos que procuran por todos los medios sustraerse de estos sentimientos conectando el televisor y dejándose llenar de imágenes a las que no prestan atención.

En esta década la televisión, ha logrado una fuerte hegemonía en relación a los otros medios de comunicación, ya que es un medio globalizante y llega a toda clase de hogares y no requiere de habilidades muy complejas para recibir información y su influencia es tanto positiva como negativa.

En investigaciones realizadas anteriormente por la “UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”, las tesis Laura Jiménez, Magdalena Ramos y Cecilia Vásquez, llegaron a la conclusión que la televisión ejerce una influencia directa en la mayoría de estudiantes que se dedican a ver programas: de acción, ficción y violencia. Igualmente imitan a personajes, acciones y lenguaje de la televisión.

Un estudio realizado por Participación Ciudadana en el 2007 concluyó que la violencia en la televisión influye en el desarrollo y crecimiento cognitivo de los niños/as, adolescentes y jóvenes ecuatorianos. El documento señala que los niños/as, adolescentes y jóvenes entre 6 y 18 años miran entre una y tres horas diarias de televisión.

La investigación analizó series, dibujos animados y noticieros en seis canales de 185 programas, 110 tienen expresiones de violencia y 15 son extremadamente violentos. Los datos se arrojaron luego de un análisis en 44 grupos focales, dos investigaciones, un monitoreo y 72 diálogos con niños/as y jóvenes, docentes y adultos.

### ***1.1.2 La Globalización y los Medios de Comunicación Social***

Todos hablan hoy en día de globalización y lo hacen en un sentido que, tras imponerse, ha dado la impresión de ser el único: es un proceso de homogenización y uniformación de las sociedades, que paulatinamente, se ha filtrado en todos los aspectos de la vida, con la propuesta, directa o indirecta de estilos propios del mundo desarrollado. Economía, costumbres, cultura, tradición, idioma han caído en la red de la globalización.

Según Ulrich Beck, Revista de Formación Cultural “Utopía” (2007 pág. 25) “La globalización no es otra cosa que los procesos en virtud de los cuales los Estados Nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas posibilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios”.



Cuando hablamos de globalización, se piensa en un conjunto de relaciones económicas, políticas y sociales que han modificado sustancialmente a la estructura mundial. Donde más claramente se nota estos cambios son en los medios masivos de comunicación, a partir de los avances tecnológicos y de las modificaciones políticas y económicas operadas en el nivel mundial.

La globalización se basa en un nuevo sistema de comunicación producto de la transformación tecnológica que se da en las últimas décadas. Este nuevo sistema integra varias formas de comunicación humana como la escrita, oral y audiovisual a una red interactiva y se caracteriza por su alcance global y una potencial interactividad.

El desarrollo de la tecnología ha tenido mucho que ver con esto. Las comunicaciones han acortado notoriamente las distancias. Estas ya no son más motivo de aislamiento o separación. El mundo se ha convertido en una pequeña aldea en la que se comparten arte, gustos, música, moda, ciencia, tecnología y otros saberes.

El surgimiento de la civilización de la globalidad es posible por la unidad y universalidad del género humano. En la historia entre las civilizaciones y culturas diversas que se han desarrollado y sobreviven, las más fuertes son, precisamente, aquellas que se han comunicado con otras, en lugar de encerrarse dentro de sí mismas.

La globalización en lo comunicacional se revela como una tendencia hacia el establecimiento de una cultura global. Mensajes masivos, uniformes, estandarizados son recibidos en el mismo momento por personas diferentes, en distintos lugares del mundo. Esto provoca que la función originaria de la comunicación social, la de transmitir los mensajes generados por miembros de una comunidad, se pervierta.

Las telecomunicaciones han jugado un papel muy importante en el desarrollo económico mundial y en la expansión cultural, y por tanto en la globalización. A

lo largo de las últimas décadas este fenómeno ha ido tomando consistencia y, hoy en día podemos afirmar que consiste en la liberalización del mercado económico y la ruptura de toda frontera geográfica mundial.

La globalización se caracteriza por ser un proceso de transnacionalización de la economía con apertura de mercados globales de consumidores, proceso dentro del cual se incluyen las comunicaciones y la información. La globalización de los medios de comunicación se refiere a la masificación de los *mass media*, de las redes telemáticas o Internet y otros instrumentos de telecomunicación conformando la estructura tecnológica sobre la que converge el intercambio mundial o global de mensajes.

La comunidad internacional, sus organismos políticos y sociales, los grandes bloques económicos y la mayoría de los gobiernos desarrollados y en vías de desarrollo, ven en el proceso de la globalización de la comunicación, la posibilidad de generar una “aldea global” en donde, a través de una red de información interconectada e interdependiente, sean universalmente compartidas las mismas necesidades y los mismos símbolos. Sin embargo, para muchos, este proceso obedece a intereses políticos y económicos de los países más poderosos y advierten sobre el riesgo de una “civilización de masas”, donde todos los seres humanos se convierten en consumidores de una producción intensiva de mensajes, elaborados industrialmente en serie y transmitidos según los canales comerciales regidos por los intereses del mercado.

La vinculación entre las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones “TIC” y el proceso de globalización es muy estrecha. Dado que la globalización, en sus sentidos político, económico y cultural descansa en buena medida en la plataforma infocomunicacional de las TIC, se ha generado la necesidad de garantizar las condiciones materiales para una circulación equitativa de la información entre los países del mundo y dentro de ellos. En este sentido, uno de los rasgos predominantes del proceso de globalización de la comunicación, ha sido el de la masificación de la conectividad. De este modo, a través de una mayor

conectividad y mayor número de puntos de acceso físico a la red informacional en el mundo, las TIC se han convertido en un componente decisivo en el proceso de transmisión de la comunicación y la información desde los centros urbanos a los márgenes sociales (pobres, rurales e indígenas).

### ***1.1.3 Los Medios de Comunicación Social o de Masas***

Para IRIARTE Gregorio y ORSINI Martha Puente, “Educación y Medios de Comunicación” (1996 pág. 10) “Los medios de comunicación social nos transmiten continuos mensajes. Pero esos mensajes no están dirigidos a una persona en particular o a un grupo, sino a grandes multitudes, por eso reciben la expresión de medios sociales”.

Los medios de comunicación social nacieron con la posibilidad técnica de reproducir un mensaje el número de veces deseado. Esto unido a una distribución (o tele distribución) apropiada de dichas distribuciones, hizo que el destinatario de los mensajes pudiera ser muchos individuos, grupos y sociedades enteras.

Los primeros investigadores anglosajones llamaron a estos medios de comunicación social “mass media”, medios de comunicación de masas. De este modo ponían el acento en la difusión masiva de información (entendida ésta en el sentido más amplio) a través de diversos medios técnicos.

Aunque este fenómeno no hubiera sido posible sin el desarrollo de las telecomunicaciones, su aparición se debe a causas sociales. En efecto, la comunicación de masas satisface (o pretende satisfacer) una demanda social que sólo se ha podido manifestar en la sociedad industrial. Conforme se ha producido la evolución de ésta, dicha demanda apareció primero en el ámbito informativo para extenderse después al del ocio y al de la educación.

Fue la industrialización iniciada en el siglo XIX lo que hizo posible la comunicación de masas (al facilitar una difusión masiva de la información), pero

ésta no se convirtió en un fenómeno característico de la sociedad industrial hasta que el tiempo de ocio de la población aumentó en una proporción considerable (gracias a la reducción de la jornada de trabajo), al mismo tiempo que se eleva su nivel de vida (como consecuencia de su mayor capacidad adquisitiva) y su nivel de instrucción (a raíz de la generalización de la escolaridad obligatoria).

Todas estas circunstancias explican que la comunicación de masas no se limitará al ámbito estrictamente informativo, sino que se haya extendido también al de la distracción y al de la educación. De esta manera, prácticamente todas las áreas que interesan al hombre de hoy quedan cubiertas por las comunicaciones de masas.

Los medios de comunicación de masas son unos instrumentos adecuados, que la tecnología y la ciencia moderna han puesto al servicio del hombre, para que haciendo un uso honesto de ellos, contribuyan a dar una dimensión más abierta, comprensiva e introspectiva del hombre mismo y de la humanidad.

Los medios “masivos” son los dirigidos al gran público (prensa cotidiana, revistas ilustradas, radio y discos de música moderna, televisión, comics y fotonovelas, cine y teatro), y se caracteriza por: ser leídos, vistos y /o escuchados generalmente en forma rápida, distraída y superficial; tener que responder a las apetencias y tendencia del gran público; por el poco o ningún espacio que pueden conceder a mensajes completos; y por estar dirigidos a un público fuertemente condicionado por las conductas de grupo y con débil posibilidad de Análisis. Además, cuando los mass-media, como generalmente sucede, utilizan instrumentos electrónicos, su transmisión es indirecta, en forma unilateral y dirigida a un gran público que se encuentra disperso.

#### ***1.1.4 Situación Actual de los Medios de Comunicación de Masas***

Los autores MENDO Y VALENTE Miguel Ángel, REDONDO MAGAÑA Antonio, “Medios de comunicación Social”, (1987 pág. 39) manifiestan que

“el enorme avance y difusión que han experimentado en los países desarrollados los medios de comunicación de masas en las últimas décadas del presente siglo se debe al progreso técnico en el tratamiento y transmisión de la información, al mismo tiempo que al hecho que la sociedad actual “produce” y “consume” cada vez mas información”.

Así, todos los medios de comunicación social tienen cabida en la sociedad de hoy, donde el público no solo tiene la posibilidad de escoger uno u otro, sino de utilizarlos conjuntamente. Quien lee el periódico, también escucha la radio o ve la televisión y va al cine. Sin embargo, el impacto de cada medio de comunicación es diferente, debido a la distinta eficacia comunicativa de los lenguajes que utilizan cada uno de ellos.

En la actualidad existe un predominio de los medios audiovisuales y, en particular, de la televisión y el video, aunque en los países más desarrollados se ha llegado a una situación de equilibrio con los otros medios, que se han especializado en determinados campos y formas de información.

Al contrario que en los países desarrollados, en los que la comunicación de masas es una consecuencia de la industrialización, en los subdesarrollados se ha producido la situación inversa: han aparecido los medios de comunicación sin que existieran las condiciones necesarias para ello. En este aspecto, como en tantos otros, los países subdesarrollados han sufrido la influencia de la civilización industrial por las vías más fáciles de penetración.

Sin embargo, en ninguno de esos países han alcanzado los medios de comunicación de masas un desarrollo comparable al de los industrializados, por carecer de infraestructura técnica y de recursos económicos suficientes.

### **1.1.5 Principales Medios de Comunicación Social**

No decimos nada nuevo cuando afirmamos que los medios forman parte indisoluble de la vida cotidiana de las grandes ciudades. Desde la mañana, la

mayor parte de la gente enciende la radio para conocer el pronóstico del tiempo, la información de tránsito, o para enterarse de las principales noticias del día. Después, tal vez, hojeará el diario para enterarse un poco más de esos temas de los que se hablará a lo largo del día, como, por ejemplo, los eventos deportivos, las novedades políticas o las propuestas de espectáculos. Algunos miraran revistas con mayor o menor detenimiento en algún monumento de espera, unos pocos dedicaran algún tiempo a navegar por internet, o contactarse con otros por medio del correo electrónico. Casi todos culminarán el día frente a su televisor.

A la hora de recurrir un medio para difundir información deben considerarse las características particulares de cada uno y el vínculo que mantiene con sus audiencias, de modo de elegir el más adecuado para cada mensaje.

Los medios masivos se clasifican, en función de la tecnología que los sustenta, en gráficos (diarios, periódicos y revistas), audiográficos (radio) y audiovisuales (televisión, cine, eventualmente internet).

### ***1.1.5.1 Prensa***

#### ***Historia de la Prensa***

De entre los medios de comunicación de masas, la prensa fue el primero en aparecer. Sin embargo, ya existía con características distintas mucho antes de que se produjeran las transformaciones técnicas, económicas y sociales que dieron lugar a la comunicación de masas. En realidad, la evolución histórica de la prensa coincide en gran parte con la que ha tenido la información desde la invención de la imprenta hasta la aparición de los medios audiovisuales.

La prensa es un medio de comunicación visual más antiguo de formación cultural, educativa, y un modo de entretenimiento recoge la información más importante de lo que pasa en un día en el mundo entero. Los aportes que hace la

prensa al país son importantísimos, tanto en orden a la orientación y formación de la opinión pública y a las denuncias sobre negociados y corrupción.

La prensa gráfica es un medio sumamente influyente. En 1835, TOCQUEVILLE Alexis “Prensa y Comunicación. Personas y empresas frente a los medios” (pág.6) decía que “nada como los diarios para llevar un pensamiento común a miles de personas en un mismo momento”, y a pesar del impacto que tiene los medios audiovisuales, los diarios siguen siendo una fuente de referencia tanto para los lectores como para los otros medios, que tomen de los matutinos la agenda de temas a discutir durante el día. La radio y la televisión permiten la cobertura inmediata de los sucesos cotidianos pero como medios efímeros que son, pasan constantemente de un tema a otro. Al día siguiente, los diarios suelen profundizar los adelantos que aparecieron en la TV, cerrando un circuito que se realimenta en forma permanente.

De la radio y la televisión, la prensa es la más lenta en entregar la información al público; para compensar esa lentitud, los periódicos ofrecen una información más amplia, y esa amplitud se refleja en la mayor extensión informativa que permite la superficie impresa y que se complementa con la mayor atención que el periódico puede prestar a un ámbito temático geográfico.

Por consiguiente ha aparecido una prensa especializada por temas (prensa deportiva, prensa económica, prensa del corazón) o por su radio de acción (prensa regional, prensa local), y la difusión es cada vez mayor. Cualquiera que sea el tipo de especialización, permite ofrecer una información pormenorizada sobre asuntos que interesan a determinados sectores de la población. Por eso, aunque su público sea en principio más reducido, es también más estable.

Por lo que respecta a la prensa de difusión nacional, la evolución actual apunta a la permanencia e incluso al éxito, algunos periódicos que ofrecen una información rigurosa sobre temas específicos que no son tratados en profundidad por la TV o la radio: económicos, políticos, culturales, a pesar de que definan como periódicos

de información general. Pero esta información es más diversificada y amplia que la difundida por los demás medios.

### ***Funciones de la Prensa***

Las tres funciones principales que desempeñan la prensa son: **informar, orientar y distraer**. De ellas, la más específica de la prensa diaria es la primera, la de suministrar información. Las otras dos son más propias de las revistas y demás publicaciones periódicas. Así, hay revistas especializadas, educativas, de moda, de arte, de cine, de economía, etc.

#### ***1.1.5.2 Radio***

##### ***Historia de la Radiodifusión***

MENDO Y VALENTE Miguel Ángel, REDONDO MAGAÑA Antonio “Medios de comunicación Social”, (1987 pág. 66). Expresan que “La radiodifusión fue la primera aplicación de las telecomunicaciones a la comunicación de masas, fue por esa misma razón, el primer medio que pudo difundir una información en el preciso momento en que ésta se producía”.

Ello le dio una ventaja indudable sobre la prensa que, aunque se sirva de las telecomunicaciones para recibir las noticias, no puede difundirlas sino después de un lapso de tiempo obligado por la impresión del diario.

También la radiodifusión representó una innovación importante como medio de distracción, al posibilitar por primera vez la transmisión de música, en el momento en que el único espectáculo de masas existente el cine no había incorporado todavía el sonido. La radio no cuenta con la fuerza y la fascinación de lo visual que poseen tanto el cine como la televisión. Pero con la fuerza y el poder de los sonidos, rumores y voces ha de construir su mundo. Llega a tener dimensiones tan amplias que no tiene límites ni medida.



Todo tipo de gentes, de todas las condiciones y clases sociales y más allá de fronteras nacionales o ideológicas, una emisora cualquiera está transmitiendo las mismas cosas para todos ellos. La radio figura entre los medios culturales que pueden influir sobre el pensamiento y comportamiento de forma más sutil de lo que pueden hacerlo los otros medios de comunicación de masas. Está al alcance de la economía de cualquiera y con simple girar del dial puede ofrecer en cualquier momento a millones de oyentes, con la abundancia y variedad de programas un abanico completo de lo que es nuestra vida moderna y su cultura.

La radio crea una atmósfera que se infiltra en cualquier parte que se lo sintonice. En cualquier momento está a disposición de todos. Es una voz que habla a todos y que ayuda a matar la soledad que tanto fustiga al hombre de nuestro tiempo. Es el medio de comunicación auditivo que nos transmite información, música, entrevistas, comentarios, etc. Desarrolla nuestra imaginación porque la percibimos solo con el sentido del oído, lo que nos obliga a imaginarnos las imágenes y el movimiento; puesto que con la voz se transmiten conceptos, ideas, el radioyente debe imaginar, dar forma visual a lo que escucha. Ello conlleva un alto nivel de participación, ya que pone en marcha un mecanismo psicológico de identificación en muchos casos apasionada. Apasionada, porque parte de lo que se cree oír es producto de la propia imaginación. El mensaje radiado, una vez asimilado, está formado por el contenido en sí del mensaje más lo que el oyente añade y lo asocia, y esto es una proporción mucho mayor que en otras formas de comunicación. Los locutores transmiten su voz y el oyente pone un rostro. La noticia radial es “vista” por la imaginación con unos rasgos subjetivos, acomodados a la experiencia personal de cada cual.

Actualmente son muchas las emisoras, sobre todo las F.M. que transmite programas musicales que son muy apreciados por los jóvenes. Las emisoras de carácter cultural y popular son medios de comunicación alternativos frente al avasallamiento que suponen los grandes medios de comunicación. El éxito de las emisoras de frecuencia modulada, sobre todo entre el público joven, se debe fundamentalmente a la transmisión de música. Las propias emisoras, en

colaboración con las casas fabricantes de discos y con los establecimientos de venta de los mismos, elaboran las listas de música ligera, pop, rock, folklórica, etc., que se renuevan periódicamente para que el consumo no decaiga.

### ***Funciones de la Radio***

Las funciones que suelen encomendarse a la radio son similares en todos los países y están en consonancia con las encomendadas a cualquier medio de difusión de masas. Son: información, instrucción, entretenimiento y estar al servicio de la comunidad con la que se relaciona. El orden de prelación entre estas funciones dependerá de la estructura sociopolítica y del concepto y sentido utilitario que se pueda dar a cada una de esas funciones.

La programación informativa por sus propias características, la radio es un medio de comunicación rápido, incluso instantáneo. Ello quiere decir que está en condiciones de ofrecer la difusión de noticias más importantes a medida que éstas se van produciendo.

La radio consigue transmitir simultáneamente desde varios sitios ya sea poniendo en diálogo directo a personas geográficamente distantes, o cuando realiza transmisiones y conexiones simultáneas. Por ejemplo la conexión con diferentes campos de deportes para conocer lo que va sucediendo en cada uno de ellos en el mismo momento.

### ***1.1.5.3 Televisión (TV)***

<http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/196/10/03.%20Cap%C3%A1tulo%201.%20Comunicaci%C3%B3n%20humana%20y%20social.pdf>

La palabra televisión proviene del griego "tele" (distante o lejos) y del latín "visio" (visión). El sistema televisivo ofrece la posibilidad de observar imágenes desde la distancia. Las diferentes tecnologías que se utilizan están determinadas

por los adelantos técnicos, las decisiones de mercado, los niveles socioeconómicos y criterios políticos.

La televisión es uno de los grandes constructores de realidad, no sólo por la cantidad de horas que las personas destinan, sino también por los modelos y formas de socialización que transmite.

### ***Historia de la Televisión***

La televisión vive una historia parecida a la radiodifusión, en cuanto al autor de su descubrimiento se refiere.

Desde 1818, en que Berzelius encontró que la conductividad eléctrica del selenio variaba proporcionalmente a la cantidad de luz irradiada sobre él, hasta la televisión a color de hoy, muchos países se sienten o reclaman ser la cuna de este instrumento de difusión, el más completo de los inventados y usados hasta hoy por el hombre. La fotografía y la radiodifusión ayudaron a sentar los principios de lo que luego se conocería como cine, el primero de los pasos hasta llegar a la televisión.

En 1868 F. Carey concibe una primera idea para utilizar el efecto fotoeléctrico, mientras años después, M. Leblanc expresa que "partes de un cuadro pueden ser separadamente expuestas a la luz en una rápida sucesión secuencial, logrando la sensación de recibir el cuadro entero, en base al fenómeno de persistencia retiniana.

Croockers, en 1878, forma el primer "tubo de rayos catódicos", en tanto que el ingeniero alemán Paul Nipkow, diseña en 1884, el primer equipo mecánico de televisión.

