

La elección y discriminación del contenido televisivo por parte de los jóvenes de la escuela secundaria de Ayahualulco

Daniel Castillo Del Razo¹
Pamela Plaza Gímez²
Francisco Javier México Soriano³
Alma Gabriela Silva Díaz⁴
Asesor: D.E. Esther Frago Fernández



Resumen

La televisión es el medio de comunicación masivo más influyente en la actualidad. La diversidad de los programas transmitidos hace su oferta mucho más extensa, sin embargo, dentro de las posibilidades que nos presenta, hay contenidos que juegan un papel educativo ante los jóvenes, sin ser ese su principal propósito. El presente artículo muestra los resultados de la investigación realizada en abril de 2010, la cual tuvo como objetivo proporcionar a los jóvenes de la escuela secundaria de Ayahualulco, Veracruz, las bases suficientes para elegir y discriminar los contenidos que les proporciona la televisión, con el fin de que sean capaces de diferenciar los que verdaderamente les permitirán un crecimiento personal y social, de los que no lo harán.

Planteamiento del problema

Actualmente la televisión cumple un papel educador esencial en los jóvenes, por lo que es importante que éstos aprendan a diferenciar los contenidos que les son presentados, eligiendo y contribuyendo a la formación de un juicio crítico individual ¿De qué manera se puede dar una elección encaminada a la formación de un juicio crítico acerca de los contenidos emitidos por la televisión?

Preguntas de investigación

1. ¿Cómo se puede informar acerca de la influencia que tiene la televisión sobre los jóvenes?
2. ¿Cómo se elige el contenido televisivo que ven los jóvenes en pro de un mejoramiento personal y social?
3. ¿De qué manera se puede poner en práctica una discriminación de los contenidos televisivos?

Objetivo general

Proporcionar a los jóvenes de la secundaria de Ayahualulco, Veracruz, las bases suficientes para diferenciar los contenidos que les proporciona la televisión, para que sean capaces de reconocer lo que les permitirá un mejoramiento personal y social.

Objetivos específicos

- a) Informar sobre la influencia que tiene la televisión sobre los jóvenes.
- b) Proporcionar las herramientas necesarias para que los jóvenes puedan diferenciar los contenidos que les permitan un mejoramiento personal y social de los que perjudican o dificultan la vida en comunidad.

1 Séptimo semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (el_niel_dae@hotmail.com)

2 Séptimo semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (alfa1766@hotmail.com)

3 Séptimo semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (dexter335@hotmail.com)

4 Séptimo semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (pink016@hotmail.com)





- c) Demostrar que los jóvenes son capaces de utilizar dichas herramientas con la ayuda de un taller en el que se pongan a prueba los conocimientos proporcionados.

Justificación

Dentro de la sociedad una de las mayores influencias dentro de la vida diaria es la televisión, a través de la información que se proporciona a la comunidad, la población se crea un patrón de comportamiento que pocas veces facilita y mejora las relaciones sociales.

Los más vulnerables a la influencia de la televisión son los jóvenes ya que se encuentran en un momento decisivo para su futuro donde el contexto es quien guiará sus decisiones y la forma en cómo será su desarrollo e ideología dentro de unos años y con la cual educarán a sus hijos, por lo tanto es importante proporcionar las herramientas para que sepan hacer una buena elección al momento de aprehender el contenido televisivo.

Marco histórico

La sociedad vivió la transformación más fuerte cuando se dieron a conocer los medios masivos de comunicación y su influencia, la televisión desde sus inicios ha formado parte de nuestra educación, cultura y vida diaria. En 1934, en México, la televisión comenzó su etapa experimental, en el Instituto Politécnico Nacional estudiaba un joven de 17 años que realizó la primera transmisión en circuito cerrado, las instalaciones que utilizó eran las de la estación de radio XEFO. Esta caja que trasmite señales vía satelital combina técnicas antiguas y nuevas que se pudieron conjugar gracias a la electricidad, el electromagnetismo y la electroquímica. En 1880 CAREY propuso el primer sistema de "retina artificial" que permitió la composición de tubos analizadores de rayos catódicos, lo que permitió que en Estados Unidos en 1925 se dieran las primeras estaciones experimentales, la estación se instaló en 1928 (<http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>).