Karl Braum aporta el material fosforescente en el tubo de vado, logrando producir el haz de electrones, causante del resplandor o lumiscencia que observamos en las pantallas de los receptores.

J. Logie Baird ideó el sistema de transmisión de una imagen. Philo r. Farnsworth concibió, en 1921, la idea de televisión por medios electrónicos, elemento fundamental para llegar a lo que ahora tenemos. Esta contribución llevó a los historiadores a señalar a Farnsworth como el inventor de la televisión.

Pero más allá de los reclamos y disputas sobre la paternidad de los inventos se encuentra una realidad en la que juegan un rol decisivo la prensa, radio y televisión, no sólo como instrumentos técnicos de difusión en constante evolución, sino y fundamentalmente como medios orientadores y moldeadores de opinión.

Estos medios bien utilizados son unos instrumentos que pueden ayudar afianzar los valores humanos. Pueden facilitar la formación del individuo para que se refuerce la personalidad individual, pueden fortalecer los lazos de comprensión entre los hombres, pueden ayudar a hacer más humanas las relaciones entre las personas, pueden acercar al conocimiento mutuo entre los pueblos, pueden favorecer al desarrollo de la cultura, tanto en la autóctona como la universal.

## **1.2 La Televisión como Fenómeno Sociológico**

Para FUENTES DE LA CORTE Juan Luis “Comunicación Estudio del Lenguaje”, (pág. 293) “Se considera a la televisión como fenómeno sociológico por la gran influencia que ejerce en su público”.

Este medio se encuentra en todos los hogares en cualquier situación económica, es manejado y observado por niños/as, jóvenes y adultos, que con su forma original de comunicar persuade, sin que el televidente lo note, lo hace actuar a su manera, cambiar pensamientos y actitudes, gustos, modas, etc.

Además de ser uno de los grandes inventos derivados de la conjunción del cine y la radio, es un fenómeno social de masiva influencia. Sus funciones son las tres mismas que la de los otros medios, informar, educar y distraer. Aunque algunos

piensan que lo ideal es un equilibrio entre estas funciones, según los criterios de los dirigentes, pueden aparecer a veces desequilibrios. De hecho en la actualidad es mucho más un entretenimiento y una evasión que pretende crear una pseudo cultura televisiva antes que en un medio difusor de cultura.

La televisión es el medio de comunicación audiovisual que tiene mucha aceptación en todos los hogares. Tiene características originales que le distinguen de los otros medios de comunicación. Aunque es espectáculo, como el cine y el teatro, y es vehículo de información, como la radio o el periódico posee una fisonomía propia. Es un medio de comunicación que plantea problemas de masificación, que orienta al hombre y a la sociedad.

Un programa televisivo llega simultáneamente a millones de personas; lo cual quiere decir que en poco tiempo puede sensibilizar por un problema a toda una nación. Es un medio de comunicación que plantea problemas de masificación, abre interrogantes sobre el alcance de su influencia y desencadena la curiosidad de sociólogos y psicólogos.

Es un fenómeno social que posee el más alto índice de influencia entre todos los medios de comunicación. Es obviamente constatable que la población dedica más horas semanales a ver televisión que la suma de los tiempos que dedica a leer prensa, oír radio y ver cine. También forma parte de signos elementales de confort que ha instituido la sociedad de consumo.

Los sociólogos y los psicólogos investigan y analizan las causas del poder de atracción de la TV e intentan descubrir el alcance de los efectos masificadores de la misma y orientativos que pueden ejercer en los individuos y en la sociedad en su conjunto. Este medio de comunicación es un campo de inmensas posibilidades, ya que puede ser un gran servicio al hombre y a la sociedad si se utiliza para potenciar la libertad y la dignidad del individuo.

### ***1.2.1 Funciones de la Televisión***

Podemos decir que las funciones de la televisión son:

Informar

Educar

Distraer

Según los criterios de cada persona, estas tres funciones tienen una prioridad diferente. Según la UNESCO, lo ideal es el equilibrio entre las tres funciones.

#### ***1.2.1.1 Función Informativa de la Televisión***

El hombre, cada vez necesita mayor cantidad de información para integrarse en el sistema social. Lo mismo que es imprescindible no ser analfabeto para integrarse en el sistema productivo industrial, también la información es imprescindible para manejarse en la sociedad.

Un hombre bien informado puede optar por libertad y puede progresar socialmente, pues se siente más seguro de sí mismo y de su función en la sociedad. Si está desinformado pierde relevancia social y le es más difícil integrarse en el sistema productivo. El hombre tiene un irrenunciable derecho a estar informado y por lo tanto la sociedad tiene un ineludible deber de facilitar este servicio.

Según FUENTES DE LA CORTE Juan Luis “Comunicación Estudio del Lenguaje”, (pág. 296-298) “En los últimos años la televisión ha impulsado su dimensión y sus posibilidades informativas en todos los campos”. En este apartado se centra en la información noticiosa que se manifiesta no solo en los noticieros sino, también en los reportajes y en las crónicas que distribuyen las agencias internacionales, los corresponsales y los enviados especiales a sucesos de actualidad. Informar es la propiedad más específica y valiosa de la televisión. No se puede olvidar que las noticias en TV tienen los mismos condicionantes y

filtros económicos e ideológicos que se producen en los restantes medios de información.

La emisora de televisión se debe al capital inversor y a los intereses de las compañías anunciadoras que mantiene económicamente su funcionamiento. Por otra parte, la filosofía que predomina la orientación de las noticias difundidas, responde a los valores que predominan en la estructura sociopolítica dominante.

En las noticias se cuenta lo que paso y se hace hablar a las cámaras por sí mismas que presentan lo que interesa a los grupos económicos e ideológicos que mantienen el liderato en la sociedad. Se piensa que el público solo quiere confirmar, que el estado de cosas existente es lo normal y natural. Es uno de los medios más eficaces para distribuir información de todo tipo.

Cuando se trata de información política o social, las consecuencias merecen más atención. Aunque esta función de informar la desempeñen otros medios de comunicación social, la TV lo realiza de forma más acentuada ya que el auditorio es mucho mayor. Es el medio de información más universal y fascinante; y, por lo mismo, la falta de objetividad difícilmente puede ser compensada por los demás medios de comunicación.

### ***1.2.1.2 Función Educativa de la Televisión***

A menudo se critica a los padres por utilizar la televisión como una niñera, pero ningún padre puede estar con su hijo a todo momento. “La verdadera pregunta parece radicar en si es una buena o mala niñera”. Los niños aprenden de la televisión. Pero, ¿Qué están aprendiendo? Aprenden conceptos cognoscitivos como letras y destrezas numéricas. La TV puede también incentivar la conversación. Desde el comienzo del segundo año de vida, los niños hablan a sus padres sobre lo que ven, nombran objetos, repiten lemas publicitarios y hacen preguntas. Aparte de sostener charlas placenteras e interesantes con sus pequeños.

Los padres pueden aumentar el interés de estos y conducirlos al tipo de intercambios que, como se ha visto amplían el desarrollo del lenguaje.

La televisión puede servirnos, en muchos momentos como fuente de conocimientos. Puede llegar a ser para nosotros un eficaz instrumento para aprender muchas cosas buenas ya que abre el espíritu a conocimientos nuevos, llevando los mensajes culturales a gente que, sin ella, permanecería inerte y sumida en la ignorancia.

Existen programas educativos dirigidos a enseñar historia, geografía, ciencias, arte y cultura general. Los informativos también son un medio muy importante para aprender y para estar al tanto de la vida nacional e internacional. Hay muchos programas que, sin ser directamente educativos, pueden ser también muy positivos para el desarrollo de nuestra sensibilidad y gusto estético.

En muchos países la televisión educativa está significando un gran aporte a la enseñanza oficial. Los cursos por TV salvan las dificultades en llevar los estudios a comunidades muy reducidas o alejadas de escuelas y centros de estudio. Especialmente han tenido un gran éxito en las campañas de alfabetización de adultos.

En general, se puede afirmar que la TV es el medio audiovisual más importante de la educación de la sociedad por lo que el contenido de los programas es un factor decisivo en la formación de las actitudes de los miembros de la comunidad.

### ***1.2.1.3 Función de Entretenimiento de la Televisión***

La función de entretenimiento consiste en ofrecer al público todo tipo de producciones, en las que haya elementos de atracción, que garantice un elevado índice de audiencia. Porque así, los anunciantes se interesan en patrocinar esos programas, insertando en sus anuncios para que, incitando a la compra de sus productos y servicios, las ventas se eleven.



El hombre busca en la televisión olvidar la monotonía y la pobreza de la vida diaria y se entrega al espejismo de la pantalla, que es como un balcón abierto a una fantasía que proporciona sonrisas, atractivos y encantos.

La juventud lo puede encontrar en los programas musicales. Las mujeres en lo melodramático de las telenovelas. Los hombres en la violencia, en la sensualidad de los telefilms. La mayor parte del tiempo de la programación diaria de una emisora de televisión está dedicada a distraer y entretener a los espectadores.

Esta función de entretenimiento se consigue ofreciendo programas que sean del gusto del público. En las investigaciones sociológicas se busca conocer cuáles son los gustos y la mentalidad del promedio de oyentes habituales, y en base a ello se confeccionan los contenidos de los programas.

Es un círculo en el que el público prefiere ver unos determinados programas y a la vez los ejecutivos de las emisoras realizan y contratan programas que saben que son del gusto del público, como son las telenovelas, los programas musicales o humorísticos y las películas o telefilms.

La misión de los ejecutivos consiste en programar los horarios, de acuerdo con las posibilidades de que los oyentes hayan finalizado sus tareas y puedan sentarse y dejarse conducir por esa inercia que, poco a poco se va haciendo férrea y que al final se queda atrapado por un sistema de vida.

Aprovechando la atracción del público hacia el entretenimiento televisivo; las emisoras, que son unas sociedades comerciales y que se rigen por los intereses económicos, reciben las ofertas de publicidad de la sociedad de consumo que ven en los espectadores un inmenso campo de clientes potenciales.

Teniendo en cuenta el poder seductor de las imágenes y la receptividad de los oyentes, solo es necesario convencerles de que adquiriendo los productos, van a vivir mejor, van a ser felices y más seductores.

#### ***1.2.1.4 Función Formativa y Cultural de la Televisión***

Cada vez van apareciendo con más frecuencia programas que informan y ejercen una acción formativa sobre cuidados de salud, sobre consumo de alimentos, sobre ecología y medio ambiente, sobre economía familiar, sobre educación y sobre otros aspectos de la cultura, la ciencia y la tecnología.

Si la televisión va entendiéndose como un servicio público, poco a poco irá perdiendo ese talante de negocio económico. Es distinto adaptar la cultura a las masas que crear una cultura o pseudo cultura para las masas.

Para FUENTES Juan Luis “Comunicación” (1980 pág. 355) “La formación cultural en la televisión debe partir de las formas de vida y comportamiento de la comunidad”.

Hay que divulgar y hacer conocer los usos y costumbres de los distintos pueblos de nuestra nación. Hay que buscar la forma de que la comunidad no pierda sus valores culturales y a la vez sepa asimilar los progresos y las comodidades que ofrece la creciente civilización tecnológica.

La TV puede embrutecer y masificar, pero puede ensanchar los campos culturales e intelectuales al estar al servicio de las necesidades reales de los hombres. Cumple un objetivo formativo y cultural cuando se humaniza. Sigue todavía siendo una radio con imágenes y una reproducción del cine. Debe ir descubriendo las posibilidades expresivas de su lenguaje. Existe una gran polémica de opiniones contrapuestas sobre lo nocivo que es o puede ser, y sobre su utilidad como servicio a la dignidad y a la libertad del individuo.

Este medio ofrece un campo inmenso de posibilidades de potenciar la convivencia y la solidaridad entre los hombres y los pueblos. Permite que se conozca cómo son, qué hacen y como piensan pueblos que tienen formas de vida diferentes pero que son semejantes a nosotros. El espectador se siente ciudadano

de un mundo que le es más conocido, más cercano y más entrañable. Por el conocimiento se llega a la comprensión entre los hombres y los pueblos.

La TV tiene que ser educativa toda ella, y su acción educativa debe abarcar los siguientes campos:

- Favorecer una adaptación responsable al mundo actual.
- Estimular el progreso socio-cultural.
- Enriquecer los niveles culturales.
- Despertar inquietudes y dar respuestas adecuadas.
- Dar información es intrínsecamente educadora.
- Cuidar las intenciones en el modo de presentar las informaciones.
- Posibilidades pedagógicas como medio audio visual.
- Medio de enseñanza global y de difusión colectiva.
- Educar no es imponer ciertos criterios y valores

Consideramos que la prioridad de la televisión sería Educar, luego Informar y por último Distraer, pero en la práctica viene siendo todo lo contrario, porque la mayoría de programas que transmite son de distracción especialmente para la teleaudiencia infantil. Los canales de televisión deberían implementar más horas a la transmisión de programas educativos ya que se puede afirmar que la televisión es el medio audiovisual más importante en la educación de la sociedad, por lo que el contenido de los programas es un factor decisivo en la formación de actitudes de los televidentes.

### **1.3 Medios de Comunicación Social y la Educación**

José M<sup>a</sup> Fernández Batanero, Julio Barroso Osuna y Salvador Luis Gutiérrez Cerezo.

<http://tecnologiaedu.us.es/edutec/paginas/51.html>

Los medios de comunicación, y más recientemente las nuevas tecnologías han modificado la manera de construir el saber, el modo de aprender, la forma de

conocer. La educación para los medios es considerada como una forma de introducción en la cultura y un modo de entender la realidad social que nos ha tocado vivir, donde el conocimiento está claramente influido por los medios, por consiguiente se convertirán en agentes de formación al igual que la familia y la escuela.

Los medios de comunicación social pueden contribuir a la formación de individuos más cultos, mejor informados y más libres. Los niños aprenden de los medios: conocimientos, prácticas sociales y entran en contacto con aquellas realidades en las que no podrían interactuar si no fuera por medio de ellos. Esto hace que puedan reflexionar sobre su persona, familia, amigos, etc.

La universalidad de los medios de comunicación en nuestra sociedad está creando un nuevo tipo de hombre, somos espectadores muchas veces inconscientes de una nueva era que está naciendo, cuyo sujeto debería ser el hombre nuevo, con unas pautas de comportamiento, un universo afectivo e imaginativo y unas destrezas técnicas que configuren lo que se ha dado en llamar la sociedad posmoderna.

Los medios de comunicación permiten al niño acceder a la información cotidiana, saberes socialmente significativos que ayudan a los niños a conocer mejor la realidad social en la que están inmersos y, a partir de allí, a comprender, interpretar y participar en esta realidad. Sabemos que los medios de comunicación proponen una visión particular del mundo. Estamos en una sociedad que depende cada vez más de los medios. Casi todo lo que conocemos del mundo nos llega a través de los medios que construyen una imagen de él y en virtud de ella, nosotros construiremos la nuestra (Fontcuberta, 1994).

### ***1.3.1 La Escuela frente a los Medios de Comunicación***

Manifiesta IRIARTE Gregorio y ORSINI PUENTE Martha, en “Realidad y Medios de Comunicación”, (1993 pág.49) “La avalancha de información que

recibe el ciudadano medio actual es tan variada y tan copiosa que podría hacernos creer que cualquiera puede entrar en contacto directo con las fuentes del saber”.

Se ha llegado a pensar que se podría prescindir de ciertos intermediarios, como la escuela, el profesor los textos ya que los niños/as y jóvenes sienten predilección por la imagen, por lo inmediato y difícilmente toleran el ambiente del aula tradicional, muy formalista y mecanicista, donde se repite y enseña lo mismo de siempre.

No se puede reducir el proceso educativo al ámbito exclusivo de la escuela y la familia. Hoy menos que nunca los conceptos de “educación permanente” y “reciclaje” giran sobre el eje de la adaptación de cada persona, independientemente de su edad, a los nuevos desafíos que le presenta un mundo profundamente cambiante y en continuo y acelerado dinamismo.

Una adecuada utilización de los medios de comunicación y de otros adelantos técnicos, no solamente como instrumento didáctico, sino, sobre todo vínculos amplificadores en múltiples dimensiones educativas es de absoluta necesidad.

La escuela asumió prácticamente toda la tarea educativa en nuestra sociedad, pero día a día se va convirtiendo en un instrumento menos adaptado a las necesidades psicológicas y a los intereses concretos de los alumnos.

Los docentes deben tener muy presente que los alumnos de hoy tienen intereses visuales mucho más desarrollados que los de hace unos años atrás y son mucho más conscientes de las ideas y los acontecimientos extra-familiares y extra-escolares.

El niño y el joven moderno, moldeados por los medios de comunicación social sienten marcada predilección por la imagen, por lo lineal, por lo fragmentado, por lo vivencial, por lo inmediato y difícilmente toleran el ambiente del aula tradicional, muy jerarquizada, formalista y falsamente intelectualizada.

<http://www.educaweb.com/noticia/2007/02/12/medios-comunicacion-educacion-12206.html>

Los medios de comunicación de masas constituyen un aparato de socialización muy importante: influyen en nuestras ideas, hábitos y costumbres. Algunos expertos incluso llegan a afirmar que la cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio, excede en gran medida al volumen de información que llega a través de la enseñanza y los contenidos que se transmiten en la escuela.

De ser cierto este hecho, convertiría a los medios de comunicación en una herramienta educativa muy poderosa, con las ventajas y desventajas que esto supone. Pero, educar no es su finalidad última. Aunque los medios incluyen formatos y contenidos adecuados para el público en edad escolar, existe otro gran volumen de información que no va dirigida a este público pero que es percibida y asimilada por él.

Está comprobado que empezar las clases hablando de los temas de actualidad suscita interés y hace que la escuela esté viva, el uso diario de los medios digitales de información provoca más interés que añejos contenidos que también pueden darse, la escritura de textos o noticias sobre la actualidad del centro o del planeta incentiva el gusto por reflexionar, explicar y escribir. Son algunos ejemplos que se ven ya en muchas aulas. Los profesores deberán ser dinamizadores que enseñen al alumnado a entender la realidad que les llega. Así la comprenderán más y podrán formarse mejor un criterio propio tanto de esa realidad como de los mecanismos que usan los medios para ofrecérsela o para construirla.

El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, junto con el papel impreso, pueden ser un gran recurso para dinamizar más los centros, siempre que se vea a los medios como una ventana abierta a una actualidad que hay que ayudarle a descifrar al alumno. Al final, comunicación y educación se complementan porque ambas se necesitan para conseguir sus objetivos. Caminan juntas y revueltas.

### ***1.3.2 Los Medios de Comunicación Social como Vehículos Culturales***

Existe la idea generalizada de que los medios sobre todo la televisión y el cine son meros pasatiempos, para ser “consumidos” en momento de ocio o de entretenimiento. Esto se une al escaso grado de exigencia requerida para su recepción, suscitando en el espectador actitudes de pasividad y un cierto complaciente conformismo.

IRIARTE Gregorio y ORSINI PUENTE Martha, en “Realidad y Medios de Comunicación”, (1993 pág. 50) “Manifiestan que los medios de comunicación social nos dan una especie de “conocimientos mosaicos”, parciales y fragmentados. Se recalca que ese conocimiento es superficial, efímero, sensacionalista y, no pocas veces, caótico. Además el sistema de valores que nos transmiten son muchas veces extranjerizantes, en cierta contradicción con la escala de valores de nuestro pueblo”.

Los medios de comunicación proyectan programas culturales que en la mayoría de las veces son modelos de vida, que están en contradicción con las costumbres de determinado lugar, por todo esto los educadores, maestros, catedráticos, sacerdotes o padres de familia, miran con profunda desconfianza y recelo a la televisión como instrumento y vehículo de valores realmente formativos.

A través de los medios de comunicación social se divulga y se hace conocer los usos y costumbres de los distintos pueblos y naciones, por medio de la radio y la televisión se manifiesta la música popular, folklórica y clásica, la divulgación científica y la técnica, la literatura, teatro, muchas y variadas expresiones de la plástica y la poesía, buscando la forma de que la comunidad no pierda sus valores culturales.

Los medios de comunicación han sido los transmisores de la cultura e inquietudes de la humanidad. Desde los más rudimentarios, hasta los más avanzados de la

actualidad, los medios de comunicación han propiciado el contacto de unas gentes con otras, traspasando fronteras geográficas y barreras sociales y políticas.

La radio si puede ser un eficaz medio de comunicación, tiene la capacidad de llegar a sitios donde otros medios no pueden hacerlo, es una fuente bastante económica de información y directa con el público, a través de ella se pueden realizar programas específicos en torno a la salud (por ejemplo nutrición o vacunación) de acuerdo a los públicos (programas en kichwa), convirtiendo a este medio en un recursos alternativo, es decir, siendo emisores creativos.

Los medios masivos de comunicación en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres. Actualmente es posible obtener grandes cantidades de información y noticias con gran rapidez sin importar el momento en que surgieron.

### ***1.3.3 El Conflicto entre Educación y Medios de Comunicación Social***

Existe un conflicto entre educación y medios de comunicación social, se dice que los contenidos que transmite el sistema escolar son ordenados y coherentes y que lo que transmiten los medios de comunicación de masas es información inconexa y diseminada.

Según IRIARTE Gregorio y ORSINI PUENTE Martha, en “Realidad y Medios de Comunicación”, (1993 pág.51) “Los medios de comunicación social han entrado en abierta competencia con la escuela y con la familia y hay que convertir esa competencia en mutua colaboración. Debemos partir del hecho de que al joven acostumbrado a observar la imagen multicromática, las tiras cómicas, las películas de aventuras, les resulte profundamente insípida, aburrida y despreciable los libros de Matemáticas o el texto de Lenguaje”.



En la actualidad los medios de comunicación han desplazado a los padres de familia y educadores, ya que los niños/as pasan más tiempo entretenidos con estos que con las tareas escolares, por la incalculable influencia que ejerce la imagen, el movimiento, la voz, la acción, resultando más divertidos que los libros donde muchas veces no hay imágenes tan solo letras.

Estos penetran en la vida privada, ocupan mucho más espacio que el período escolar, y movilizan importantes resortes psicológicos. Buscan preferentemente lo lúdico sobre lo pedagógico, lo visual sobre lo auditivo. La eficacia socializadora de la televisión ha desplazado la hegemonía que, hasta no hace muchos años, tenía en su haber el sistema escolar. Por otro lado, es muy de lamentar que los medios no hayan sabido tampoco asumir ese rol educador.

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:rpk6ErzgMTwJ:www.odigo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion+LOS+MEDIOS+DE+COMUNICACION+SOCIAL+HAN+ENTRADO+EN+ABIERTA+COMPETENCIA+CON+LA+ESCUELA&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a>

Hablar de medios masivos de comunicación en la actualidad, lleva necesariamente a hablar de educación, pues en la sociedad moderna los medios masivos ejercen gran influencia ya que ofrecen a niños y jóvenes una educación informal que en ocasiones consideran más llamativa e interesante que la obtenida en la escuela.

Los medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con sus semejantes y con el mundo.

Es por ello necesario que los educadores para apoyar a la institución educativa utilizando los medios masivos de comunicación, sepan manejar la tecnología, que luchan por recuperar el lenguaje oral y escrito, la expresión artística que en general se ha visto resentida, que recuperen la expresión plástica y musical y

sobre todo al incorporar los contenidos de la nueva tecnología en la escuela, favorezcan una relectura crítica por parte del alumnado acerca de los mensajes que les llegan habitualmente de los medios masivos de comunicación, principalmente de la televisión o de la cultura audiovisual presente en los espacios de ocio de los alumnos.

Se está ante un cambio perceptivo que es histórico, pero que deberá venir acompañado de una actitud y comprensión diferentes por parte de quienes se ocupan de la educación. Si se quiere que los alumnos sigan asistiendo a la educación formal y sea para ello interesante y llamativa se debe salir del esquema de la institución cerrada sobre sí misma y apoyada sólo en textos y en la palabra del maestro. El reto fundamental que tienen los docentes en este nuevo escenario es desarrollar nuevas competencias profesionales que les ayuden a utilizar la nueva tecnología como herramienta valiosa que apoye efectivamente el proceso enseñanza-aprendizaje.

Los medios masivos de comunicación, en su conjunto, se convierten en instituciones básicas de la sociedad de consumo. Homogenizan los comportamientos, transmiten las novedades, sirven de sistemas de equilibrio y de regulación de la sociedad y son también el principal escenario de muchos de los conflictos sociales. Por todo ello los medios de comunicación son un contenido educativo que no puede faltar en ningún proyecto educativo. En este sentido los medios de comunicación no son entidades aisladas sino que mantienen una interrelación, se comunican entre ellos. Los alumnos no sólo conviven con ellos sino que los tiene como punto fundamental de referencia. La construcción de la realidad social a partir de los medios de comunicación los convierte en un factor omnipresente y determinante en el proceso de adquisición y transmisión de conocimiento.

#### ***1.3.4 La Televisión como Medio de Educación***

No es cuestión de escolarizar los medios de comunicación social. Es necesario que la escuela salga de sus esquemas rígidos, tremendamente repetitivos y

librescos para encontrarse con el lenguaje de la imagen, de la acción y de la vivencia.

La estrategia más ambiciosa, hasta el momento, de los Medios de Comunicación Social con fines educativos, es la “teleeducación”, llamada también “Educación a Distancia”. Muchos juzgan como una gran alternativa para un futuro próximo a costo económico por sus criterios pedagógicos mucho más amplios y más adaptados a la mentalidad y a los intereses concretos de la juventud actual.

Esa modalidad de enseñanza se presta a que se pueda emplear masivamente los Medios de comunicación social, ya sea el teléfono, el fax, el correo, el video, la computadora, los satélites artificiales, y desde luego, la televisión.

Se evitan también con este sistema los continuos desplazamientos de los alumnos, con la consiguiente pérdida de tiempo y de dinero. Hay también un significativo ahorro económico al no ser necesaria toda la infraestructura educativa con sus enormes gastos de inversión y de mantenimiento.

Pero lo más importante no está en los medios modernos que se pueden y se deben usar, sino en los contenidos. Se hace necesaria la orientación funcional formativa que tome en cuenta, no solo los audaces, avance de la técnica, sino y sobre todo, el sentido de lo humano. Hay que formar a través de los medios, pero no haciendo a la juventud esclava de esos mismos medios. Para ello nunca hay que utilizarles, como un producto de consumo individual, sino tratando de fomentar en todo momento su utilización comunitaria y creativas concebida como un proceso social.

En la utilización de los medios de comunicación social lo más importante es la defensa y la reconstrucción del mundo de valores y esto, tanto por su valor intrínseco, cuanto por haber sido los medios de comunicación social quienes menos han tenido en cuenta este importantísimo aspecto.

La televisión también es muy útil como medio didáctico en la enseñanza, tanto en los circuitos cerrados como en la utilización a determinadas horas de los canales comerciales. En estos campos didácticos, no se está aprovechando las nuevas posibilidades, que ofrece la TV como complemento pedagógico y como medio de generalizar la instrucción en los más variados campos.

La pedagogía se acerca cada vez más a la televisión por su eficiencia para la enseñanza. Si la educación es el futuro sazón de tres pedagogías: la familia, la técnica o escolar y la ambiental, son pocos los sociólogos y pedagogos que, a estas alturas desconozcan la influencia de los factores ocultos de la educación, en los que se encuentran, entre otros, las lecturas, el cine y la TV. Numerosos países han montado la Tele-Escuela, tanto en la enseñanza primaria como secundaria, universitaria, técnico y profesional.

La función característica de la televisión escolar la explica T. Shirane, experto de la TV japonesa, en los siguientes puntos:

- Es el medio de enseñanza más global. Por el color, la forma, el movimiento y el sonido.
- Es un medio de difusión colectiva.
- Rebase el ámbito del tiempo y del espacio, aumentando su capacidad, el tiempo y el campo de observación.
- Al unir la frase-imagen, consigue un modo de expresión visual notablemente potencial.
- La TV exige actualidad por lo inmediato, y urgente de los programas en directo.
- Se obtiene ventajas de la recepción en común.

FUENTES DE LA CORTE Juan Luis “Comunicación Estudio del Lenguaje”, (pág. 306) manifiesta que “La televisión escolar está dirigida a alumnos bajo el control de sus maestros y su objetivo es enriquecer con conocimientos y complementos de las lecciones”.

Hasta la fecha no es posible prescindir en la enseñanza del maestro. No es lógico confundir el instrumento audio visual con el carácter personal que implica toda enseñanza. La enseñanza a distancia no puede crear la relación directa y continua entre el maestro y el discípulo que es, en sana pedagogía, condición indispensable para la fecundidad de cualquier actividad docente.

Cuando los autores dicen que la televisión debe ser explícitamente recreativa e implícitamente educativa, no se trata sino de un deseo de perfectibilidad. De hecho, los programas que pretenden fines más ambiciosos que los de pura diversión, terminan por suscitar recelos en la audiencia. Da la sensación de que tras estos espacios estuviera la sombra severa y molesta del pedagogo. No se ha comprendido aun suficientemente que educar no significa imponer al público ciertos valores desde fuera. Es preciso una cura previa de los telespectadores, una toma de conciencia de los valores implícitos en su cotidiana experiencia.

A la hora de aceptar responsabilidades no puede quedarse al margen los realizadores y dirigentes de la TV que, en muchos casos no se han percatado de que un espacio de música ligera, un simple concurso de preguntas y respuestas o una transmisión deportiva, pueden hacerse objetivos idóneos para la educación de la audiencia.

### ***1.3.5 Los Medios de Comunicación Social y la Educación Familiar***

Se percibe claramente que la familia no está preparada para enfrentar el desafío enorme que representan para su labor educativa los medios de comunicación social.

Gregorio Iriarte y Martha Orsini Puente en “Realidad y Medios, de Comunicación (1993 pág. 52) Manifiesta que “La televisión amenaza, cada vez con más fuerza, las relaciones personales familiares. Se da acercamiento físico alrededor del aparato pero, a la vez un distanciamiento afectivo y mental, quizás ahora en el hogar hay mas “vida en común” pero menos “comunidad”. Más presencia física, pero menos diálogo y comunicación”.

Las tesis coincidimos con la opinión del autor antes mencionado, ya que en la actualidad los miembros de una familia se reúnen con el propósito de ver un programa de televisión más no para tener un momento de diálogo entre ellos, perdiendo así la verdadera esencia de la unión familiar.

Antes que la TV llegara a nuestro país cuentan los abuelos que había la costumbre de hacer la sobremesa, para conversar, analizar y compartir acerca de las actividades realizadas por cada miembro de la familia durante la mañana, si era el almuerzo, o durante el día si era en la merienda, así como también disponer una media hora u hora para leer un libro, la prensa, alguna revista o escuchar la novela radial de interés familiar. Existía comunicación y la familia conocía los problemas y dificultades de sus miembros. Por las tardes también acostumbraban a salir a un parque cercano a dar un paseo y compartir momentos de esparcimiento en unión de los miembros. En años pasados la comunicación masiva pesaba menos en tanto reinaba la comunicación interpersonal con sus baluartes en las tertulias familiares, el mercado del barrio, los juegos de salón, los clubes sociales y los comités políticos, centros de una relación humana, íntima, entrañable, que hoy se evoca con nostalgia, tal vez, como parte de un pasado casi totalmente perdido.

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-tAG-\\_aHbFUJ:www.uhu.es/cine.educacion/articulos/educacionfamiliaresocializacion.htm+Los+medios+de+Comunicaci%C3%B3n+Social+y+la+educaci%C3%B3n+familiar&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-tAG-_aHbFUJ:www.uhu.es/cine.educacion/articulos/educacionfamiliaresocializacion.htm+Los+medios+de+Comunicaci%C3%B3n+Social+y+la+educaci%C3%B3n+familiar&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)

En la actualidad, los medios de comunicación sustituyen en muchos casos a los mayores en la socialización de niños, adolescentes y jóvenes. Lo que antes el niño o el adolescente recibían exclusivamente por vía de sus mayores en la familia o en la institución escolar, lo recibe ahora a través de los medios de comunicación, fundamentalmente la televisión que se ha convertido en el eje central de las familias ecuatorianas, este aparato es el primer invitado en todos los hogares y a toda hora.

Si nosotros viajamos a sitios rurales y visitamos una casa de cualquier condición económica, observamos que en un rincón está el televisor así no haya para comer;

hicieron un esfuerzo invaluable para su adquisición. Pues el centro de la distracción, de pasarlos momentos de ocio, de enterarse de los problemas del mundo, de conocer lo que pasa en nuestra patria y también de aprender costumbres, dichos, maneras, costumbres extranjerizantes, etc. Poco a poco vamos perdiendo nuestra identidad aculturizándonos de lo nuestro y reemplazando por otras nuevas y mal aplicadas. En fin el televisor es el objeto principal de la familia y de entre ellos los más adictos son los niños.

El desafío para la institución familiar es grande, ya que ella es la depositaria de la mayor cuota de responsabilidad inmediata en la educación. Sin embargo, no es conveniente sobrevalorar la importancia de los medios de comunicación en el deterioro de los valores y de otras pautas culturales, pues la televisión no puede por sí sola malograr lo que se ha logrado colectivamente durante muchas generaciones, ni lo que la naturaleza humana recibe genéticamente. Una formación de los padres en relación a los medios de comunicación y el uso que los jóvenes y adolescentes pueden hacer de ellos es la clave para eliminar, o por lo menos aminorar el problema; siempre, con personas ya adiestradas, es más fácil conseguir que los medios se pongan a favor de una construcción cultural.

La familia, al ser el primer hito en la carrera de la formación permanente, es responsable en primer lugar de la aceptación de los medios y posteriormente de la utilización que se hace de ellos con fines socializadores o más aún como soporte y plataforma para un cambio social. La familia debe tomar la responsabilidad de hacer reaccionar a sus miembros ante los horrores y las tragedias humanas al mismo tiempo que se adquiere el espíritu crítico ante noticias sensacionales o sensacionalistas.

La familia educa para la participación, siendo los medios de comunicación apoyos necesarios para lograrlo. La cooperación necesita información veraz, amplia y sopesada de los hechos; la reciprocidad requiere variedad de opiniones, situaciones, tendencias, creencias y costumbres. Los medios de comunicación, si son verdaderos transmisores, van a proporcionar a los individuos la posibilidad de

conocer problemas de su entorno y crear la sensibilidad necesaria para potenciar la participación.

Mientras buenos padres dedican acaso treinta minutos diarios a hablar con sus hijos, la televisión les consagra tres y cuatro horas y, ciertamente, con más atracción ante sus ojos que los consejos de papá o mamá.

Es una evidencia que la presencia de un televisor en un hogar tiene un efecto masivo de censurar la conversación familiar. Ya no se habla, y si se habla, las palabras son tenidas como un fenómeno parasitario. De esta manera desaparece, por la presencia de la televisión toda una trama de enunciados, gestos, conductas que garantizaban la circulación de ideas dentro de la familia y que definían el lugar de cada uno en su seno. Pierre Baudry.

Creemos que no nos equivocamos al afirmar que la televisión se ha convertido en el centro de la vida social de la familia, en torno a ella se unen sus miembros, y es ella la que tiende a seleccionar los contenidos de discusión y las actividades a la que son dedicadas las horas libre de ocio. En algunos casos, incluso se convierte en la música de fondo de la familia. El papel de la familia es de máxima transcendencia, tanto en el desarrollo de hábitos para el consumo y la exposición, como para la interpretación crítica de los mensajes que se presentan a través de ellos.

Diferentes investigaciones llaman la atención cómo en las familias donde miran la televisión entre padres y los niños adolescentes existen intercambios de ideas y comentarios de los programas, los hijos ven menos televisión y son más selectivos en las programaciones. Por el contrario en las familias donde no se realizan comentarios sobre los programas televisivos, se ve más televisión, se interacciona menos con otros medios, y una gran proporción de los contenidos de la comunicación familiar gira en torno a temas marginales relacionados con los programas observados en la televisión (Orozco y Charles, 1992).



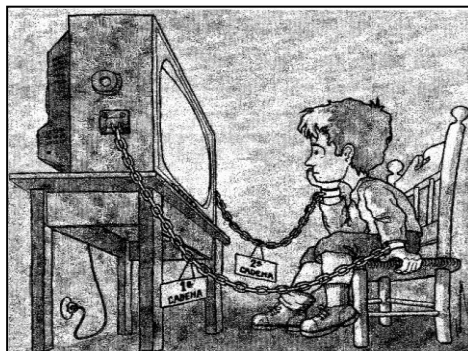
Es importante tener también en cuenta que si no nos es posible observar, entre otros motivos por razones de tiempo presencial, la televisión con los niños, al menos si debemos hacer un esfuerzo significativo en enterarnos cuáles son los programas que ven y qué motivos preferentemente le llevan a ello.

Los padres, también tienen una responsabilidad en este ámbito, porque están cambiando los hábitos y costumbres tradicionales. El modelo de familia de la sociedad actual es diferente a los modelos del pasado, y no pueden imitarlos, lo que produce una gran inseguridad y, por otro lado, un reto al tener que descubrir el modo de educar a sus hijos en la actualidad.

#### **1.4. Incidencia de los Programas de Televisión**

En los inicios de la televisión, se tenía grandes esperanzas y temores acerca de sus efectos. Los optimistas creían que educaría a los niños, en el sentido más amplio de la palabra, ofreciéndoles una oportunidad de aprender acerca de las ciencias de la vida en otras tierras en una forma tan fascinante, que el proceso de aprendizaje constituiría una diversión más que un trabajo. A los pesimistas les preocupaba que demasiada TV dañara la vista de los niños, que los retira del juego activo y que les corrompiera al presentar tan cantidad de violencia, y que tuviera tan injerencia en el estudio y aprendizaje de las materias escolares.

Para Gregorio Iriarte y Martha Orsini Puerte, “Educación y Medios de Comunicación”, (1996 pág. 54) “La televisión es el medio de comunicación que más influye en los niños y adolescentes por el impacto de la imagen, del color, del movimiento...Sus mensajes nos llegan, por lo general en vivo y en directo”.



La REVISTA PREVE. (2007 No 22 pág. 10) manifiesta “Impávidos, en un estado casi de inconsciencia, completamente hipnotizados por la televisión, así está la mayoría de niños/as en el tiempo de descanso. Mientras no molestan ni hagan travesuras parece que está bien, ¿pero esto es saludable para ellos?”.

Los problemas que pueden ocasionar para la salud el mirar demasiada TV son muchas veces obvios, pero también acarrea consecuencias mayores y más complejas, ya que al fin y al cabo, según los entendidos, un niño que se gradúa en la secundaria habrá pasado más tiempo mirando TV que en el salón de clase. Mientras este medio puede entretener, informar y acompañar a los niños, también los influencia de manera indeseable.

La televisión tiene muchos efectos de largo plazo: influye en las actitudes de los niños para lastimar o ayudar a otras personas, en los roles de género, en el consumo de alcohol y drogas, en la sexualidad y las relaciones. Puede enviar mensajes positivos y negativos. Los niños son observadores activos, al menos la mayor parte del tiempo: eligen los programas que han de ver, a medida que crecen ven programas más complejos, y miran los programas de dibujos animados y comedias antes que los de información especialmente diseñados para ellos. Los patrones para ver TV parece que se establecen a una edad bastante temprana y reciben una gran influencia de los modelos de los padres.

“Cientos de estudios han demostrado que ver imágenes violentas influye de manera negativa en el aprendizaje, la agresividad y la compasión de los niños” MURILLO YANEZ José Alberto, “Construyamos un mañana”, Un Manual de Educación Familiar, (pág. 95).

Se puede deducir por lo expuesto, que la problemática que este medio de comunicación genera es a nivel mundial; en nuestro país es notorio la influencia negativa de la TV.

### ***1.4.1 La Televisión y sus Efectos***

#### ***Efectos Positivos de la TV en los niños/as.***

- Ensancha su horizonte de interés.
- Hace al niño más imaginativo.
- Le impulsa hacia el compromiso.
- Visión más global del mundo.
- Le estimula al diálogo.
- Le ayuda a utilizar un lenguaje más apropiado.
- Lleva a desarrollar el gusto estético y la afectividad.
- Contemplar otros estilos de vida y otras culturas.

#### ***Efectos Negativos de la TV en los niños/as***

- Le induce a la pasividad.
- Le evade de la realidad.
- No desarrolla la creatividad.
- Aumento de la dependencia.
- Le empuja hacia el consumismo y la alienación.
- Le distrae del estudio personal.
- Le induce a imitar modelos ajenos a su cultura.

La violencia en la televisión y el cine es perjudicial para los niños. Cuarenta años de investigación han llegado a la conclusión de que la exposición repetida a niveles altos de violencia en los medios de comunicación les enseña a algunos niños y adolescentes a resolver los conflictos interpersonales con violencia, y, a muchos otros, a ser diferentes a esa solución. Bajo la tutela de los medios de comunicación y a una edad cada vez más temprana, los niños están recurriendo a la violencia, no como último sino como primer recurso para resolver los conflictos.