La primera transmisión en blanco y negro en México, se lleva a cabo el 19 de agosto de 1946, desde el cuarto de baño de la casa número 74 de las calles de Havre en la capital del país, lugar de residencia del ingeniero Guillermo González Camarena. Fue tal el éxito, que el 7 de septiembre de ese año, a las 20:30 horas, se inaugura oficialmente la primera estación experimental de televisión en Latinoamérica; XE1GC. Esta emisora transmitió los sábados, durante dos años, un programa artístico y de entrevista. Guillermo González Camarena trabajó con el equipo que él mismo había construido, hasta que, en 1939, cuando la televisión en blanco y negro ya funciona en algunos países, este ingeniero inventó la televisión en color, con ayuda de su Sistema Tricromático Secuencial de Campos, Estados Unidos fue quien al final terminó financiando el invento y dándole realce a nivel mundial, el primer objetivo era darle una orientación científica. Así fue como en 1951 se transmiten lecciones de Anatomía en la Escuela Nacional de Medicina, la creación del ingeniero mexicano, está en las naves espaciales estadounidenses de la Agencia Nacional para el Estudio del Espacio Exterior (NASA), las cuales están equipadas con el sistema tricromático (<http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>).

En septiembre de 1948, inician transmisiones diarias desde el Palacio de Minería de la "Primera Exposición Objetiva Presidencial". Miles de personas son testigos gracias a los aparatos receptores instalados en varios centros comerciales. Por todos estos hechos, se le conoce al ingeniero González Camarena como el "Padre de la televisión mexicana".

El primer canal comercial de televisión en México y América Latina se inaugura el 31 de agosto de 1950, un día después, el 1 de septiembre, se transmite el primer programa, con la lectura del IVº Informe de Gobierno del Presidente de México, Lic. Miguel Alemán Valdés, a través de la señal de XHTV-TV Canal 4 de la familia O'Farrill.



En ese año, XETV-TV Canal 6 de Tijuana, Baja California y XEQ-TV Canal 9 (actualmente con las siglas XHTM-TV Canal 10), en Altomoni, Estado de México, también inician sus transmisiones.

En 1951, es inaugurado XEW-TV Canal 2, propiedad de la familia Azcárraga, en una transmisión especial desde el Parque Delta (actualmente del Seguro Social) en el Distrito Federal. Ese año, XHGC-TV Canal 5 del ingeniero Guillermo González Camarena, queda integrada al dial televisivo. Para 1955, se fusionan esos tres canales, dando paso a la empresa Telesistema Mexicano.

Posteriormente, inician transmisiones XEIPN-TV Canal 11 (1959), del Instituto Politécnico Nacional, XHTIM-TV Canal 8 (1968) del Grupo Monterrey, (hoy XEQ-TV Canal 9 integrado al consorcio Televisa) y XHDF-TV Canal 13 (1968).

Es precisamente en 1968 cuando México incursiona en la era de las comunicaciones vía satélite, al transmitir a todo el mundo, los diversos eventos de la XIX Olimpiada México de 1968. 17 años después, en 1985, se colocan en órbita los primeros dos satélites nacionales de comunicaciones, Morelos I y II. En 1992 y 1993, se colocan otros dos satélites, Solidaridad I y II, con ellos, se utilizan las tecnologías más avanzadas en transmisiones radiofónicas y televisivas, principalmente, con capacidad para ofrecer servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional y a 23 país del continente americano. En la actualidad según las cifras de Cavetesu, hay más de millón y medio de personas con televisores en el hogar. La televisión ha captado la atención de todo el mundo, es tal su evolución a través que tiempo que no distingue clase social, género ni edad; la televisión se divide en diversas versiones, se quedaron atrás los bulbos y transistores para desarrollar pantallas digitales, los satelitales y extraplanas. Pasó de ser una simple caja que tenía el fin de educar e informar y simplemente entretener, es un invento que llegó para quedarse, más de sesenta años y aún da de qué hablar.