En publicaciones profesionales que no suelen llegar al público general, hay miles de artículos que documentan los efectos negativos de los medios de comunicación

en la juventud, particularmente los efectos de violencia que muestran. Los niños que ven televisión durante más horas son más agresivos y pesimistas, menos imaginativos y empáticos, tienden a ser más obesos y no son tan buenos estudiantes como los niños que ven menos televisión. Cada vez es mayor la preocupación por el hecho de que se ha mantenido oculta la "historia real" de la violencia en los medios de comunicación y sus efectos en los niños.

La televisión ha llegado a un estado de homogeneidad que crea estereotipos en su programación, modelos de convivencia, valores y actitudes, que no se corresponden con la realidad social. Los niños y adolescentes pueden extraer, en consecuencia, un aprendizaje que no es el más adecuado en aspectos tales como, la relación con sus padres y maestros, sexualidad, modas, alimentación y comportamiento social. La exaltación de la esbeltez en modelos y presentadoras de TV, se equipara con el éxito y la belleza, y este mensaje tiene tal poder de atracción que puede llevar a muchas adolescentes al cuadro de Anorexia Nerviosa.

### ***1.4.2 Las Telenovelas***

No hay en nuestro siglo, un medio de comunicación más importante que la TV, ni hay espectáculo más difundido en ella que la telenovela. Si la telenovela es el vehículo más eficiente de lo que se ha dado en llamar "Cultura transnacional", la telenovela constituye dentro de ella, la parte más importante.

La televisión se desarrolló desde las vísperas de la II Guerra Mundial en una sociedad capitalista, la de los Estados Unidos, en forma de actividad privada y comercial, financiada por la publicidad. La financiación por agencias de publicidad condujo inevitablemente a un modelo basado en el sensacionalismo y, en la ley del mínimo esfuerzo intelectual.

Según Gregorio Iriarte y Martha Orsini Puerte en "Realidad y Medios, de Comunicación (1993 pág.81) "Las telenovelas son historietas, generalmente ficticias que giran en torno a relaciones o conflictos amorosos, familiares o

sociales, se diferencian de las “miniseries” y de las “películas” porque nos presentan todo el relato por capítulos. Las telenovelas no son, por lo general, aptas para el desarrollo de la afectividad y de la personalidad del niño”.

Cada vez se hace más difícil tanto a hombres como mujeres, niños, jóvenes o adultos prescindir o desdeñar el poder seductor de la imagen y el inquietante suspenso de las telenovelas.

### ***Valores y Contravalores de las Telenovelas***

#### ***Valores.***

- Originalidad y creatividad en las situaciones, siempre nuevas y sorprendentes.
- Flexibilidad, interés, suspenso.
- Gran sensibilidad y emoción.
- Valores humanos, sobre todo en la gente sencilla.
- Religiosidad popular en los personajes más sencillos.
- Valor de la familia tradicional.
- Lenguaje popular, rico en matices y fácilmente comprensible.
- Generalmente triunfa en bien sobre el mal, la verdad sobre el engaño.
- Catarsis emocional: fuente de alegrías, sorpresas, emociones...
- Posibilidad de compartir interiormente los problemas personales más íntimos.
- Posibilidad de huir, siquiera momentáneamente, de las propias angustias o frustraciones.

#### ***Contravalores.***

- Infidelidad conyugal.
- Falta total de honestidad. Simulación. Mentira. Engaños
- Violencia. Agresividad. Odio.
- Individualismo. Egoísmo.
- Omisión de los temas de justicia. Aceptación de la violencia institucionalizada.
- Culto al dinero. Consumismo. Derroche.
- Falta de respeto a los derechos ajenos. Desprecio de las personas humildes.

- Larvado o racismo.
- Culto a las apariencias. Superficialidad.
- Carencia de espíritu de trabajo.
- Ignorancia de valor del estudio y de la formación intelectual.
- Desvaloración de la mujer: vanidosas, superficiales, derrochadoras...
- Falta de responsabilidad de los padres de familia en la educación de los hijos.
- Formación moral y religiosa nula o muy deficiente en casi todos los personajes.
- Moral totalmente relativizada.
- Falta de comunicación honesta y profunda entre los personajes.

Sus antivalores más graves son la infidelidad, los desequilibrios y tensiones familiares, la ambición, el engaño amoroso, el odio, la venganza, la poca atención a la educación. Nos presentan como valores máximos, el tener mucho dinero, el poder, el lujo; la mujer, lo que se aprecia, sobre todo, es su belleza física.

Se rescatan de las telenovelas, desde una perspectiva ética, el que suelen triunfar, a la larga, los personajes “buenos” y, al final, se imponen los valores más profundos y tradicionales. Estamos todos obligados a formarnos en la criticidad para lograr discernir los verdaderos valores de los mensajes televisivos.

### ***1.4.3 La Publicidad***

*[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TLQHEjGUkvgJ:html.ricondelvago.com/publicidad\\_efectos-positivos-y-negativos.html+efectos+de+la+publicidad&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TLQHEjGUkvgJ:html.ricondelvago.com/publicidad_efectos-positivos-y-negativos.html+efectos+de+la+publicidad&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)*

La Publicidad y el Marketing actual son un fenómeno posterior a la II Guerra Mundial. El nacimiento de la publicidad moderna se puede fechar en el último cuarto del siglo XIX, coincidiendo con la Revolución Industrial. Esta revolución posibilita el auge del capitalismo y la producción en masa que origina a su vez la necesidad de comunicarse con los clientes de forma masiva.

Publicidad significa dar a conocer o hacer pública una cosa. Pero de forma práctica los norteamericanos la definen como el camino más rápido para aumentar la venta de un producto.

El lenguaje de la imagen y los textos en la publicidad tiene unas características propias:

- La imagen, el color, la forma de las letras... llaman la atención rápidamente.
- El texto del anuncio, el eslogan, está formado por frases breves, sencillas, fácilmente memorizables. Su misión es anunciar un producto o un mensaje e influir en el receptor.
- En el cine, la radio, la televisión, la prensa, en la calle... recibimos continuamente mensajes publicitarios. Muchos nos incitan al consumo; otros, en cambio, nos invitan a adoptar determinadas actitudes, como cuidar el medio ambiente o conducir con prudencia.

La publicidad tiene una finalidad puramente lucrativa. A través de la persuasión, la mayoría de las veces engañosa, busca aumentar ilimitadamente las ganancias de las firmas auspiciadoras. No se rige por normas éticas. Trata de prescindir de toda moral con el objeto de lograr la máxima rentabilidad.

La publicidad puede modificar actitudes siendo un objetivo alcanzable pero el más costoso ya que supone más inversión y más tiempo, debido a que la publicidad intenta tener un fuerte impacto a las personas hacia las que va dirigida, esto ha causado cambio de actitudes en la sociedad actual que bombardeada por este fenómeno social se ha creado falsas necesidades que muchas veces logran que las personas quieran ser alguien que en realidad no son, en la mayoría de casos son para formar parte de un grupo.

Es en este aspecto donde radica su mayor peligrosidad, sobre todo para la teleaudiencia infantil. La publicidad consigue que se confunda lo verdadero con lo falso, lo útil con lo excesivo, lo conveniente con lo nocivo. Los niños de menos de ocho años no diferencian los mensajes de persuasión de los comerciales de los programas. Incluso niños de mayor edad son fácilmente engañados por las promesas sutilmente falsas de los anunciantes. (Kunkel, 1988).

La publicidad no tiene efectos inmediatos sino que son retardados. La finalidad de la publicidad es lograr un objetivo que se compagine con las metas de la empresa. La Publicidad permite INFORMAR, PERSUADIR y RECORDAR, todo ello para finalmente alcanzar un objetivo comercial vinculado a las ventas o al beneficio.

Los valores que se transmiten a través de los anuncios publicitarios ayudan o favorecen a que los adolescentes tengan actitudes de irresponsabilidad, consumismo y superficialidad ante la vida. Los estereotipos que se muestran en los spots televisivos se ciñen a perfiles artificiales y lejanos a la vida real, bajo la ley de la estética ideal, presentando ideas superficiales sobre el colectivo juvenil. La fuerte presión que ejerce la publicidad sobre los menores, se convierte en perjudicial en la medida en que éstos reciben mensajes irreales que perciben como naturales, lo que puede producir una acusada insatisfacción al entrar en la edad adulta.

#### ***1.4.3.1 La Mujer, un Instrumento Publicitario***

En la publicidad específicamente dirigida a la mujer suele filtrarse una concepción social que la considera como necesario complemento del hombre. Estimulando el realce de sus "atractivos naturales" o proponiéndole un mejor desarrollo de las tareas del hogar, la acción que se solicita de la mujer es siempre la misma: que consuma para complacer al hombre, no para ella misma.

La mujer como símbolo erótico es una práctica muy frecuente en la publicidad, lo que permite inducir al consumo al vincular las expectativas de satisfacción de las



necesidades sexuales y de cualquier tipo a la posesión y consumo de determinados objetos.

Pero esta relación, rara vez se establece de forma directa. La publicidad que recurre a lo erótico utiliza un lenguaje lleno de insinuaciones, sobreentendidos y elipsis, pues de esta forma evita el peligro de herir el pudor de la audiencia y, además juega con la imaginación del receptor, sirviéndole en bandeja sutiles sugerencias, cuyo contenido será concretado según el grado individual de represión o insatisfacción sexual. Desde este punto de vista, la publicidad representa la producción en masa de impulsos fetichistas (en psicología, conducta sexual que consiste en darle un significado erótico a determinados objetos), de todo tipo de sueños eróticos y aventuras repletas de promesas utópicas.

#### ***1.4.3.2 La Influencia de la Publicidad en el Desarrollo***

Para TORRES LAMA Esteban, Conde Miranda Elena y Ruíz Pacheco Cristian, Manual de Psicología y Educación, en “Desarrollo Humano en la Sociedad Audiovisual” Alianza Editorial S.A. (2002 pág. 276) “Ver anuncios publicitarios no debería tener en si mismo ningún efecto más allá del disfrute de una pequeña historia, hecha cada vez con más recursos y creatividad, salpicada en muchas ocasiones con humor y que nos permite descansar un poco de la película, el documental o el programa que estemos viendo”. Sin embargo esta neutralidad del anuncio publicitario es irreal. Los publicistas se encargan de que en cada una de estas historias haya un protagonista con quien identificarnos, unos valores que imitar, unas consecuencias que desear para nosotros mismos. Y todo ello con el único propósito: que compremos el producto anunciado.

#### ***1.4.4 Los Dibujos Animados***

Los niños nacen con la televisión, aprenden antes el lenguaje de la imagen que a leer y escribir. El niño es como una esponja que absorbe todo lo que ve y lo que en ella aparece, es la primera escuela divertida del niño. Es cierto que los primeros

en educar a sus hijos deben ser los padres, pero los niños pasan muchas horas frente al televisor viendo sus programas infantiles (Power Rangers, Dragon Ball, Barrio Sésamo) y esto influye en su comportamiento y educación.

Los dibujos animados son gráficos artísticos ubicados en serie que al recorrer la cinta de video o el acetato del cine cobran vida y movimiento. Su tradición radica en que pueden representar acciones que el ser humano se ve impedido de realizarlas. En la magia de estas historietas está inmiscuida la fantasía de chicos y grandes.

<p://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eHfg7gnqJWgJ:www.oni.es.cuelas.edu.ar/olimpi99/la-television/inocente.htm+influencia+de+los+dibujos+animados&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a>

En la década del 50 logran un espectacular éxito las historietas animadas de Walt Disney, sobre todo, con su “Pato Donald” y el “Ratón Mickey”. Los tradicionales cuentos como “La Cenicienta, Blanca Nieves” y Caperucita” llegan hasta la imaginación de los niños, no ya a través del relato oral sino por medio de los dibujos animados.

En la actualidad, los grandes consorcios norteamericanos, europeos y japoneses se disputan entre sí el gran negocio de los dibujos animados. Estos omnipotentes consorcios producen los programas infantiles y los niños de todo el mundo los consumen. A través del pretexto de entretener a los niños se ha generado una de las industrias más lucrativas en la actualidad.

Los Dibujos Animados constituyen la expresión en los medios masivos de comunicación, a través de los cuales se lleva a cabo la penetración ideológica en la población infantil.



Los pocos programas que trataron de prescindir de sus servicios fracasaron bajo el peso inapelable del rating.



La mayoría de los Dibujos Animados que se difunden en nuestro medio son producidos en serie en los países altamente desarrollados (EEUU y Japón) a muy bajo costo, lo que facilita su distribución y difusión en América Latina.



Los Dibujos Animados difunden los valores que les conviene mantener a las sociedades en los que esos dibujos se producen, de manera que sean captados y asimilados por los niños que los disfrutan; mientras toman la leche. Alguno de esos valores materiales con los que están relacionados son: los autos, las tarjetas de crédito, la vida sin trabajo (habrán visto que en los dibujos animados es muy difícil ver a alguien que trabaje como trabajan mamá y papá), son los símbolos de la riqueza.

Los niños se ven atraídos por ellos de una manera increíble. Dichos dibujos estimulan al niño en su personalidad, pensamientos, gustos, acciones. Hoy más que nunca diferentes organizaciones, discuten el tema sobre la influencia que los dibujos animados ejercen sobre ellos. Si los contenidos de los dibujos son agresivos, los niños pueden estimular una conducta agresiva, porque son susceptibles y sensibles ante todo lo que ven, y suelen imitar los modelos que observan.

Según IRIARTE Gregorio y ORSINI PUENTE Martha, “Educación y Medios de Comunicación”, (1966 pág. 61) “Los Dibujos Animados” llamados así porque nos presentan personajes, animales o cosas que no son reales, como si lo fueran. Se les dota de movimiento, de palabra, de sentimientos... Pero no siempre los “dibujos animados” nos presentan historietas ejemplares. No pocas veces, son personajes agresivos, caprichosos, violentos, insociables, egoístas, flojos, poco o nada estudiosos”.

Los “dibujos animados” no han sido creados por los niños, sino por grandes empresas multinacionales cuyo objetivo principal, no es el que los niños se diviertan, sino el obtener ingentes ganancias económicas a nivel mundial. El

negocio de los dibujos animados no está solamente en lo que los canales deben pagar por su emisión, sino que están relacionados también con juguetes, con ropas con armas que ellos usan, todo una cadena armónica.

### ***1.4.5 Educación y Televisión***

Todos los medios de comunicación se han vuelto indispensables para todos nosotros sin ellos nos sentimos incomunicados aparte de que los ocupamos para estar enterados de todo, para realizar trabajos de la escuela, para obtener información más rápida y clara sobre cualquier tema que nos pidan pero es muy importante no descuidar la comunicación frente a frente con una persona ya que esto es necesario para establecer relaciones con todos.

Son muchas las personas que diariamente se benefician de las posibilidades del medio para hacer llegar la labor formativa el colegio, el instituto, la academia o la universidad a lugares inaccesibles de nuestro planeta a los que es mucho más fácil o económicamente viable trasladar una antena y un televisor, que levantar un edificio y dotarlo de los materiales y personal necesarios.

[http://www.avizora.com/publicaciones/television/textos/0009\\_influencia\\_televisio\\_n\\_ninos.htm](http://www.avizora.com/publicaciones/television/textos/0009_influencia_televisio_n_ninos.htm)

La televisión parece constituir un estímulo importante en el desarrollo de la capacidad de comprensión lectora al favorecer la adquisición de destrezas cognitivas y lingüísticas, sobre todo en niños de bajo nivel social (Uribe y otros, 1996).

La utilización de la tecnología televisiva ofrece matices ricos y sumamente útiles. Un ejemplo de este último está dado por la creciente oferta de cursos de capacitación vía televisión. Se trata de una tendencia mundial que en la Argentina ha comenzado a cobrar vigor en los últimos cinco años, posibilitando que espectadores con dificultades económicas o sin disponibilidad de tiempo accedan a distintos conocimientos. La televisión, de esta manera, parece exhibir una faceta

muy diferente de aquella que siempre motivó las críticas que destacaban la pasividad o la violencia que fomentaría el mueble más cautivante de los hogares contemporáneos. El creciente uso de la televisión como vehículo educativo se ve alentado por una cuestión más la posibilidad de integrar aprendizaje con entretenimiento. Esto se advierte en especial en el caso de los programas educativos destinados a los niños, quienes así aprenden que aprender no es necesariamente algo aburrido y gris.

Existen programas que enriquecen la imaginación de los niños y les enseñan útiles lecciones sociales (Singer y Singer, 1983). Programas educativos como “Plaza Sésamo“, por ejemplo, han arrojado beneficios que consisten en que aumentan las habilidades para reconocer y nombrar letras, clasificar objetos, nombrar a partes del cuerpo y reconocer formas geométricas (Rice, 1997), además los niños llegan a la guardería con un buen vocabulario y muy bien predispuestos a aprender a leer (Hoffman, 1997). Por otra parte estos programas pueden enseñar a los niños a cooperar, a compartir, a ser afectuosos, amistosos, a controlar la agresión, como afrontar la frustración y a terminar las tareas que emprenden.

Por el lado positivo, ciertos experimentos muestran que mirar programas que enfatizan la participación, la colaboración y la autodisciplina impulsan comportamientos prosociales en los niños y para aquellos que viven en un ambiente empobrecido, los programas de entretenimiento como “Plaza Sésamo” son indudablemente una fuente de estímulo e instrucción.

Se ha demostrado que “la gente aprende por la televisión”. Ésta afecta el área del conocimiento, de las emociones y de la conducta del televidente. Diversos estudios demuestran que los chicos repiten la conducta de los modelos pocos minutos después de haberla visto. Además, la televisión pone en contacto al espectador con problemas personales y sociales, o muestra lugares que de otra forma no conocerían.

La influencia de la televisión es cada vez más grande. Los niños y los jóvenes pasan muchas horas frente al televisor. Esto hace que los programas que ven influyan en forma positiva o negativa en el modo de ser o en su conducta. Programas como: las telenovelas, la publicidad, las películas y en especial los dibujos animados con sus acciones violentas influyen negativamente; en cambio ciertos programas como Plaza Sésamo, Dora la exploradora, Barney contribuye al desarrollo cognoscitivo.

### **1.5 La Conducta en los Niños/as**

El comportamiento violento en niños y adolescentes puede incluir una amplia gama de demostraciones: explosivos arrebatos de ira, agresión física, peleas, amenazas e intentos de herir a otros (inclusive pensamientos homicidas), uso de armas de fuego, crueldad hacia los animales, encender fuegos, destrucción intencional de la propiedad y el vandalismo. Los estudios han encontrado que aún desde la edad preescolar los niños pueden presentar comportamiento violento.

LIGHT Donald, KELLER Suzanne, Calhoun CRAIG “Sociología”, (pág. 127), expresa que “Los niños están expuestos a diversos medios de comunicación masiva, las formas de comunicación que llegan a gran cantidad de personas televisión, radio, cine, videos, discos, historietas cómicas, revistas y periódicos. Si bien todos los medios son agentes importantes de socialización, el más influyente probablemente es la televisión”.

Ciertamente ningún otro medio consume más tiempo de los niños. A los nueve meses muchos infantes miran la televisión (aunque no necesariamente la comprendan) por una hora y media cada día. A los tres o cuatro años de edad promedian cuatro horas al día. En la niñez mediana y en la adolescencia, el promedio son de 20 a 24 horas semanales y algunos jóvenes alcanzan a pasar 54 horas semanales en frente del aparato televisivo. Sobre todo, los niños en los Estados Unidos y en otras naciones occidentales pasan más tiempo mirando la TV que el que pasa en la escuela y muy probablemente en comunicación directa con

sus padres. Estos frecuentemente se sienten desesperanzados para controlar la dedicación de sus hijos a ver televisión. Menos de la mitad establecen reglas claras sobre el tiempo y la clase de programas que los niños pueden ver.

### ***1.5.1 Televisión y Violencia***

El concepto de violencia, como todo concepto es relativo, y depende del contexto en el que se enmarque. Estudiosos del tema, sociólogos y psicólogos sociales han planteado que “la violencia es un producto social y psicológico ligado estrechamente a la manera de vivir, de ver el mundo, a la cultura y a la organización de cada sociedad”. Sostienen que es la acción impuesta de una persona o grupo, sobre otro/s que tienen menos poder.

Los padres, psicólogos educativos y otras personas están preocupados por la forma como la Televisión esta socializando a los niños. Están insatisfechos con los contenidos de muchos programas (especialmente por la cantidad de violencia); están preocupados por la intensidad con la que los niños se compenentran con este medio de comunicación; el sentimiento general es que la TV es excesivamente poderosa, y que los niños no están suficientemente maduros como para protegerse de mensajes dañinos.