Marco teórico

Teoría del cultivo. La *teoría del cultivo* se basa en el consumo y la exposición a la televisión, que traen aparejados la constitución de un mundo simbólico en las personas; es decir, que la televisión cultiva percepciones de la realidad, en los públicos. Sin embargo, el mundo representado en la pantalla difiere completamente de la realidad en sí misma. Se muestra un mundo más violento de lo que es en verdad, sumado a las representaciones de los roles sociales, étnicos y culturales, entre otros, que se encuentran altamente estereotipados. Entonces, esas percepciones cultivadas por la televisión, no representan a la realidad en sí, sino que la tergiversan. Desarrollan una concepción violenta del mundo. Estos cultivos se vinculan con la intensidad de la exposición al medio y con el tiempo de consumo; es decir que: a mayor tiempo de consumo, mayor será la coincidencia entre la concepción que se tiene del mundo real y la representación del mismo, en la televisión. (Teoría del Cultivo. s.f.).

Aunque el autor de esta teoría (Gerbner. s.f.), no afirma que la televisión despierte actitudes violentas en las personas, por el contrario, cree que su consumo constante y excluyente – como él lo califica – favorece el desarrollo de actitudes violentas y antisociales. Todo esto, conlleva a lograr en la persona, una concepción pesimista y paranoica del mundo; que Gerbner denomina como el '*Mean World Syndrome*' (*Mean World Syndrome*. (s.f. wikipedia.org/wiki/Mean_World_Syndrome)). También, existen aquellas personas que diariamente viven experiencias paralelas o similares a las violentas que se observan por la televisión, el entorno que las rodea, es un entorno violento de antemano; entonces, en estas personas se observa un efecto doble o '*The Double Dose Effect*'. Esa violencia es magnificada por la televisión y la persona tiende a asumir que la violencia es mayor a lo que vive diariamente, porque de esa manera lo ve en la televisión y así lo cree.





Teoría de los efectos generalizados del estímulo: Esta teoría señala que a una mayor violencia en los medios de comunicación corresponde no una mayor violencia en la sociedad, sino en ciertos sectores que, por su fragilidad cultural y su predisposición psicosocial, son blanco fácil de las conductas agresivas y delincuenciales que despiertan dichos mensajes. Expuesta por Berkowitz (Berkowitz, Leonard (1996). *Agresión, causas, consecuencias y control*. Editor: Desclee De Brouwer dice que la exposición a los estímulos agresivos incrementa la susceptibilidad de una persona para la excitación fisiológica y emocional, lo que a su vez hará aumentar su conducta agresiva. Un estímulo agresivo no provocará siempre una reacción agresiva, ni es probable tampoco que provoque un mismo grado de agresividad en todo el público, dependerá de la frustración del individuo, de la justificación de la actitud violenta, etc.

Teoría del aprendizaje observacional: En esta teoría se plantea que, conforme más elevado sea el nivel cultural y educativo, y mayor la interacción grupal o social, mayor será la capacidad para rechazar contenidos agresivos o violentos. Los niños y los adolescentes tienden a imitar más las figuras poderosas que a las débiles, más a las exitosas que a las que fracasan, y más los comportamientos que son recompensados que aquellos que no lo son o que son castigados. (Klapper, 1972).

Teoría de la exposición selectiva: Sugiere que cuanto más televisión violenta observe una persona, en particular los niños y jóvenes, más proclives serán sus actitudes hacia los comportamientos agresivos. En este sentido, los efectos que genera los medios no operan directamente sobre la conducta de la audiencia, sino que se dirigen hacia el refuerzo o la modificación de normas, valores y actitudes. (Wolf, 1987)

Teoría de la aguja hipodérmica. La teoría plantea que la manipulación es posible ya que frente al enorme y creciente poder de los medios, no hay ningún elemento de

resistencia; el mensaje se dirigirá por los medios de comunicación de masas, a partir de ahí, es posible crear un estímulo, un mensaje tan fuerte que se "inyecte dentro de la piel de cada miembro de la sociedad" (de ahí el nombre "aguja hipodérmica"). Entre emisor y receptor, entre estímulo y respuesta no hay ninguna intermediación que impida conseguir los objetivos, hay una relación directa de causa-efecto, algo mecánico.

En la sociedad de masas el individuo se queda impotente para elaborar de forma específica los mensajes que llegan de los medios masivos de comunicación, por eso es posible hablar del modelo conductista de *Estímulo-Respuesta*. Los medios de comunicación son los emisores de un mensaje que se hace llegar a los individuos de una sociedad, los mensajes pasan por debajo de la piel sin ningún problema: el mensaje como estímulo que provoca una reacción. Como emisores del mensaje, los medios de comunicación o los gobiernos desean provocar ciertas reacciones.

La masa está constituida por individuos juntos que están separados y que no tienen capacidad de captar los mensajes que proceden del emisor de forma invisible. Algunas concepciones de autores reconocidos acerca de esta teoría:

"Un mensaje contenido en un programa televisivo genera un efecto en las actitudes o la conducta del sujeto que la observa. (Lasswell, 1926)".

Lasswell explica que cualquier contenido que sea transmitido a través de la televisión, definitivamente generará un efecto en el individuo que lo recibe, aunque no específica si negativo o positivo, lo único que afirma es que habrá un efecto posterior a la transmisión de cualquier contenido televisivo.

"A mayor violencia en los contenidos de los mensajes de los medios, corresponde una mayor violencia en la sociedad" (Berkowitz, 1962).



Berkowitz se refiere a que entre mayor sea el ejemplo de violencia que la televisión transmita, la sociedad recibirá estos contenidos como ejemplo y de alguna manera, los pondrá en práctica, la mayoría de las veces de manera inconsciente y automática.

Teoría de los efectos limitados: La teoría de los efectos limitados (Teoría de los efectos limitados. s.f.). es una teoría de la comunicación que sirvió como corrección de la teoría hipodérmica. Surgió durante la década de los 40 del siglo XX cuando, en ambientes intelectuales de EE UU, se empezó a difundir la idea de que el efecto de los medios de comunicación en la sociedad no era tan grande. Siguiendo fundamentalmente las aseveraciones hechas por Harold Lasswell, la mayoría de estudios anteriores habían concedido un poder ilimitado a la propaganda. Los medios y la propaganda habían sido dotados de un poder que, en realidad, no poseían. Es ésa la principal aportación de esta teoría.

Esta teoría supone que la sociedad tiene la capacidad de seleccionar e interpretar los mensajes que los medios emiten. Por tanto, esta selección estaría sometida a los hábitos de recepción y percepción de cada individuo. De ahí que el poder de los medios no sea el que se les había supuesto hasta entonces, ya que estarían limitados por variables psicológicas individuales.

Se opone en este punto a la teoría hipodérmica. Ésta asemeja el proceso de comunicación a la función que realiza una aguja hipodérmica: el mensaje que emiten los medios penetra en la piel del cuerpo social sin que éste pueda hacer nada por remediarlo, y acabe por asumir, sin capacidad crítica o selectiva, los mensajes que le llegan. No obstante, el esquema comunicativo de ambas teorías es unidireccional. Así, el mensaje siempre va de los medios a la sociedad, si bien la teoría de los efectos limitados presupone a la sociedad capacidad selectiva con respecto a los mensajes.

Su principal representante es Paul F. Lazarsfeld, autor junto con Robert K. Merton del texto "Los medios de comunicación de masas, el gusto popular y la acción social organizada"(Teoría de los efectos limitados. s.f.).

Marco referencial

Para poder avanzar en la investigación tenemos que abordar las teorías que sustentarán nuestra investigación, así como las fuentes que se ocuparán para el proceso de la misma.

Con base en las características de esta investigación el enfoque que se debe utilizar es el cualitativo, ya que se trata del estudio humanista de un problema social. Abordaremos la problemática de algunas personas por medio de un enfoque holístico, que tal como lo menciona Taylor y Bogdan: "las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo"(Taylor y bogan (2010). El problema de investigación se enfoca en cómo los medios masivos de comunicación, en este caso la televisión, influyen en las conductas de una población o una sociedad. La definición de la televisión, según la Real Academia Española la considera, como la transmisión de imágenes a distancia mediante ondas hertzianas, como podemos apreciar la investigación que dan los diccionarios es poco profunda y por ende no sirve para un análisis profundo, es por eso que la investigación tiene la necesidad de abordar en diferentes teorías para un mejor estudio del problema.

La influencia de los medios masivos de comunicación principalmente la televisión, son muy grandes en cualquier sociedad, pero de qué manera afectan a comunidades aisladas como lo es Ayahualulco, las investigaciones sobre el tema son muy extensas, pero la investigaciones sobre la influencia que tienen los medios en comunidades de escasos recursos son muy





pocas; sin embargo, para orientar la investigación se considerarán algunos estudios sobre la influencia que tienen los medios masivos de comunicación en la sociedad.