LIGHT Donald, KELLER Suzanne, Calhoun CRAIG “Sociología” (pág. 128), Un informe suministrado por el Instituto Nacional de Salud Mental sugiere que es válida la preocupación de los padres. “La televisión ya no puede considerarse como una parte casual de la vida diaria, como un juguete electrónico. Hallazgos de investigación han destruido la ilusión de que sea solamente una diversión inofensiva”.

Actualmente, el tema de la violencia en la televisión ha generado gran preocupación, debido a que estimularía la conducta agresiva en los niños (Rice, 1997), los cuales pasan muchas horas frente al televisor viendo programas

infantiles( tales como Power Rangers o Dragon Ball Z), o para adultos siendo los primeros seis veces más agresivos ( Papalia, 1997).

A primera vista parece poco probable que ver las luchas de los personajes de las caricaturas o los tiroteos entre policías y ladrones, haga que los niños también se porten agresivamente. Pero muchas investigaciones dedicadas a la relación entre ver TV y la agresividad indican que realmente sucede eso.

Entre los actos violentos que son vistos por los niños están: asesinatos guerras, puñetazos, golpizas, cuchilladas, balaceras, patadas, accidentes violentos y destrucción de propiedades, entre otros. Los niños que ven violencia en la pantalla se comportan más agresivos sin importar su localidad geográfica, su sexo, su nivel socioeconómico o si tienen problemas socioeconómicos. Este efecto es interdependiente, es decir, los niños agresivos eligen programas violentos y aquellos que ven estos programas, son más agresivos. Fomenta la conducta agresiva de dos modos, o imitan el modelo que observaron y llegan a aceptar la agresión como conducta apropiada. Los niños pasan más tiempo viéndola que realizando cualquier otra actividad, excepto dormir (Rice, 1997).

PAPALIA Diane. E, SALLY WENDKOS OLDS, en “Psicología del Desarrollo” (pág. 94) (Eron, 1982) manifiesta que “Los niños agresivos que ven más televisión que los no agresivos, se identifican con más fuerza con personajes agresivos y tienen más posibilidad de creer que la agresión que ven en la televisión se refleja en la vida real Estimula el comportamiento agresivo en dos formas: los niños imitan lo que ven y asimilan los valores transmitidos, y comienzan a ver la agresión como un comportamiento aceptable”.

Cuando los niños ven que héroes y villanos en la televisión consiguen lo que quieren por medio de la violencia e infringiendo la ley, pueden volverse menos sensibles a la agresión de la vida real; pueden por ejemplo, no proteger a la víctima de una riña y tiene más posibilidad de quebrantar las normas y menos probabilidad de cooperar para resolver diferencias.



La violencia que se ve parece hacer a los niños más propensos a lastimar a la gente. Un grupo experimental de niños entre seis y nueve años de edad vio un segmento de tres minutos y medio de una popular serie de TV que incluye peleas a puñetazos, dos tiroteos y un ataque con cuchillo. El grupo de control vio un segmento de tres minutos y medio de deportes. Después se les pidió a los niños que jugaran un “juego”: podían oprimir un botón de “herida” para hacer que una manija que ese niño tocaba se calentara y lo hiriera). (Por supuesto, el niño no existía). Los efectos eran escalofriantes: los niños que habían visto el programa de violencia se mostraron más dispuestos a herir al niño que no veían y a infligirle un dolor más severo que quienes vieron el programa deportivo (Liebert, 1972).

Algunos efectos de la violencia televisiva parecen perdurar a través de los años. Entre 427 adultos jóvenes cuyos hábitos para ver TV se habían estudiado desde la edad de ocho años, el mejor indicador de la agresividad en hombres y mujeres a los 19 años fue el grado de violencia que habían visto cuando niños (Eron, 1980-1982).

#### ***1.5.1.1 Efectos de la Violencia por Televisión***

Las personas que ven violencia en la televisión durante su niñez se comportan con mayor agresividad aún 15 años después, según uno de los pocos estudios sobre violencia televisiva que analiza el comportamiento de los niños hasta que llegan a ser adultos.

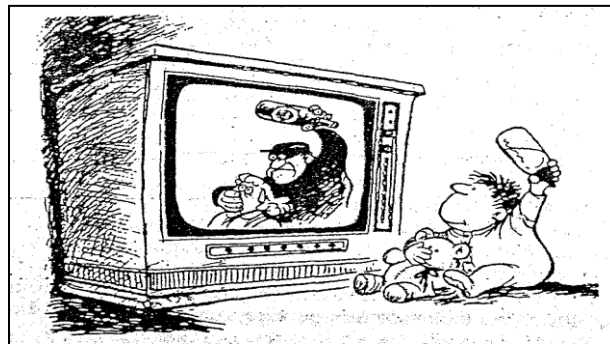
[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:\\_JGgNTR80XYJ:www.svnp.es/Documen/comunica.htm+la+incidencia+de+la+television+en+los+ni%C3%B1os+introduccion&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_JGgNTR80XYJ:www.svnp.es/Documen/comunica.htm+la+incidencia+de+la+television+en+los+ni%C3%B1os+introduccion&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)

La reiterada observación de escenas violentas en televisión, repercute sobre la agresividad del niño, que comienza a registrarse ya a partir de los tres años de vida. Hay numerosos estudios que confirman que el alto índice de violencia televisiva interviene como factor importante en la determinación de las conductas masculinas y femeninas violentas, cuanto mayor sea el tiempo de exposición a

programas televisivos violentos, mayor es el riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes.

Hay una relación positiva entre la violencia en televisión y la subsiguiente conducta agresiva, y como sostiene el psicólogo BANDURA, los modelos de conducta actúan como estímulos que producen conductas similares en el observador.

### *1.5.1.2 Aprendizaje basado en la observación*



Bandura y Berkowitz aseveran que los niños aprenden a partir de la imitación de los modelos sociales. Para corroborar esta premisa, se les mostró a un grupo de niños un programa televisivo donde se veía a un hombre golpeando a una muñeca de plástico. Esta investigación experimental develó que los niños que habían visto dicho programa imitaban de manera análoga el comportamiento agresivo del hombre a través de sus relaciones con sus compañeros.

MYERS David G. "Psicología", (1999 pág. 265-266). CHESTERFIELD

Lord (1694-1773) es el precursor de esta idea "En realidad, la mitad de los que somos es fruto de la imitación". La teoría del aprendizaje observacional sugiere que la gente puede aprender solo con observar la conducta de los demás. La persona a la que se observa se llama modelo. Existen evidencias que sugieren que un individuo puede aprender conductas observando el desempeño de esas

conductas en un modelo. De este modo, por ejemplo, el niño puede aprender el lenguaje observando hablar a sus padres o a otras personas.

El aprendizaje se consigue no solo mediante el condicionamiento, sino también sobre la base de la observación a los demás. El proceso de observación y de imitación de un comportamiento específico se suele denominar modelización. Observando e imitando un modelo aprendemos todo tipo de comportamientos sociales. A los nueve meses de edad, los niños imitan nuevos comportamientos en los juegos, y a los 14 meses ya puede imitar actos que ven en la televisión.

La conducta agresiva puede aprenderse a través de la observación de esta en la televisión (Etta Hulme). La imitación es el primer mecanismo de aprendizaje que tienen los niños y estos no son especialmente selectivos en lo que imitan, y lo hacen tanto con modelos reales como con personas en la TV o dibujos animados (Levine 1997).

### ***1.5.2 La Agresividad Infantil***

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:LZt6BY70xfoJ:www.scribd.com/doc/16035025/Agresividad-infantil-terminado+Marsellach,+Agresividad+infantil+%282003%29&cd=2&hl=es&ct=clnk&client=firefox-a&source=www.google.com>

La agresividad infantil en la sociedad es muy común en estos tiempos y se presenta en el ámbito social escolar, familiar y el entorno que rodea al niño. “El problema de la agresividad infantil es uno de los trastornos que más invalidan a padres y maestros junto con la desobediencia. A menudo nos enfrentamos a niños agresivos, manipuladores o rebeldes pero no sabemos muy bien cómo debemos actuar con ellos o cómo podemos incidir en su conducta para llegar a cambiarla.” Marsellach, Agresividad infantil (2003).

La televisión, comúnmente llamada madre sustituta, como lo establece Chartuni (2005) “Se considera el ver televisión un hobby importantísimo y tiene una gran

influencia, en muchos casos, negativa en la vida de adolescentes y niños. Es una realidad que los niños en todas partes pasan muchas horas frente al televisor.” El contenido televisivo puede llegar a cambiar la concepción del niño del mundo real, cambiando su carácter mediante estereotipos creados de personajes de caricaturas, etc.

Con mucha frecuencia encontramos en estos adolescentes y niños distorsiones entre la realidad y la fantasía, es decir; al ver la televisión la persona madura logra diferenciar claramente entre fantasía y realidad; lo que no sucede en los casos de niños y adolescentes, ya que confunden la fantasía presentada por la televisión con la verdadera realidad de la vida cotidiana.

Los niños que tienen trastornos conductuales son agresivos, destructivos, desobedientes, no cooperan, se distraen e interrumpen y son tercos (Quay y Peterson 1987). Presenciar escenas de violencia en la televisión invita a formas violentas de conductas y fomenta en la vida diaria valores morales y sociales inaceptables, por ejemplo si un niño mira escenas agresivas en una película estas serán reproducidas ya sea en su hogar o en el establecimiento educativo. La televisión seduce y hace que sobre todo los niños y jóvenes se identifiquen con personajes reales o ficticios asimilando inconscientemente sus ideas, pautas de conducta y valores. Además nos muestra programas en los que vemos personas desadaptadas sociales: hombres alcohólicos, jóvenes drogadictos, mujeres de mala vida. Personas que roban, mienten, que por desgracia muchos niños y jóvenes tienden a imitar.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **2.1. Caracterización de la institución**

La Unidad Educativa Dr. “Otto Arosemena Gómez” se encuentra ubicada en el barrio La Libertad, parroquia La Matriz, cantón Latacunga cerca a la Base Aérea Cotopaxi. La escuela fue fundada en 1968, asumiendo la dirección el señor Antonio Alvear el mismo que estuvo prestando sus servicios en la escuela Pedro Fermín Cevallos de El Corazón, parroquia La Matriz del cantón Pangua.

El lunes 14 de octubre de 1968, en el local de la escuela “Otto Arosemena Gómez” se inaugura el año escolar y el comienzo de su vida institucional con la asistencia del Dr. Darío Vega, Director Provincial de Educación de Cotopaxi, señor Cesar Jácome, secretario de la Dirección, el director y profesores fundadores del plantel y numerosos moradores y padres de familia del barrio La Libertad. El año lectivo 1968-1969 se inicia con 6 maestros, 174 niños, 97 hombres y 77 mujeres.

El Sr. Antonio Alvear pasa a la Supervisión Escolar de Cotopaxi el 21 de marzo de 1973, quedando la dirección encargada a la profesora Maruja Guevara de García, hasta la llegada de la Sra. Hilda Matilde Moscoso Enríquez directora titular. El 30 de marzo de 1989 la Sra. Yolanda Álvarez de Gallo es presentada en la escuela por el Sr. Lic. Alonso Moscoso (Presidente de la UNE) como Directora del Plantel.

La Lic. Yolanda Álvarez de Gallo se acoge a la jubilación voluntaria y cesa en sus funciones como directora del plantel el 28 de agosto del 2008; por lo que la Dirección Provincial de Cotopaxi convoca al concurso de merecimiento y oposición, siendo triunfadora en este evento la Lic. Fanny Jiménez de Tinajero actual directora del plantel educativo; En esta administración se consiguió legalizar las escrituras, siendo la primera institución en alcanzar este objetivo, además se arranca por primera vez con Educación Inicial, con Acuerdo Ministerial 1947 del 14 de junio del 2002, publicado en el Registro Oficial No 62 del 15 de abril del 2003 se crea el Programa de Educación, Inicial, responsable de brindar educación a niños/as de 0 a 5 años de edad, logrando una matrícula de 44 estudiantes comprendidos entre los tres años y medio a cuatro años de edad.

### **Objetivo General**

Mejorar la capacidad de los estudiantes mediante el desarrollo armónico de sus aptitudes, físicas, intelectuales y espirituales que transformando en habilidades y destrezas les permite el acceso a los avances vertiginosos de la ciencia y técnica.

### **Visión de la Institución**

La reforma curricular continuará siendo puesta en marcha a nivel del plantel procurando permanentemente la implementación de modelos y estrategias que permitan eficiencia y eficacia en su rol, con la coordinación de la Supervisión Provincial de Educación.

Ante este reto se compromete a la actualización permanente de los docentes para elaborar instrumentos curriculares pertinentes y equipamiento con materiales y recursos de acuerdo a los avances tecnológicos y científicos. Para lo cual en los próximos cinco años consolidará su prestigio bajo el lema “De unidad, trabajo y calidad.

## **Misión de la Unidad Dr. “Otto Arosemena Gómez”**

El personal docente de la Unidad, con su único afán de servicio desinteresado, pretende llevar a cabo una de sus propuestas: Formar, orientar, modelar a los estudiantes a través del cumplimiento de los ejes transversales contemplados en la reforma curricular, que será el resultado final de nuestros esfuerzos y deben ser los mejores para servir a nuestros educandos y comunidad en general.

### **2.2 Procesamiento de la Información**

La investigación realizada fue mediante trabajo de campo de fuentes primarias y se aplicó a los estudiantes, padres de familia, maestra de 3° Año de Educación Básica y a la Sra. Directora de la Unidad Educativa Dr. “Otto Arosemena Gómez”, de la parroquia La Matriz, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, con la finalidad de determinar la influencia de la televisión en la conducta de los niños/as.

En esta investigación se describe, clasifica, compara, interpreta y se evalúa el problema que se estudia, mediante la aplicación estadística descriptiva, utilizando escalas de medición nominal (frecuencias y porcentajes). El procesamiento de los datos recogidos en la investigación a través de las encuestas y entrevistas aplicadas a los niños/as, padres de familia, maestra y directora de la institución se realizó en forma manual.

Con esta información se elaboraron cuadros de frecuencias y porcentajes, a partir de los cuales se utilizó un análisis lógico y descriptivo por pregunta. La información está representada gráficamente utilizando diagramas circulares; para de esta manera tener una mejor interpretación y visualizar los resultados con mayor facilidad.

**Diagrama de sectores:** Consiste en distribuir los  $360^\circ$  de la circunferencia, proporcionalmente a las frecuencias de las variables, es decir, se logra dividir el círculo en parcelas, limitadas por dos radios y por un arco de circunferencia comprendida entre ellos; para lo cual aplicamos la siguiente fórmula  $\% = f / N \cdot 100$ .

## Resultados

### 2.3 Instrumento N° 1

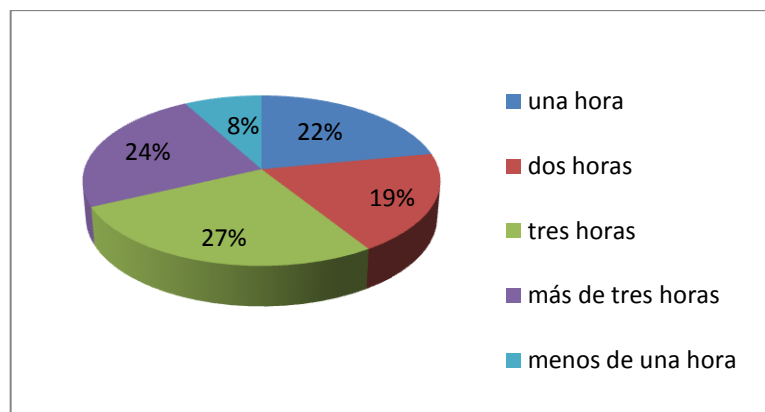
Encuesta aplicada a los estudiantes de 3° Año de Educación Básica.

#### 1. ¿Qué tiempo se dedica a ver televisión?

TABLA N° 1

Alternativas	f	% f
a) Una hora	8	22
b) Dos horas	7	19
c) Tres horas	10	27
d) Más de tres horas	9	24
e) Menos de una hora	3	8
Total	37	100%

GRÁFICO N° 1



Fuente: Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"

Elaborado por: Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** Con relación a la pregunta N° 1 observamos que el 27% de niños/as ven la televisión tres horas, el 24% más de tres horas, el 22% una hora, el 19% dos horas y el 8% menos de una hora.

**Interpretación:** Es verdaderamente preocupante que más del 51% de la población investigada pase mirando televisión más de tres horas diarias, siendo un porcentaje demasiado alto para que en las horas hábiles del día se concentre un esfuerzo mental a una actividad poco o nada productiva.

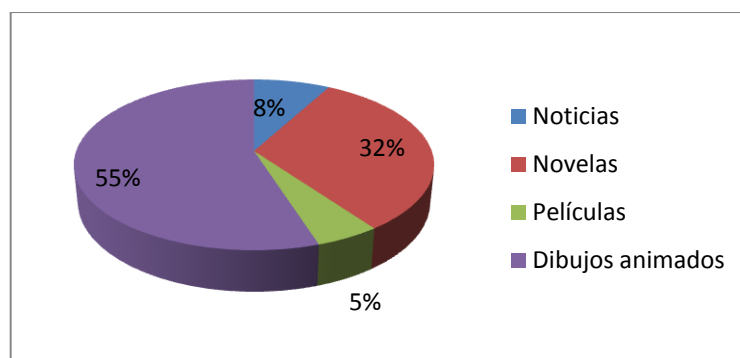


## 2. ¿Qué tipo de programas usted prefiere?

**TABLA N° 2**

<b>Alternativas</b>	<b>f</b>	<b>% f</b>
a) Noticias	3	8
b) Novelas	12	32
c) Películas	2	5
d) Dibujos animados	20	55
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 2**



**Fuente:** Unidad Educativa “Dr. Otto Arosemena Gómez”  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** En esta pregunta se detectó que el 8 % de la población investigada prefiere ver noticias, el 32 % novelas, el 5 % películas y el 55 % prefiere los dibujos animados.

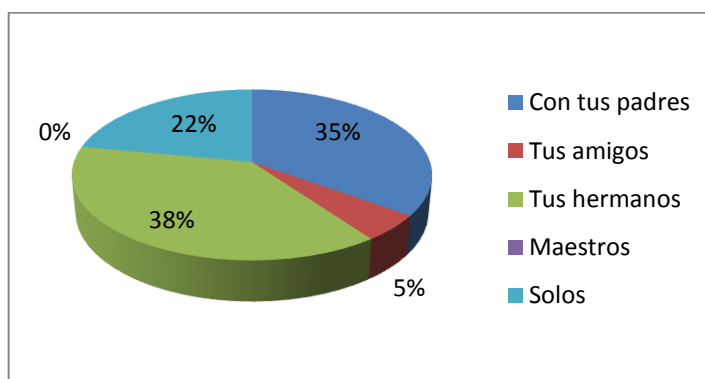
**Interpretación:** En esta pregunta observamos que los niños/as prefieren los dibujos animados, luego las novelas, noticias y por último las películas.

### 3. ¿Con quién mira la televisión?

**TABLA N° 3**

Alternativas	f	% f
a) Con tus padres	13	35
b) Tus amigos	2	5
c) Tus hermanos	14	38
d) Maestros	0	0
e) Solos	8	22
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 3**



**Fuente:** Unidad Educativa “Dr. Otto Arosemena Gómez”  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** De los resultados obtenidos se puede establecer que el 38% de niños/as ven la televisión acompañados de sus hermanos, el 35% con sus padres, el 22% solos, el 5% con sus amigos y el 0% con los maestros.

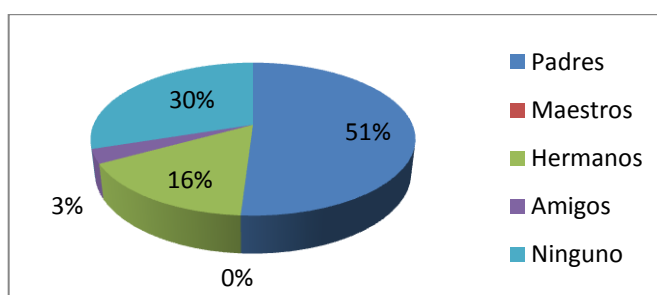
**Interpretación:** El 60% de los niños/as miran la TV solos, no tiene un adulto que los acompañe, debido a que sus padres trabajan y se quedan con sus hermanos mayores o al cuidado de los menores.