Giovanni Sartori, escritor e investigador, hace un análisis profundo sobre cómo los medios masivos influyen en la vida de un ser humano en su libro "El Homo videns" publicado en el año de 1997, en su investigación aborda, que la televisión representa no sólo un medio de entretenimiento sino también un medio que educa, de tal manera que la sociedad expuesta a estos medios masivos de comunicación son afectados en gran medida por los mensajes que les llegan a través su aparato receptor, ya que tiene una gran peso formativo en el individuo, las imágenes, los sonidos son estímulos que llegan al receptor afectándolo consciente e inconscientemente, orientándolo para responder a ciertas conductas dirigidas por los medios.

Juan Ignacio Pontón también aporta una investigación donde muestra la siguiente hipótesis: "Los medios masivos de comunicación influyen sobre las personas, modificando sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo y la opinión pública", en la cual aborda la problemática que tiene la televisión por ser un medio masivo que trasmite programas educativos, informativos, de entretenimiento, también de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población, los mensajes visuales tienen un gran peso en la formación del individuo, el televidente se educa de manera visual, esto significa que la persona que está expuesta a estos estímulos se educará para tener una percepción de la realidad basándose en sólo imágenes, dejando a un lado la comprensión profunda del ser.

Basándonos en estas investigaciones la investigación tendrá un mejor panorama para su estudio, así mismo, servirá como una guía para prevenir posibles errores que se puedan

originar durante la investigación en la comunidad de Ayahualulco, Veracruz.

Marco conceptual

Algunos de los conceptos que nos ayudarán a delimitar y guiar nuestra investigación, son los siguientes:

Medios Masivos de Comunicación: término utilizado para describir a todos los medios de comunicación que llegan a la población en forma masiva, pueden producir cambios culturales a gran escala, positivos o negativos, como la TV, radio o internet (Medios de comunicación masiva. (s.f).

Los medios masivos de comunicación constituyen la base para la formación de la ideología de una sociedad determinada, transmitiendo discursos que son adoptados por diversos grupos sociales, teniendo un impacto, obviamente a nivel masivo, pero también, un cambio de conducta y de pensamiento de manera individual.

Masa: Se define "masa" como una agrupación colectiva transitoria que se caracteriza por una nula o casi nula interacción entre sus miembros, por ejemplo no están reunidos físicamente en ningún lugar, pero se encuentran sometidos a un mismo estímulo. La reacción de las masas puede ser o no racional y es posible que la reacción de cada uno de sus miembros ante un mismo estímulo no sea uniforme. A partir de este concepto de "masa", es posible definir a los medios de comunicación de masas como aquellos medios de comunicación que están dirigidos a este tipo de público en particular (Luis Ángel Escamilla s.f.).

Cuando un individuo se encuentra dentro de un grupo inconsciente e irracionalmente, se vuelve parte de la masa o se masifica, resulta más fácil que se vea influido por los contenidos televisivos, dificultando que el mismo individuo reconozca los mensajes que le perjudican de aquellos que podrían ayudar a su formación.



Valores: Para la axiología, una disciplina de la filosofía, el valor es una cualidad que permite ponderar el valor ético o estético de las cosas, por lo que es una cualidad especial que hace que las cosas sean estimadas en sentido positivo o negativo (Definición de valor s.f.).

Los valores son una cualidad "sui generis" de un objeto. Los valores son agregados a las características físicas, tangibles del objeto; es decir, son atribuidos al objeto y por un individuo o un grupo social, modificando a partir de esa atribución- su comportamiento y actitudes hacia el objeto en cuestión.

Los valores juegan un papel importante dentro de la dinámica social, ya que aparte de servir como un instrumento ético de regulación, también se ven relacionados con el tipo de contenidos transmitidos por los medios de comunicación, y por ende, con el tipo de actitudes y comportamientos por parte de los receptores de dichos contenidos.

Juicio Crítico: El objetivo del juicio crítico es aclarar el tema, relacionarlo con otros temas, introducir cuestionamiento y nuevas preguntas que pongan a prueba las afirmaciones, no tanto para refutarlo sino para obtener un mayor conocimiento del objeto en cuestión (El juicio crítico. s.f.). Los medios de comunicación, en especial la televisión, por su gran alcance, deben de ser capaces de transmitir contenidos que puedan presentar un código axiológico vasto, del cual, los individuos puedan seleccionar los valores con los que se sientan identificados para posteriormente, formar un juicio crítico propio y aplicable a su vida individual y social.

Alienación: El origen de la palabra "alienation" es inglesa y significa "marca, distintivo, señal", es decir, algo exterior, que tiene existencia.

Situación donde el hombre se pierde y confunde su ser con los productos de su acción. Implica insatisfacción y un

sentimiento de falta de autenticidad, el individuo pierde identidad (Alienación. s.f).

La alienación representa la pérdida de la identidad, sustituyéndola o acoplándose al entorno dominante que orilla al individuo, inconscientemente, a ceder a su propia individualidad y reemplazarla por los estímulos que son proporcionados, entre otros factores, por los medios de comunicación.

Metodología

La metodología de la presente investigación tiene un enfoque cualitativo; el motivo de la estructura es aplicar un estudio cualitativo que permita dar las herramientas necesarias para que los jóvenes tengan la posibilidad de discriminar el contenido televisivo y hacer una mejor selección de los programas.

La metodología cumplirá con las características de la investigación cualitativa: la realidad de la investigación, se clasifica como dinámica ya que está en constante cambio y no está apegada a una estructura rígida, la perspectiva es interna puesto que ve las cosas desde dentro y se trata de relacionar con el problema, se ocupa un enfoque holístico ya que estudia las partes del todo tratando de relacionarlas y está orientada hacia la exploración y la comprensión, se inmiscuye en el problema visualizado para tratar de razonarlo y encontrarle alguna solución, el diseño estará orientado al proceso, no puede ser ni estructurado ni rígido ya que siempre está abierta a los cambios y al cómo se va desarrollando la investigación, la estructura está abierta a los hechos, sabemos que pueden suceder situaciones que no estaban previstas; el proceso es cuasi controlado, porque no es estructurado y algunas cosas si pueden controlar, en cuenta al procedimiento, es flexible, no será riguroso ni determinado, se podrán cambiar situaciones; se realizará en condiciones naturales, donde se desenvuelven sin ser alteradas y utiliza datos subjetivos no subjetivistas, es decir, tendrán





que ver desde quienes los apliquen, utilizando el conocimiento como herramienta y dejando de lado los prejuicios.

Alcance

Debido a que el objetivo de la investigación es describir el fenómeno que se da en una realidad determinada, la presente investigación partirá de un enfoque descriptivo, en un contexto en especial, en este caso, la secundaria de Ayahualulco, Veracruz. Se reúne conocimiento acerca del fenómeno y posteriormente, se trata de permitir un acercamiento de la dinámica que se lleva a cabo en el contexto estudiado.

Gran parte de esta investigación se basa en proveer un buen registro de los tipos de hechos que tienen lugar dentro de esa realidad y que, por lo tanto, la definen o caracterizan sistemáticamente. Básicamente, se usarán esos registros para tratar de interpretar la realidad de los niños de la secundaria de Ayahualulco. Lo que se tenga como registro de la realidad estudiada servirá posteriormente para hacer una descripción detallada del contexto en el que se llevará a cabo la presente investigación, y de los agentes que intervienen en la modificación de ésta.

Diseño de la investigación

La investigación que se ha realizar se clasifica como no experimental ya que dentro de la misma se tiene como objetivo únicamente observar y brindar las herramientas necesarias para que los jóvenes sean capaces de tener un sentido crítico ante los contenidos que brinda la televisión.

Dentro del diseño no experimental, la investigación se clasifica en transaccional, ya que el proceso se realizará en una sola visita a al albergue De La Salle con los jóvenes de nivel secundaria situada en la comunidad de Ayahualulco, Veracruz.

Población

La población a la que se tiene planeado realizar la investigación se encuentra en el albergue de La Salle en la comunidad de Ayahualulco, Veracruz, el rango que se abarcará consta de jóvenes de nivel secundaria de entre 12 y 15 años y espacios aledaños.

Muestra

Se toma al azar, no probabilística ya que no se tiene el control de quiénes aceptaran cooperar parte de la investigación.



Instrumentos de Investigación I Entrevista

La elección y discriminación del contenido televisivo por parte de los jóvenes de la escuela secundaria de Ayahualulco.