#### 4. ¿Le dan alguna orientación para mirar los programas de televisión?

**TABLA N° 4**

Alternativas	f	% f
a) Padres	19	51
b) Maestros	0	0
c) Hermanos	6	16
d) Amigos	1	3
e) Ninguno	11	30
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 4**



**Fuente:** Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** Como resultado de esta pregunta tenemos que el 51 % de la población investigada es orientada por sus padres al momento de mirar los programas de televisión, el 30 % de niños/as no son orientados por ninguna persona, el 16% por los hermanos, el 3% por amigos y el 0% por maestros.

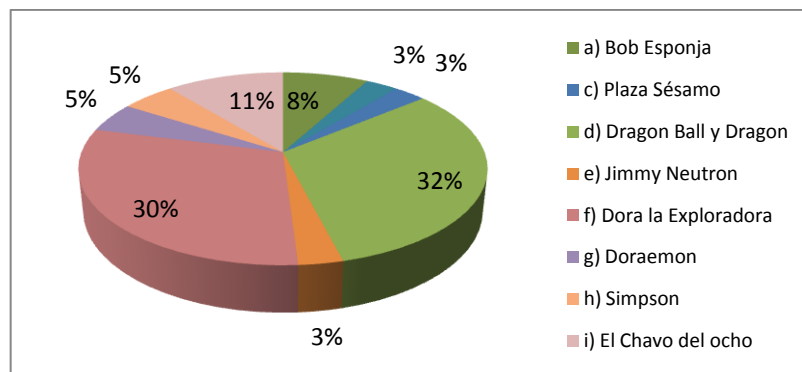
**Interpretación:** Como se puede observar existe una cierta concientización y preocupación por parte de los padres en orientar a los niños/as acerca de los programas que se transmite en la TV; pero este porcentaje resulta todavía insuficiente ya que existe un 30% de niños/as que no son orientados por ninguna persona en el hogar ni en la escuela, esto es preocupante porque el niño/a no puede distinguir entre lo bueno y lo malo.

5. ¿De los siguientes programas infantiles cuál prefiere ver?

TABLA N° 5

Alternativas	f	% f
a) Bob Esponja	3	8
b) Hi 5	1	3
c) Plaza Sésamo	1	3
d) Dragon Ball y Dragon Ball Z	12	32
e) Jimmy Neutron	1	3
f) Dora la Exploradora	11	30
g) Doraemon	2	5
h) Simpson	2	5
i) El Chavo del ocho	4	11
Total	37	100%

GRÁFICO N° 5



Fuente: Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"  
 Elaborado por: Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** En la investigación realizada determinamos que el 32% de los niños/as tienen preferencia Dragon Ball y Dragon Ball Z, el 30% por Dora la Exploradora, el 11% por El Chavo del ocho, el 8% por Bob Esponja, el 5% Doraemon y los Simpson respectivamente y el 3% Jimmy Neutron, Plaza Sésamo y Hi 5 cada uno.

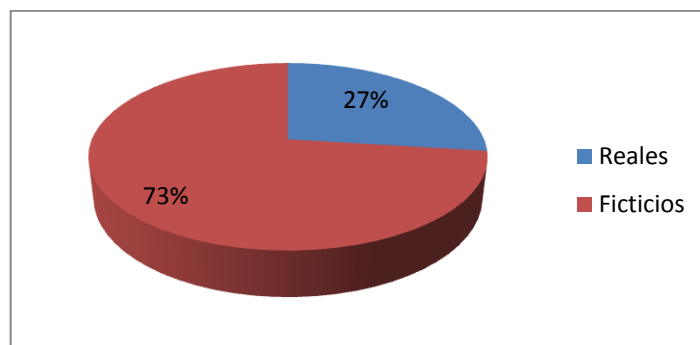
**Interpretación:** Si sumamos los porcentajes que corresponde a programas educativos y los porcentajes de los programas con contenido violento vemos que los niños/as se inclinan por mirar los programas con contenido violento.

6. Al mirar estos programas infantiles, ¿se ha puesto a pensar si son reales o ficticios?

**TABLA N°6**

<b>Alternativas</b>	<b>f</b>	<b>% f</b>
a) Reales	10	27
b) Ficticios	27	73
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 6**



**Fuente:** Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** En esta pregunta se puede observar que el 73% de los niños/as piensan que los programas infantiles son ficticios y el 27 % creen que son reales.

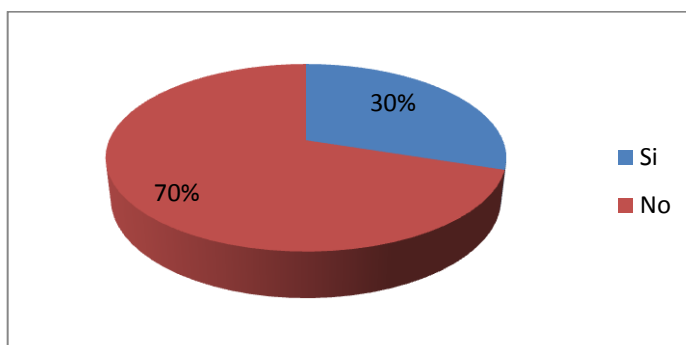
**Interpretación:** A pesar que la mayoría de la población investigada considera que los programas de televisión son ficticios adoptan actitudes violentas inspiradas en su programación preferida.

**7. ¿Ha mirado algún documental en la televisión?**

**TABLA N° 7**

<b>Alternativas</b>	<b>f</b>	<b>% f</b>
a) Si	11	30
b) No	26	70
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 7**



**Fuente:** Unidad Educativa “Dr. Otto Arosemena Gómez”  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** En esta pregunta el 70 % de la población investigada manifiesta que no ha visto ningún tipo de documental y el 30 % indica que si ha observado.

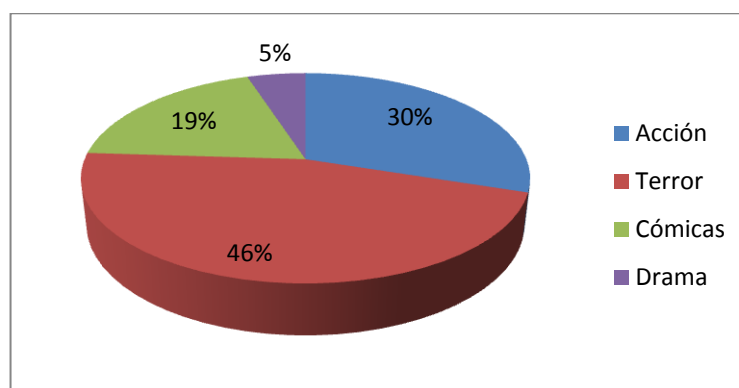
**Interpretación:** En la programación televisiva ecuatoriana este tipo de programas son muy escasos es por esto el alto porcentaje de niños/as que manifiestan no haber visto ningún tipo de documental y a algunos no les llama la atención.

**8. ¿Qué tipo de películas le gusta mirar?**

**TABLA N° 8**

<b>Alternativas</b>	<b>f</b>	<b>% f</b>
a) Acción	11	30
b) Terror	17	46
c) Cómicas	7	19
d) Drama	2	5
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 8**



**Fuente:** Unidad Educativa “Dr. Otto Arosemena Gómez”  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** En ésta pregunta observamos que el 46 % de los encuestados ven películas de terror, el 19 % de los niño/as les gusta las películas cómicas, el 30 % se inclina por las de acción y un 5 % prefieren películas de drama.

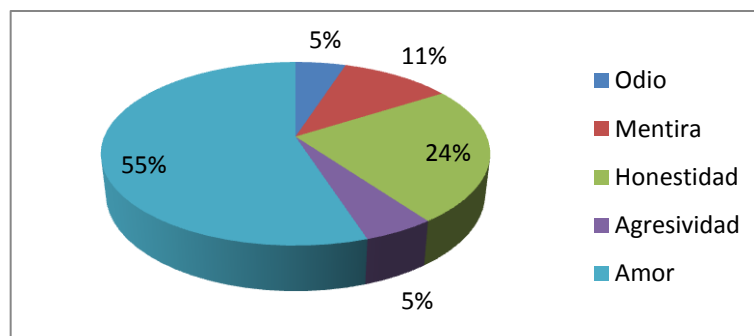
**Interpretación:** Al preferir las películas de terror y acción los niños/as están expuestos a ver todo tipo de violencia y sus contenidos influyen en las actitudes emocionales de quienes las observan.

## 9. ¿En las novelas que puedes mirar?

**TABLA N° 9**

Alternativas	f	% f
a) Odio	2	5
b) Mentira	4	11
c) Honestidad	9	24
d) Agresividad	2	5
e) Amor	20	55
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 9**



**Fuente:** Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** De los resultados obtenidos en esta pregunta tenemos que el 55 % de los niños/as afirman que en las novelas pueden observar amor, el 24 % honestidad, el 11 % mentira y el 5 % agresividad y odio cada uno.

**Interpretación:** Las novelas transmiten en su mayoría más valores que antivalores pero expresan realidades diferentes, que deben ser analizadas en contexto.



## 2.4 Instrumento N° 2

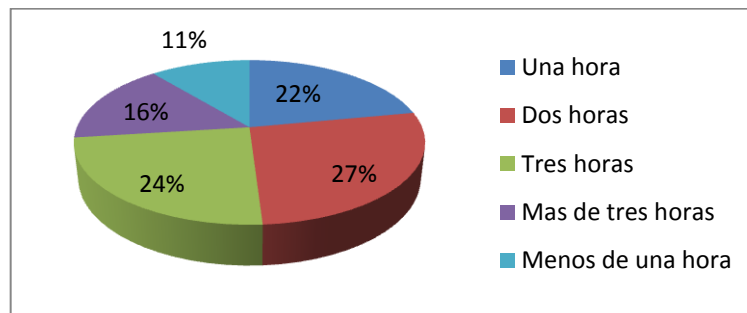
Encuesta aplicada a los padres de familia

### 1. ¿Cuántas horas al día dedica su hijo a ver televisión?

TABLA N° 1

Alternativas	f	% f
a) Una hora	8	22
b) Dos horas	10	27
c) Tres horas	9	24
d) Más de tres horas	6	16
e) Menos de una hora	4	11
Total	37	100%

GRÁFICO N° 1



Fuente: Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"  
Elaborado por: Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** En ésta pregunta según los padres de familia el tiempo que los niños/as ven televisión todos los días es de dos horas el 27%, tres horas el 24%, una hora el 22%, más de tres horas el 16% y menos de una hora el 11%.

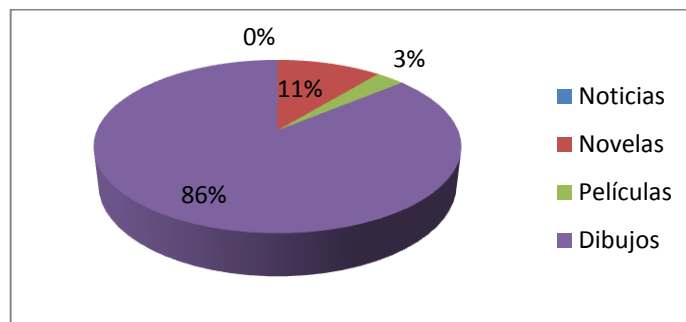
**Interpretación:** Analizando este ítem observamos que existe una contradicción en los resultados ya que en la encuesta realizada a los niños aplicando la misma pregunta se obtiene un porcentaje elevado en el tiempo que ellos dedican a mirar la TV; Esto se debería a que los padres tiene cierto temor a ser cuestionados por el excesivo tiempo que permiten a sus hijos estar frente al televisor.

2. Señale cuáles son los programas que ven sus hijos en la televisión con más frecuencia.

**TABLA N° 2**

Alternativas	f	% f
a) Noticias	0	0
b) Novelas	4	11
c) Películas	1	3
d) Dibujos	32	86
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 2**



**Fuente:** Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** De los diversos programas presentados los de mayor preferencia son los dibujos animados con un 86 % de aceptación por los niños/as, con un 11 % se encuentran las novelas, un 3% las películas y un 0 % las noticias.

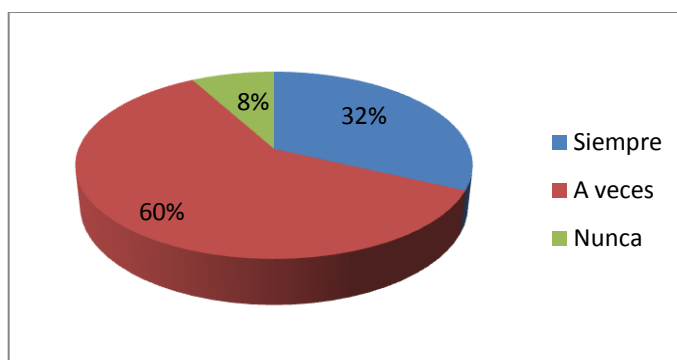
**Interpretación:** Como se puede ver en el último porcentaje no existe interés por los niños/as por conocer la realidad nacional ni los hechos que suceden a diario

### 3. ¿Observa su hijo programas con contenido educativo?

**TABLA N° 3**

Alternativas	f	% f
a) Siempre	12	32
b) A veces	22	60
c) Nunca	3	8
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 3**



**Fuente:** Unidad Educativa “Dr. Otto Arosemena Gómez”  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** Los resultados obtenidos de los padres de familia con respecto a esta pregunta el 60 % manifiesta que a veces sus hijos miran programas con contenido educativo, el 32 % respondió que siempre y el 8 % nunca.

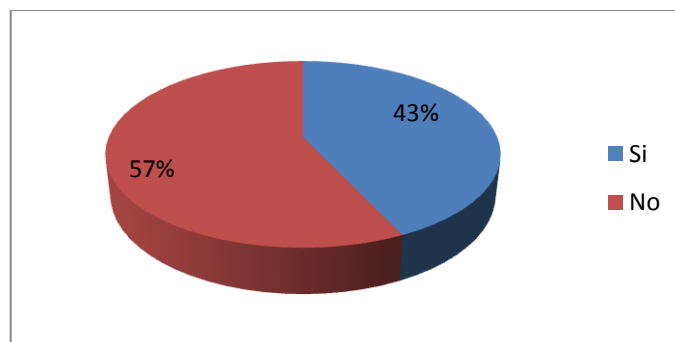
**Interpretación:** La carencia de programas educativos en la televisión genera que el 60% de niños/as prefieran otro tipo de transmisiones.

**4. ¿Las telenovelas, películas y dibujos animados tiene mensajes motivadores?**

**TABLA N° 4**

<b>Alternativas</b>	<b>f</b>	<b>% f</b>
a) Si	16	43
b) No	21	57
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 4**



**Fuente:** Unidad Educativa “Dr. Otto Arosemena Gómez”  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** El 57% de los padres de familia manifiestan que las novelas, películas y dibujos animados no tienen mensajes motivadores y el 43% expresa que sí.

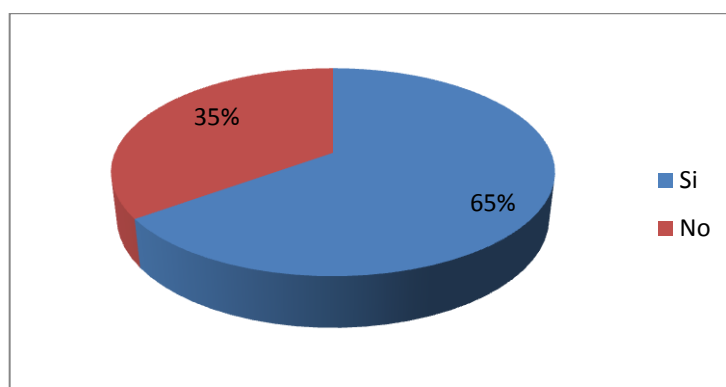
**Interpretación:** Más del 50% de los padres de familia afirman que los programas mencionados anteriormente no tienen mensajes motivadores porque la mayor parte de ellos presentan escenas con gran cantidad de violencia que son asimiladas por los niños/as, además enseñan cosas llenas de fantasía al no basarse en hechos de la realidad.

5. ¿Su hijo imita a los personajes que mira en la televisión?

TABLA N° 5

Alternativas	f	% f
a) Si	24	65
b) No	13	35
Total	37	100%

GRÁFICO N° 5



Fuente: Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"  
Elaborado por: Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** Con respecto a ésta pregunta el 65 % de los padres de familia manifiesta que su hijo/a sí imita a los personajes que mira en la televisión y el 35 % respondió que no.

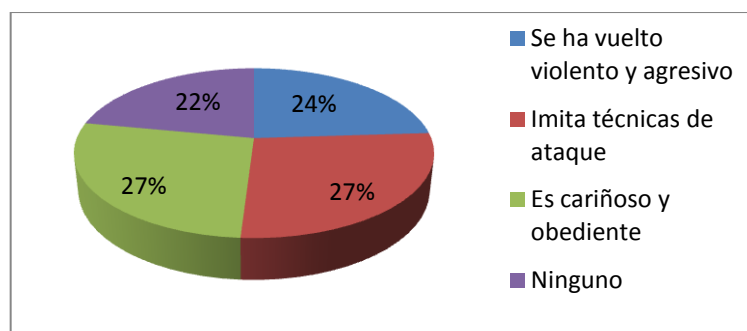
**Interpretación:** Los niños después de mirar los programas de televisión imitan a los personajes en la forma de hablar, vestir, actuar, comportarse, etc.

**6. ¿Cuál es la actitud de su hijo luego de haber mirado los programas de TV?**

**TABLA N° 6**

<b>Alternativas</b>	<b>f</b>	<b>% f</b>
a) Se ha vuelto violento y agresivo	9	24
b) Imita técnicas de ataque	10	27
c) Es cariñoso y obediente	10	27
d) Ninguno	8	22
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N° 6**



**Fuente:** Unidad Educativa "Dr. Otto Arosemena Gómez"  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** A esta pregunta los padres de familia responden de la siguiente manera: el 27% imitan técnicas de ataque, también el 27% indica que son cariñosos y obedientes, el 24% que se han vuelto violentos y agresivos y el 22% no ha notado ningún cambio de actitud.

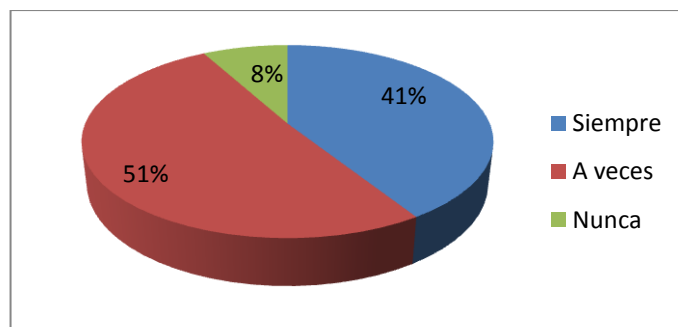
**Interpretación:** Luego de analizar esta pregunta observamos que el 51% de padres afirma que los niños después de mirar los programas de TV se vuelven violentos, agresivos e imitan técnicas de ataque de los personajes, lo que confirma que sí existe influencia de los programas de TV en la conducta de los niños/as.

**7. ¿Conversa usted con sus hijos sobre los programas que ven cuando están solos?**

**TABLA N° 7**

<b>Alternativas</b>	<b>f</b>	<b>% f</b>
a) Siempre	15	41
b) A veces	19	51
c) Nunca	3	8
Total	37	100%

**GRÁFICO N° 7**



**Fuente:** Unidad Educativa “Dr. Otto Arosemena Gómez”  
**Elaborado por:** Hipatia Rubio y Gloria Velasteguí

**Análisis:** El 51 % de los padres de familia manifiestan que a veces conversan con sus hijos/as sobre los programas de televisión, el 41% que siempre y el 8% nunca.

**Interpretación:** Refiriéndonos a esta pregunta tenemos que cerca del 60% de los padres de familia no conversan con sus hijos/as sobre lo que miraron cuando estuvieron solos por no contar con el tiempo suficiente para dedicarse a explicar los contenidos y muchos desconocen de lo que trata cada uno de ellos.

## 2.5 Instrumento N° 3

### **Resultado de la encuesta aplicada a la Maestra de 3<sup>er</sup> Año de Educación Básica.**

A través de la encuesta aplicada a la maestra del grado se pudo obtener los siguientes datos, los mismos que son analizados a continuación.

**1. ¿Los programas de televisión influyen en la conducta de los niños/as?**

La maestra responde a esta pregunta que sí influyen los programas de televisión en los niños/as porque adoptan e imitan las conductas de sus personajes favoritos y estos muchas veces son violentos.

**2. ¿Los programas de televisión tiene contenidos violentos?**

Con respecto a esta pregunta manifiesta que sí tienen contenidos violentos, como ejemplo cita que en ciertos programas infantiles para defender al planeta utilizan las mejores armas provocando la muerte de muchas personas demostrando quien es el más poderoso.