Contesta las siguientes preguntas

Nombre: _____

Edad: _____

Sexo: Femenino Masculino

1. ¿Semanalmente cada cuando ves televisión?
a) 1a3 días b) 4a5 días c) 6a7 días
2. ¿Al día cuántas horas pasas frente a la televisión?
a) Menos de 1hr b) 1hr c) 2 hrs d) 3 hrse) más, ¿Cuántas? _____
3. ¿Qué tipo de programas te gustan?
a) Concursos b) telenovelas c) caricaturas d) educativos e) otros: _____
4. ¿Qué tanto crees que tu vida se parece a los programas que más tu gustan?
a) Mucho b) poco c) nada
¿Porqué? _____
5. ¿Admiras a alguno de los personajes que salen en televisión? ¿Por qué?
6. ¿Que enseñanzas te han dejado los programas que frecuentas?
7. ¿Que valores son los que te ha inculcado la televisión?
a) Respeto b) justicia c) igualdad d) ninguno e) otro: _____
8. ¿Qué tipo de programas te gustaría que la televisión presentara con mayor frecuencia?
a) Concursos b) telenovelas c) caricaturas d) educativos e) otros _____
9. ¿Qué tanto crees que puedes confiaren la información que ves por televisión?
a) mucho b) regular c) poco d) nada
¿Porqué?
10. ¿Qué tanto crees que tu vida se parece a lo que ves por televisión?
a) mucho b) regular c) poco d) nada
¿Porqué?

Gracias por su tiempo y participación la cual ayudará
a la realización de esta investigación.





II Sesión de grupo

La presente investigación estará apoyada por la realización de un taller de tres días, en el que se proyectarán a los alumnos de la secundaria de Ayahualulco, Veracruz, contenidos televisivos, de diferente clasificación y estilo. A través de la proyección de dichos contenidos, se pretende que los alumnos logren diferenciar aquellos que pueden ofrecer un aprendizaje o una educación basada en valores o comportamientos correctos moralmente, que contribuyan a su formación personal y social.

La sesión de grupo se realizará una vez finalizada la proyección de los contenidos televisivos, diariamente, con una duración aproximada de treinta minutos a una hora. Se charlará con todo el grupo que presenció lo proyectado, acerca de sus impresiones, sus pensamientos, todo lo relacionado con lo que acaban de observar a través de la televisión. De esta manera, se dará una retroalimentación general entre los alumnos, ya que al intercambiar sus ideas, se logrará el enriquecimiento de la actividad.

Elementos a tratar en la sesión

- **Datos generales y primeras impresiones.**
Primeramente, se llevará a cabo una pequeña presentación de todos los alumnos que estén asistiendo a esta sesión. Se dará una bienvenida y se explicará de manera general la dinámica de la misma. Se partirá de datos generales de algunos alumnos, tales como el número de horas que pasan frente a un televisor y cada cuanto tiempo lo hacen. Después se pasará a las primeras impresiones de los alumnos al momento de ver los videos. Se preguntará si ya eran conocidos para ellos, si nunca en su vida los habían visto, sólo aspectos generales.
- **Intercambio de opiniones acerca de los contenidos mostrados.**
Se comenzará con el diálogo entre los alumnos, preguntando si los contenidos que se mostraron fueron de su agrado y si se sintieron en algún momento identificados con ellos. De la misma manera, se hablará acerca de la preferencia de los alumnos por algún personaje mostrado previamente, si es que existe una identificación y un gusto con uno o más personajes, se hablará al respecto.
- **Discusión acerca de los valores identificados a través de los programas utilizados.**
Se seguirá propiciando el intercambio de opiniones, pero esta vez, enfocándonos al tema de los valores y de la ética en los contenidos televisivos. Se preguntará acerca de cuál o cuáles han sido los valores o las actitudes, transmitidos por televisión, que se han incorporado a sus vidas diarias. De la misma forma, se hablará acerca de qué tipos de programas les gustaría a los alumnos ver por televisión, y si los que utilizamos para la actividad les parecieron atractivos, y el porqué de su respuesta.
- **Conclusiones generales del tema, basándonos en las opiniones que vayan surgiendo sobre la marcha de la sesión.**



Instrumento: Sesión de grupo.