**3. ¿De los programas televisivos qué porcentaje tiene contenido educativo?**

La maestra considera que el 10% de los programas televisivos tienen contenido educativo como por ejemplo el programa de Barney y Plaza Sésamo ayudan a desarrollar la expresión lingüística, reconocer colores, figuras y tamaños.

**4. ¿Los niños/as imitan a los personajes de la televisión?**

El resultado a esta pregunta es que sí imitan a los personajes en sus movimientos, forma de hablar e incluso compran objetos relacionados a ellos.

**5. ¿Las novelas, películas tiene mensajes motivadores?**

La respuesta de la maestra es que no tiene mensajes motivadores, porque la mayoría de estos programas tiene contenidos que deberían ser censurados ya que indican escenas impactantes y explícitas sobre violencia, drogas y sexo.



**6. ¿Qué sentimientos y actitudes despiertan los programas con contenido violento en los niños/as?**

La maestra considera que los programas con contenido violento despiertan sentimientos y actitudes negativas, creando entes sin valores.

**7. ¿Conversa usted con los niños/as sobre los programas televisivos?**

La respuesta es que a veces ella conversa con sus estudiantes sobre los programas televisivos, cuando los niños reproducen en el aula actitudes observadas en la televisión.

**8. ¿La transmisión de programas inadecuados produce violencia y agresividad en los niños/as?**

La respuesta a esta pregunta es que sí produce violencia y agresividad en los niños/as, ya que asumen los roles agresivos de ellos y aprenden cosas negativas.

**9. ¿Qué tipo de publicidad impacta más al público?**

La maestra considera que depende del tipo de publicidad, así por ejemplo la publicidad que tiene que ver con lo erótico-sexual, que hace de la mujer un objeto de uso para el hombre impacta más al público adulto, mientras la que tiene que ver con juguetes, animales, dulces impacta al público infantil.

**10. ¿La publicidad afecta a la conducta de los niños/as?**

Como respuesta de esta pregunta es que sí, porque a la hora de vender un producto la publicidad afecta de forma directa y en un modo agresivo al ser humano. Los niños/as piensan que lo miran y escuchan en la televisión, radio o carteles es verdad.

**11. ¿Se debe orientar a los padres de familia y niños/as sobre los programas de televisión y sus efectos?**

La maestra considera que la orientación a padres de familia, niños/as de debe realizar siempre para que tengan conocimiento sobre los efectos negativos de la televisión en la conducta de los niños/as y consientes de esto seleccionen programas que aporten al desarrollo educativo.

**12. ¿Es necesario establecer un control por parte del Estado para calificar los programas de televisión?**

La respuesta a esta pregunta es que sí es necesario un control por parte del Estado, en cuanto a los contenidos y horarios de la transmisión televisiva, ya que en la actualidad la mayoría de programas son transmitidos libremente.

## **2.6 Instrumento N° 4**

**Entrevista aplicada a la Directora de la Unidad Educativa Dr. Otto Arosemena Gómez.**

Los resultados obtenidos de la encuesta a la Sra. Directora son analizados de la siguiente manera:

**1. ¿Los programas de televisión influyen en la conducta de los niños?**

La directora manifiesta que sí, porque los niños son personas vulnerables, que perciben inmediatamente lo bueno y lo malo, razón por la cual se debe controlar todo aquello que ven por los medios televisivos y sobre todo inculcar a ver programas educativos que ayuden a conducir su formación.

**2. ¿De los programas televisivos que porcentaje tienen contenido educativo?**

La respuesta a esta pregunta es que el 50% de los programas televisivos transmiten contenidos educativos, especialmente los internacionales como: History Chanel, Discovery Chanel, Animal Planet, etc. Los mismos que orientan y educan.

**3. ¿Las telenovelas, películas y dibujos animados transmiten valores o antivalores a los niños/as?**

Con respecto a esta pregunta nos indica que, no se puede decir que todos transmiten valores o antivalores, pues es una mezcla de todos; por lo que se debería orientar a los niños a rescatar lo positivo.

**4. ¿Qué sentimientos y actitudes despierta en Ud. Los programas con contenido violento?**

La directora considera que al mirar programas con contenido violento, genera violencia lo que revela la crisis en la que hoy en día nos desenvolvemos.

**5. ¿La publicidad afecta la conducta de los niños?**

La respuesta es sí porque imitan o adquieren todo aquello que ven en dichas publicidades afectando directamente a la conducta de los niños/as ya que son el público más indefenso ante la persuasión publicitaria y en consecuencia debe regularse especialmente la publicidad que va dirigida a ellos.

**6. ¿Es necesario establecer un control por parte del Estado para calificar los programas televisivos?**

El resultado de esta pregunta es que sí sería conveniente que estos sean regulados y ante todo que se incrementen programas con contenido educativo y con horarios determinados.

**7. ¿Es necesaria la capacitación a padres de familia y niños/as sobre la programación televisiva y sus efectos negativos?**

La directora manifiesta que sí es necesaria la capacitación, ya que padres de familia y maestros somos los responsables de la formación de nuestros hijos y estudiantes, inculcando en ellos una buena conducta y fomentando valores.

## CAPÍTULO III

### 3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En los resultados obtenidos en la investigación acerca de la “INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISION EN LA CONDUCTA DE LOS NIÑOS” Determinamos que el 51% de los niños por la tarde, pasan de 3, 4 o más horas por día frente al televisor. Esta medida está muy por encima de la recomendada, e incluso es excesiva si tomamos en cuenta las dos horas de exposición que, habitualmente, los padres están dispuestos a permitir. Esto, sin lugar a dudas, es perjudicial para los chicos que pasan a tener una especie de niñera o cuidadora electrónica y que además se quedan sentados sin hacer nada durante mucho tiempo. El total de tiempo dedicado a ese medio de comunicación es tan elevado, que aparentemente queda poco tiempo para comer, jugar y hacer los deberes. Esto depende de la situación de cada casa y, en definitiva, de cada niño, lo fundamental es que con la televisión se pierde tiempo valioso que podría utilizarse para estar al aire libre o desarrollando alguna actividad grupal.

Es una realidad que el niño de hoy, no se entretiene como el de ayer, hoy manda la televisión. Son muy pocos los chicos que JUEGAN, los que con sus manitos mueven un autito, arman un robot con ladrillitos de plásticos, los que con sus voces inventan aventuras con muñecos que sólo en sus manos cobran vida. De eso se trataba antes jugar y era muy importante, pues todo ese mundo que se creaba, lo creaba nuestra imaginación. Además, el juego también implicaba movimiento: jugar a la pelota, a las escondidas, nuestro cuerpo todo se movía, no sólo la mano que hoy mueve el control remoto.

El juego está íntimamente relacionado con el desarrollo de la personalidad, por lo que tiene especial significación en el período más intenso del desarrollo, es decir en la infancia. Jugando el niño vive una vida llena de actividad y emotividad, en el juego se manifiesta las primeras necesidades e intereses, se desarrolla toda la psiquis-infantil, se forma la imaginación. El niño mientras más juega más aprende, no solo por su actividad creadora sino también por las relaciones de juego.

Lamentablemente, en la actualidad, la televisión esta interrumpiendo el proceso natural del juego, ya que pasan sentados, estáticos frente a la pantalla, viendo y aprendiendo escenas no aptas tanto para su edad como para sus intereses y necesidades. La falta de presencia y comunicación en los hogares de padres con sus hijos son las causas para que ellos se dediquen a mirar el televisor. De todos modos, si de niños se trata, la responsabilidad es siempre de un adulto.

De los programas que oferta la televisión, los niños tienen preferencia por los programas infantiles tales como los dibujos animados caracterizados por tener acción y violencia, más espontaneidad, manifestada en muchas ocasiones en actitudes inadecuadas de los personajes, dejan en un segundo plano valores como el fomento de las buenas actitudes, el cuidado del medio ambiente, la importancia del diálogo entre las personas y el fomento del compañerismo. Prefieren esos programas porque son divertidos, se ríen y los distraen; mientras que los noticieros y los educativos los aburren.

Los niños/as ven la TV porque les es impuesta por el medio, la ven porque no les queda otro remedio. Les es ofrecida en el ambiente del hogar, en muchos casos constituye la única compañía del niño y a veces se convierte en una especie de niñera, ya que en muchos de los casos se encuentran solos o con sus hermanos, debido a que sus padres por el factor socio-económico se encuentran trabajando. Las ocupaciones diarias y los ritmos cotidianos no siempre dan la posibilidad a los padres de ver televisión junto con sus hijos en todo momento.

Algunos niños/as pasan mucho tiempo solos frente a la pantalla. Lo deseable en este caso, es que haya un adulto “a mano”, cerca, sobre todo por si apareciera alguna imagen sobre la que los más chicos quieran preguntar o comentar. No es indispensable que los padres vean la televisión con sus hijos todo el tiempo (algo ciertamente imposible). Sí, es conveniente que compartan esta práctica de tanto en tanto. Aunque el adulto sólo mire un rato de televisión con su hijo y dialogue sobre el programa unos minutos, aunque lo haga sólo una o dos veces por semana, puede ser suficiente. Así, cuando los niños/as estén solos en otras ocasiones, siempre tendrán como referencia las conversaciones, diálogos y reflexiones que se llevaron a cabo en ese momento con sus padres. Las palabras de los adultos lo estarán acompañando.

A través de la observación y la encuesta aplicada pudimos constatar que los niños tenían preferencia por el programa de Dragon Ball Z, cuyo contenido era reproducido dentro y fuera del salón de clase, además adquirirían los juguetes, revistas, barajas etc. Según investigaciones siendo uno de los programas con más contenido violento que ha recibido muchas críticas por el lenguaje que utilizan los personajes, la violencia de los combates, la rigidez estética de sus dibujos hasta su posible contenido satánico.

Si el niño ve dibujos violentos, no podemos esperar que se comporte tranquilo, actuará por imitación y ejecutará los movimientos de su héroe. Tengamos en cuenta que el héroe siempre es el que consigue cosas que los demás no podemos conseguir, por eso es héroe y por eso es idolatrado.

Muchos piensan que los dibujos animados son muy aptos y convenientes para los niños/as. Sin embargo, es evidente que también, ante estos programas infantiles hay que hacer un discernimiento y ayudar a los niños para percibir qué es lo imitable en ellos y qué es lo que se debe rechazar.

Con respecto a que si los programas infantiles son reales o ficticios la mayoría de los niños consideran que son ficticios, pueden distinguir entre la realidad y

fantasía aunque ellos sepan que los dibujos animados no son reales, el ver frecuentes episodios de violencia en éstos ellos adoptan actitudes de violencia e identificación con héroes agresivos de fantasías heroicas o violentas.

La mayoría de niños investigados manifestaron que no habían visto ninguna clase de documental en la televisión, puesto que este tipo de programas son escasos y/o no están bien contruidos. De estarlo, favorece al niño dándole una base más sólida en su aprendizaje, pero todo depende de cómo adquiera e interprete la información. También es importante destacar que la televisión permite, por medio de estos programas, el conocimiento del mundo, de los diferentes países y sus culturas. Con solo echar una ojeada a las programaciones televisivas tanto nacionales y regionales del país podemos observar la ausencia de dichos programas. Lo que intentan nuestras televisiones es parecerse al máximo a las grandes cadenas internacionales y captar audiencia a toda costa con programas sensacionalistas, musicales, novelas y programas de humor de poca calidad.

Por la ausencia de programas educativos los niños prefieren mirar películas de terror, acción y cómicas, en las que se proyecta en forma abrumadora batallas, peleas, espadas, sablazos, cuchilladas, latigazos, tiros de rifle, de revólver, puñetazos. Hay también escenas de tortura, bandidos que queman y matan a campesinos, piratas que azotan a prisioneros, escenas de muerte, y mutilaciones.

La mayoría de niños encuestados manifestaron que en las novelas pueden mirar amor, las telenovelas no son para los niños, tienen unos niveles de sexo y violencia que deberían calificarlas para mayores de dieciocho años. Sin embargo, están en horario infantil. En general, transmiten valores negativos.

Si hablamos de valores, probablemente encontremos pocos en las distintas telenovelas que actualmente se producen. Lo que ocurre es que a los productores sólo parece importarles los niveles de audiencia y nada más. Enseñar algo positivo es lo que menos importa cuando se escriben los distintos guiones.

Cuando el niño es pequeño necesitará héroes que le ayuden a formarse en la amistad, paz, el compañerismo, la tolerancia, etc. En el mercado existen infinidad de artículos con estos mensajes, sólo necesitamos a unos padres que lo canalicen y distribuyan adecuadamente. Los dibujos en los que aparecen pandillas de amigos del barrio que se meten en problemas y entre todos los solucionan, escenas en el colegio, discusiones y enfados con amigos, etc. serán más acordes a la realidad de los niños y le enseñarán mejores actitudes hacia sus compañeros y amigos que no unos dibujos basados en el espacio interestelar o en monstruos inexistentes.

Por supuesto que a ellos les encantarán los dibujos de monstruos y podrán verlos pero regulados por los padres. Tienen que aprender la diferencia entre el bien y el mal, los dibujos en los que los buenos atrapan a los malos serán positivos para ellos, aunque los padres se encargarán de enseñarles a idolatrar al bueno y no al malo. El niño por sí mismo no sabrá distinguir a cuál de los dos hay que idolatrar y si los padres no le explican, puede ser que se equivoquen.

Las telenovelas, películas y dibujos animados que los niños miran en su mayoría no tienen mensajes motivadores porque no son educativos ni realistas, predominan las imágenes obscenas y agresivas, la ausencia de verdad, la falta de respeto al prójimo y elevado caudal de pornografía visual y auditiva que se muestra por la pantalla, programas y publicidades que no deberían transmitir dentro del horario de protección al menor, los medios nos quieren hacer ver que lo anormal es lo normal.

Actualmente los antivalores son prácticamente la norma, para estar de moda, anteriormente constituían la excepción. Lamentablemente esto nos va a llevar a la decadencia como sociedad. Se observó también que en el grupo de niños asiduos a la televisión se genera mayor violencia en su desempeño dentro de la escuela, una predisposición a imitar el comportamiento visto en la televisión.

Los medios de comunicación en general, la televisión y las películas en particular, deberían reducir el nivel de pornografía, drogas y violencia, y mostrar



la cara negativa de la violencia y la explotación. Así como evitar presentaciones degradantes y humillantes, especialmente de niños, mujeres y relaciones interpersonales, y promover los principios de igualdad, la televisión se enseña sin consecuencias. Cuando los niños ven la violencia sin remordimiento, crítica, o castigo, aprenden que hacer cosas malas está bien, porque no hay consecuencias. Pero esa no es la realidad en el mundo verdadero.

Luego de mirar programas de televisión es evidente que la mayor parte de los niños/as imitan fácilmente lo que ven en la pantalla, de la gran cantidad de conductas, imágenes, actitudes y valores a los cuales están expuestos, ellos escogen solamente algunos. Cuando se sienten frustrados, algunos niños lloran en un rincón, otros dan patadas y golpes, y otros toman con calma. Los niños son violentos porque imitan lo que ven en televisión, ya que se muestran constantemente modelos de comportamiento y estereotipos a seguir. Así, los niños que veían programas violentos de la televisión después de verlos, resolvían sus problemas con agresividad, contra los objetos de la persona que ha sido el origen del conflicto, gesticulando, gritando o produciendo expresiones faciales de frustración. Este tipo de niños viven el rechazo de sus compañeros, haciendo que sus padres y maestros sufran frecuentemente ya que no pueden evitar su conducta.

Según datos de la parte cuantitativa de nuestra investigación, detectamos que la mayor parte de los padres de familia no conversan con sus hijos sobre los programas de televisión que miran cuando pasan solos, porque desconocen la influencia que puede tener en los niños y los daños que puede ocasionar en ellos y además porque trabajan y no cuentan con el suficiente tiempo para conversar.

El diálogo con los padres respecto a los contenidos vistos en televisión supone un importante referente para que los niños se replanteen los mensajes, los “lean” con otro tipo de criterio y adviertan qué finalidad pueden tener o qué posibles elementos negativos o “contravalores” pueden contener.

Los padres deben elegir los programas adecuados según la edad de cada niño y enseñar a los hijos, conforme se hacen mayores, a elegirlos y a tener una actitud crítica sobre lo que ven. Para ello es necesario que los padres conozcan el contenido de los programas y que se sienten con sus hijos a ver la televisión. Así podrán comentar lo que están viendo, dándoles interpretaciones y explicaciones, mostrarles además la diferencia entre la realidad y la ficción, porque pueden tener dificultad para diferenciarla, y enseñarles que la televisión es más perjudicial que beneficiaría, ya que no los hace pensar ni comunicarse en sus aspectos más relevantes. Los padres pueden seleccionar los programas, pero evitar la publicidad resulta casi imposible pues todos los programas tienen cortes publicitarios.

Además de los padres, la escuela supone un destacado contexto referencial en el que se podrían enseñar a todos los niños pautas para aprender a ver televisión de manera crítica y activa, puesto que la indiscriminada exposición de los niños/as hacia la TV genera en estos comportamientos inadecuados, como son:

- ✓ **Violencia y agresividad** los niños demuestran mayor agresividad en sus juegos, pelean y discuten con sus compañeros, son autoritarios, e impacientes y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas. Esto involucra daño a la propiedad privada, pero también implica amenazas o comportamientos peligrosos, como robar, pegar, escupir, etc. Además utilizan prácticas violentas como el Karate, para dañar o amenazar a otras personas, mascotas o a sí mismos.
- ✓ **Desobediencia** no obedecen a sus padres o a otros adultos, como profesores. La mayoría de los niños desobedecen todo el tiempo y aun en situaciones donde el castigo es serio. Tienen rabietas que son más frecuentes y severas que el promedio de los niños de su edad.
- ✓ **Mentira** los niños mienten especialmente si temen involucrarse en problemas o si realmente quieren algo desesperadamente. En el caso de los niños con

problemas de conducta, ellos mienten constantemente aun cuando no hay necesidad de hacerlo.

- ✓ **Vocabulario inapropiado** algunos niños/as utilizan palabras malsonantes que en la televisión ha aumentado considerablemente en los últimos años. El lenguaje utilizado en ciertos programas televisivos es simple y básico y no enriquece el vocabulario del niño lo cual le perjudica enormemente porque está en una etapa importante de aprendizaje del lenguaje. Además replican siempre, contestan mal, discuten, hacen que pequeñas situaciones parezcan más grandes de lo que son y siempre desear decir la última palabra.
- ✓ **Bajo rendimiento escolar** se ha comprobado que la televisión es una de las causas del fracaso escolar porque en lugar de estudiar, los niños/as ven la televisión, se rehúsan a cumplir con sus obligaciones diarias, como las tareas escolares y el aseo personal, además está claro que disminuyen el tiempo dedicado a la lectura. Es probable que la mayoría de los niños tengan sus cuartos desordenados y les cueste ayudar a hacer las tareas de la casa.
- ✓ **Disminución de la actividad física** cuanto mayor es el tiempo que los niños pasan viendo la televisión menor es el que se dedican a la actividad física, Está comprobado que la exposición prolongada a la TV se asocia con obesidad en los niños. Esto es porque ver televisión representa una actividad pasiva y muchos telespectadores consumen diversos productos ricos en calorías mientras ven la televisión.
- ✓ **Consumismo** la televisión incita a los niños a comprar todo lo que aparece en la pantalla la publicidad constante de productos conduce a un incremento en el consumo tanto de alimentos, juguetes, ropa por parte de los niños/as.
- ✓ **Introversión y aislamiento social** el estar en excesivo contacto con la pantalla produce una carencia de contacto social, lo que ocasiona un déficit de relaciones con los demás. La excesiva facilidad con que las imágenes llegan a

unos receptores pasivos, como son los pequeños, provoca falta de motivación y rechazo hacia otras formas de acceso a la información, tales como los libros que les suponen un esfuerzo adicional que no les compensa. El uso excesivo e incontrolado de la televisión, produce una pasividad, tanto intelectual como motriz y social, que desde luego no favorece el correcto desarrollo de los niño/as: falta de crítica y reflexión intelectual, inactividad física o aislamiento social son efectos de esta incorrecta utilización. Evitemos que no tengan otros recursos, y que prefieran estar delante de la pantalla a relacionarse con otros niños/as por suponerles menos esfuerzos. Pueden ser una verdadera trampa para niños con problemas de timidez o introversión.

- ✓ **Discriminación** es una forma de violencia pasiva; convirtiéndose, a veces, este ataque en una agresión física. Los niños/as hacen esta diferencia ya sea por el color de piel, etnia, sexo, edad, cultura, religión o ideología; conductas que fueron observadas en la TV.
  
- ✓ **Adaptación de patrones culturales extranjeros** la televisión es un medio masivo y es un instrumento socializador lo que presenta y como lo presenta va a ir dándole forma a muchos valores y actitudes en nuestra sociedad el niño recibe su primera impresión educacional en imágenes provenientes del televisor, registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve. Las pautas culturales norteamericanas se introducen día a día directamente en nuestras casas, ya sea por medio de series, telefilms, publicidad etc., o por productos, objetos, costumbres o comidas de uso común que han asimilado el estilo norteamericano. Es por eso que la mayoría de niños/as y jóvenes adoptan las actitudes, formas de hablar, y de vestir, gestos, personalidad de los comerciales y programas, como: novelas, series y de entretenimiento y los hacen suyos, su identidad se ve modificada por estos tipos de programas. No podemos ni debemos perder nuestras raíces, nuestro lenguaje y nuestros modos de comportamiento. La cultura es antes y por encima de todo, un sistema de aprendizaje, de transmisión de conocimientos, algunos de los cuales ni siquiera sabemos que los poseemos.

- ✓ **Tendencia a confundir lo imaginativo con la realidad** a los niños/as les falta el suficiente espíritu crítico para saber distinguir lo que es producto de la imaginación de lo que tiene un fundamento en la realidad entre lo que aparece en las pantallas.
- ✓ **Falta de iniciativa y creatividad.** La permanencia frente al televisor disminuye la iniciativa para buscar otras formas más enriquecedoras para aprovechar el tiempo de ocio. De igual manera no estimula la creatividad en los niños como lo hace los juegos.
- ✓ **Pasividad** lo propio de la televisión es incitar a la pasividad intelectual en cuanto el niño no se expresa, no habla, asume acríticamente lo que aparece.
- ✓ **Menos sensibilidad** cuanto más violencia vea el niño en la tele, menos sensibilidad emocional él tendrá ante las escenas de dolor, horror y sufrimiento que se presentan en la vida diaria, se vuelven indiferentes a los sentimientos de los demás.
- ✓ **Falta de comunicación e interacción familiar** Las comunicaciones y en especial la televisión han contribuido en los últimos cincuenta años a la desintegración familiar, poco a poco se ha presentado el distanciamiento dado por la falta de comunicación intrafamiliar. ni los padres, al fin de siglo, disponen de tiempo o de sistema eficaz para formar, ni los profesores recuperan su condición de guías morales. Los niños se hacen la moral por su cuenta o, mejor, se la hacen a medias con la televisión, ese sujeto con el que comparten más tiempo, del que reciben mayores fascinaciones y poder de persuasión.

Nuestro sistema familiar ha cambiado en los últimos años. Actualmente los niños y adolescentes pasan más tiempo con los medios de comunicación y el ordenador que con su familia. El momento de las comidas o de las reuniones familiares debe ser propicios para el diálogo familiar y no deben tener como “invitado especial” al aparato de televisión.

En el siguiente cuadro señalamos las principales causas por las que los niños/as prefieren ver la televisión, los efectos que en ellos produce y las posibles soluciones a este problema.

<b>CAUSAS</b>	<b>EFFECTOS</b>	<b>POSIBLES SOLUCIONES</b>
La falta de presencia de los padres por el factor socioeconómico.	<p>La televisión llena vacíos que se produce en el hogar.</p> <p>Bajo rendimiento académico.</p> <p>Asumen acríticamente todo lo que aparece.</p>	<p>Ver la TV con los niños/as permitiendo que hagan preguntas, comentarios.</p> <p>No es conveniente realizar tareas con el televisor encendido, porque no se podrán concentrar en las actividades a realizar.</p>
Por compañía o aislamiento social.	<p>Se sienten solos tristes y abandonados.</p> <p>Los niños/as pasan más tiempo frente a la TV que con sus padres y amigos.</p>	Dedicar por lo menos 15 minutos diarios para hablar con sus hijos/as y relacionarse con niños de su edad.
Falta de lugares de esparcimiento.	Mirando televisión se gasta muy poca energía, y pueden tener problemas de salud. (obesidad, audición, visión problemas cardiovasculares)	Realizar otro tipo de actividades o juegos que no necesiten de mucho espacio como por ejemplo: el gato y el ratón, rayuela, leer y dramatizar cuentos.
Utilizar la televisión como premio.	<p>El uso inmoderado de la TV.</p> <p>Actividades escolares incompletas realizadas al apuro.</p>	Utilizar a la TV como medio educativo.

Por hábito familiar	<p>Forma hábitos en el niño/a difícil de romper.</p> <p>Fatiga y tensión nerviosa, un notable estado de estrés.</p>	Los padres deben dar un buen ejemplo, limitando su propio tiempo frente al televisor y cambiando su rutina, leyendo, escuchando música, yendo de paseo, jugando, etc.
Tienen el televisor al alcance de los niños/as.	<p>Los niños/as pasan hasta altas horas de la noche viendo el televisor.</p> <p>Sufren de trastornos del sueño pesadillas e insomnio.</p> <p>Eligen programas para adultos</p> <p>Se desploman de sueño en clase</p>	No tener la TV en las habitaciones de los niños/as para que no se vuelva hábito para que piensen, lean, hagan las tareas y duerman.
Por distracción y reducir las tensiones	<p>Niños/as pasivos.</p> <p>Eligen programas de acción y violencia.</p> <p>Reduce la creatividad.</p>	Buscar otras alternativas de distracción para los niños/as como (libros, rompecabezas, cuentos manualidades).
Como medio para obtener información.	<p>Aumenta la curiosidad y el entusiasmo por aprender y explorar.</p> <p>Permite conocer otras culturas.</p>	Conocer el canal y horario en que se transmiten programas educativos.
Desconocimiento de los padres sobre los programas que miran sus hijos.	<p>Selección de programas inadecuados.</p> <p>Adoptan patrones culturales extranjeros.</p>	<p>Conversar con sus hijos acerca de sus programas preferidos.</p> <p>Consultar con un experto sobre los efectos que estos producirían en los niños/as .</p>

Admiración e identificación con personajes.	Imitan y reproducen sus conductas.  Aprenden conductas anti sociales.	Aconseje a sus hijos a mirar programas con personajes que son ejemplos positivos, que fomenten valores.
La falta de comunicación en el hogar.	Comparte, juega y sueña con la TV.  Les hace sentir rabia y ganas de alejarse de casa.  Aprenden formas de ejercer violencia.	Es preferible apagar el televisor durante las comidas y conversar.  El diálogo familiar es más importante que callar y mirar la televisión.
Por la variada publicidad.	Modifica actitudes.  Se vuelven materialistas.  Incita al Consumismo.  Produce confusión.	Cuando los niños/as pidan los alimentos y juguetes anunciados por la TV, enséñeles que la publicidad les hace desear lo que no necesitan e incluso lo que puede ser dañino.
Utilizar a la TV como niñera (imposición).	Causa frustración, pereza fatiga y sueño.  Refugio cuando le invade la angustia, tristeza y temor.	Participar en la selección de los programas que ven los niños.  Integrar a los niños/as en las tareas cotidianas como cocinar o acomodar la casa.

En conclusión podemos afirmar que los programas de televisión **SÍ AFECTAN A LA CONDUCTA DE LOS NIÑOS/AS** y sobre todo aquellos que transmiten contenidos violentos, los mismos que son imitados con extraordinaria exactitud cuándo se encuentran en una situación semejante a la que observaron en la pantalla, aceptando la violencia como un modo de resolver los problemas. El impacto de la TV se puede evidenciar de forma inmediata o como también años más tarde. La violencia en este medio de comunicación no es la única fuente de agresividad o de comportamiento violento, pero es un contribuyente significativo.



### **3.1 Conclusiones**

La televisión como cualquier otro medio de comunicación puede producir efectos positivos o negativos en el espectador dependiendo de las características del contenido que transmita.

El 51% de los niños/as encuestados dedican tres, cuatro o más horas diarias a ver la televisión, por la falta de lugares de esparcimiento o por obligación de quedarse en casa mientras sus padres trabajan.

Se puede notar que en la escuela los maestros no orientan a los niños/as sobre la influencia que ejerce la televisión, esto es preocupante porque no pueden distinguir entre lo bueno y lo malo, ya que muchos de ellos fuera del horario escolar no tienen un adulto cerca que los pueda guiar

Los programas de mayor audiencia en el grupo encuestado son: dibujos animados, telenovelas, películas de terror y acción. Todos los programas preferidos por los niños/as tienen escenas con alto contenido de violencia tanto física como psicológica, que son reflejadas dentro y fuera del aula. Los niños/as investigados imitan y reproducen actitudes observadas en la televisión como la forma de hablar, vestir, imitan técnicas de ataque y se han vuelto más violentos y agresivos.

La televisión en general carece de documentales y programas culturales, porque como empresa prefieren programas y espacios que les sean más rentables, manteniendo así el rating, transmiten programas de impacto nada educativos, en horario de mayor audiencia especialmente infantil.

### **3.2 Recomendaciones**

Para ayudar a los niños a recoger los beneficios y evitar los peligros de este profesor electrónico planteamos las siguientes recomendaciones:

Es muy importante que los padres de familia pongan atención al tiempo que los niños pasan frente al televisor, recordemos que no son niñeras, y que el tiempo que pasen con ellos durante el día, es el más valioso. Establezca límites, restrinja el tiempo que su hijo puede ver televisión; tenga en cuenta los programas favoritos de ellos. Anime y participe en actividades dentro y fuera de su hogar como: juegos tradicionales, deportes, lectura, manualidades, música. Además es necesario que las autoridades correspondientes construyan lugares de esparcimiento, para que en el tiempo de ocio los niños/as puedan salir a desarrollar diferentes actividades.

Es de suma importancia incorporar a los medios de comunicación como objeto de estudio a través de los temas transversales con el fin que los alumnos/as adquieran una actitud de análisis crítico del contenido que estos transmiten. Los maestros deberían aprovechar el contenido de los pocos programas educativos, culturales y científicos; analizar ciertas emisiones polémicos para despertar el espíritu crítico y aprender a seleccionar lo que los niños pueden y deben ver, involucrarse en el control de las transmisiones que observan, enviándoles tareas basadas en el contenido de algunos programas educativos científicos que si se transmiten en televisión pero que lamentablemente no son los preferidos.

El Estado, por intermedio del Ministerio de Educación debería establecer, promover y difundir cadenas de televisión con programas educativos, culturales, cívicos y de sana diversión con personas especializadas y en horarios establecidos. Los medios de comunicación deben dosificar su programación y censurar los programas con mayor contenido violento, de esta manera la salud mental de los televidentes y en especial de los niños/as y jóvenes sería beneficiada.

Los padres de familia, maestros y personas en general deben capacitarse para enseñar a los niños/as y jóvenes que no todo lo que transmite en la televisión es real, sino que son trucos y efectos especiales poco o nada imitables.

### 3.3 Bibliografía

#### Citada

FUENZALIDA, V. (1994). “Socialización y televisión”. Estudios Sociales CPU, 82, 187-219.

MURILLO YANEZ José Alberto, “Construyamos un mañana”, Un Manual de Educación Familiar. Cuarta Edición, 2009.

PAPALIA Diane. E, SALLY WENDKOS OLDS, “Psicología del Desarrollo”. Séptima Edición.

PAPALIA, D. E. Y WENDKOS OLDS, S. (1987) “Desarrollo Humano”. Santafé de Bogotá: Mc Graw-Hill.

RICE, F. P. (1997). “Desarrollo humano: el estudio del ciclo vital”. México: Prentice- Hall.

TOCQUEVILLE Alexis “Prensa y Comunicación. Personas y empresas frente a los medios” (pág.6)

ULRICH Beck, Revista de Formación Cultural “Utopía” (2007 pág. 25)

#### Consultada

BR.OWN.J.M y otros. “Psicología Aplicada”. Centro Regional de Ayuda Técnica, 1996.

CONTRERAS Eduardo, RIVERA Jorge, SANCHEZ José, DE VELA Gloria, LOPEZ Ana y CHECA Fernando, “Medios de Comunicación y Desarrollo,” Ediciones CIESPAL.

ENCICLOPEDIA Nueva Pedagogía y Psicología. 1999 – Tomo II Y III.

FUENTES DE LA CORTE Juan Luis “Comunicación Estudio del Lenguaje” Tercera Edición.

GONZALES A. Socialización, Familia y Escuela.

GONZÁLEZ PORTELA María Luján. “Educomunicación para la Comunicación desde el Enfoque Ético e Intercultural, UTPL, Loja Ecuador 2003.

GRUPO SANTILLANA S. A. Estudios Sociales Secundaria Básica.

HAYES Nicky, “Psicología” Segunda Edición.

IRIARTE O.M.I P. Gregorio y ORSINI PUENTE Martha, “Realidad y Medios, de Comunicación”. Primera Edición, 1993.

IRIARTE O.M.I P. Gregorio y ORSINI PUENTE Martha, “Educación y Medios de Comunicación”. Segunda Edición, Quito, 1996.

LAWRENCE A. PERVIN, OLIVER P. JOHN. “Personalidad Teoría e Investigación”.

LIGHT Donald, KELLER Suzanne, Calhoun CRAIG “Sociología” Quinta Edición.

MENDO Y VALENTE Miguel Ángel, REDONDO MAGAÑA Antonio. “Medios de comunicación Social” 1987.

MYERS David G. ”Psicología”. Quinta Edición 1999.

REVISTA DE FORMACIÓN Y CULTURA “Utopía.” 2007 No 11.

REVISTA PREVE. 2007 No 22

TORRES LAMA Esteban, Conde Miranda Elena y Ruíz Pacheco Cristian, Manual de Psicología y Educación “Desarrollo Humano en la Sociedad Audiovisual” Alianza Editorial S.A. 2002.

Schramm Wilbur “La Ciencia de la Comunicación Humana”. Primera Edición.

SUÁREZ Adriana Amada ‘‘Prensa y Comunicación’’. Personas y empresas frente a los medios. Segunda Edición.

VERDUGA VÉLEZ César. ‘‘Gobernar la Globalización’’. La historia que comienza. Grupo Editorial Lumen Humanitas. Buenos Aires- México.

### **Electrónica**

La violencia en la televisión impacta a niños/as y a jóvenes  
7/12/2008

[http://www.elcomercio.com/solo\\_texto\\_search.asp?id\\_noticia=132515&anio=2008&mes=7&día=12](http://www.elcomercio.com/solo_texto_search.asp?id_noticia=132515&anio=2008&mes=7&día=12)

<http://www.monografias.com/trabajos5/adoles/adoles.shtml>

GuiaInfantil.com es la web líder en audiencia en la categoría Familia y Estilo de Vida. Datos auditados por OJD.

GuiaInfantil.com (Bebês), GuiaJuvenil.com (Adolescentes), GuiaDog.com (Perros), Superfurgoneta.com (Furgonetas) y Oscars 2010. Polegar Medios © 2009. Todos los derechos reservados. Licencia SGAE SGAERRDD5/267/02090210

[http://www.guiainfantil.com/educacion/comportamiento/la\\_agresividad\\_infantil.htm](http://www.guiainfantil.com/educacion/comportamiento/la_agresividad_infantil.htm).

MADELINE LEVINE; PH .La violencia en los medios de comunicación. Grupo Editorial Norma. Pág. 356

SAPIER. Edgar, Lingüística y Significación. Editorial Salvat. N-13

BARRIOS, Leoncio. T.V Literatura para Recrear y Educar. Caracas.

CIRCULOS DE LECTORES. Gran enciclopedia ilustrada circulo. Caracas. Tomo 12. Pág. 4200.

Terra Mujer / Vicenta Sanz Herrero, psicóloga Clínica

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:\\_w4w\\_qCB6X0J:mujer.terra.es/muj/articulo/html/mu26792.htm+influencia+de+los+dibujos+animados&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_w4w_qCB6X0J:mujer.terra.es/muj/articulo/html/mu26792.htm+influencia+de+los+dibujos+animados&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a).

JOSÉ M<sup>a</sup> FERNÁNDEZ BATANERO, JULIO BARROSO OSUNA Y SALVADOR LUIS GUTIÉRREZ CEREZO.

<http://tecnologiaedu.us.es/edutec/paginas/51.html>

Cita extraída de la entrevista a Francesc-Josep Deó para el monográfico de Educaweb número 96.

LAIA MESTRES i Salud Redacción Educaweb.com

redac@educaweb.com

<http://www.educaweb.com/noticia/2007/02/12/medios-comunicacion-educacion-12206.html>.

EVARISTO GONZÁLEZ PRIETO. Licenciado en Ciencias de la Comunicación, diplomado en Magisterio y profesor del Departamento de Lenguas del IES Torre del Palau de Terrassa, Barcelona

12/02/2007

<http://www.educaweb.com/noticia/2007/02/12/comunicacion-educacion-juntas-revueltas-12199.htm>.

2010. Odiseo. REVISTA ELECTRÓNICA DE PEDAGOGÍA. Publicación semestral. ISSN 1870-1477 Odiseo [aroba] odiseo.com.mx. Querétaro, México

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:rpk6ErzgMTwJ:www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion+LOS+MEDIOS+DE+COMUNICACION+SOCIAL+HAN+ENTRADO+EN+ABIERTA+COMPETENCIA+CON+LA+ESCUELA&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a>

Enrique Martínez - Salanova Sánchez e Ilda Peralta Ferreyra

Publicado en 1998 en Comunicar, 10, pp. 45 - 51.

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-tAG-\\_aHbFUJ:www.uhu.es/cine.educacion/articulos/educacionfamiliarisocializacion.htm+Los+medios+de+Comunicaci%C3%B3n+Social+y+la+educaci%C3%B3n+familiar&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-tAG-_aHbFUJ:www.uhu.es/cine.educacion/articulos/educacionfamiliarisocializacion.htm+Los+medios+de+Comunicaci%C3%B3n+Social+y+la+educaci%C3%B3n+familiar&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TLQHEjGUkvgJ:html.rincondelvago.com/publicidad\\_efectos-positivos-y-negativos.html+efectos+de+la+publicidad&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TLQHEjGUkvgJ:html.rincondelvago.com/publicidad_efectos-positivos-y-negativos.html+efectos+de+la+publicidad&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)

(Salud Mental del Niño y la Televisión)

ESTHER BALBOA CONTACTO, Opinión Julio 1991 -Colombia)

[p://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eHfg7gnqJWgJ:www.oni.es/cuelas.edu.ar/olimpi99/la-television/inocente.htm+influencia+de+los+dibujos+animados&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eHfg7gnqJWgJ:www.oni.es/cuelas.edu.ar/olimpi99/la-television/inocente.htm+influencia+de+los+dibujos+animados&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)

<http://edant.clarin.com/diario/1999/07/22/i-01402d.htm>

Clarín.com » Edición Jueves 22.07.1999 » Opinión » La televisión como medio educativo

F. Muñoz García. San Sebastián

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:\\_JGgNTR80XYJ:www.svnp.es/Documen/comunica.htm+la+incidencia+de+la+television+en+los+ni%C3%B1os+introduccion&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_JGgNTR80XYJ:www.svnp.es/Documen/comunica.htm+la+incidencia+de+la+television+en+los+ni%C3%B1os+introduccion&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)



# ANEXOS

**INSTALACIONES DE LA UNIDAD EDUCATIVA DR.  
"OTTO AROSEMENA GÓMEZ"**



**UBICADA EN EL BARRIO LA LIBERATAD, PARROQUIA LA MATRIZ**



**PATIOS DE LA INSTITUCIÓN**

**GALERÍA DE DIRECTORES DE LA INSTITUCIÓN DESDE EL AÑO  
1968 HASTA EL 2008**



**DIRECTORA ACTUAL DE LA INSTITUCIÓN**



**LIC. FANNY JIMÉNEZ DE TINAJERO**

**LAS INVESTIGADORAS REALIZANDO LA ENTREVISTA A LA SRA.  
DIRECTORA DE LA INSTITUCIÓN**



**LA INVESTIGADORA REALIZANDO LA ENCUESTA A LA MAESTRA  
DE GRADO**



**LIC. TAMARA CEVALLOS**

**OBSERVACIÓN APLICADA A LOS NIÑOS/AS DE TERCER AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA**



**APLICACIÓN DE UNA DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN A LOS NIÑOS/AS DE 3° AÑO DE BÁSICA**



**LA INVESTIGADORA GUIANDO A LOS PADRES DE FAMILIA EN LA ENCUESTA APLICADA**