Datos generales y primeras impresiones

1. Rango de edades:
a) 12-14 _____ b) 15-17 _____ c) 18-20 _____ d) Otro _____
2. ¿Cada cuándo ven la televisión?
a) Nunca _____ b) Diariamente _____ c) 2 o 3 veces al día _____ d) Otro _____
3. Número de horas frente al televisor:
a) 0-1 _____ b) 1-2 _____ c) 2-3 _____ d) 3-4 _____
4. ¿Conocían los videos proyectados?
a) Sí _____ b) No _____ c) Sólo algunos _____

intercambio de opiniones acerca de los contenidos mostrados

5. ¿Fueron de su agrado los contenidos?
a) Sí _____ b) No _____
6. ¿Hubo identificación con los contenidos mostrados?
a) Sí, ¿cuáles? _____ b) No _____
7. ¿Hubo preferencia con algún personaje mostrado?
a) Sí, ¿cuáles? _____ b) No _____

Discusión acerca de los valores identificados a través de los programas utilizados.

7. ¿Identificaron valores en los contenidos mostrados?
a) Sí, ¿cuáles? _____ b) No _____
8. ¿Qué tipo de programas les gustaría ver en la televisión?
a) Entretenimiento _____ b) Informativos _____ c) Culturales _____ d) Otros _____





Interpretación de resultados

Primeramente planificamos nuestra encuesta para cincuenta personas con un rango de edades desde los siete hasta los catorce años, prefiriendo así a niños y adolescentes.

Basándonos en el análisis de los datos, primeramente podemos percibir que el 48% de los jóvenes encuestados ven televisión de uno a dos días por semana, mientras que el 32% la observan de seis a siete días, el 20% solamente cuatro a cinco, acerca de estos resultados nos sorprendimos ya que todo indica que en esta comunidad los adolescentes no suelen ver la televisión tanto como en nuestra realidad.

Por otra parte, resultó que el 34% de los encuestados solamente pasan una hora frente al televisor, el 30% dos horas, mientras que el 20% menos de una hora, representando el 10% ven más cinco horas, el 6% corresponde a solamente tres horas frente al televisor; lo que podemos rescatar de esto es que los adolescentes de esta comunidad prefieren pasar más tiempo conviviendo con el medio ambiente, con sus familiares y ayudando con el trabajo en casa.

Acerca de los tipos de programas que los televidentes suelen frecuentar, el 38.89% aceptó preferir caricaturas, en segundo lugar con un 31.48% observan telenovelas, el 29.63% suele ver otros tipos de programas, mientras que los programas educativos obtuvieron el 11.11%, los concursos con menos televidentes resultaron el 1.85%; porque podemos interpretar que los encuestados prefieren ver en primera instancia programas que los hagan divertirse, en segunda que algunos observan lo que sus familias ven por ejemplo las telenovelas en las niñas.

Respecto a los televidentes que piensan que su vida se parece a los programas de su preferencia, nos pudimos dar cuenta que el

52% creen que su realidad es poco similar, mientras que el 42% admite que en ningún aspecto se relaciona, y con una minoría de 4% aceptó que en muchos aspectos; creemos que son conscientes de que lo que pasan en televisión no se asemeja para nada a lo que ellos viven donde carecen de lujos y lo que piensan que sí es por las situaciones que se presentan y que si viven, como lo es la violencia, situaciones familiares o escolares.

Al preguntarles por qué pensaban que su vida se asimilaba el 57% no respondió, en segundo lugar con un 20% admitió que era irreal lo que veía en el televisor, el 18% cree que si se parece y con un 5% solamente por entretenimiento.

Acerca de los personajes que admiran los televidentes resultó que el 26% no contestó, los artistas son admirados con un 24%, hubo un empate de 22% que aceptan no admirar a alguien mientras que el otro 22% las caricaturas y los líderes de opinión solo obtuvieron un 6%.

Para un 38% de los encuestados la televisión no les ha inculcado ninguna enseñanza, los valores con un 28%, el 18% no contestó, el 10% admitió que solamente enseña problemas y por último el 6% solamente oficios; esto resultaría un poco alarmante ya que desde un punto de vista del comunicador una de las principales funciones de la televisión es educar y comparándolo con nuestras encuestas podemos confirmar que esto no está sucediendo.

En cuanto a los valores que ha inculcado la televisión se obtuvo que un 23% piensa que ninguno pero con otro 23% admitió que el respeto, por un 20% por igual ha sido la justicia e igualdad, el 14% de los encuestados aceptó que otros son los valores; pensamos que estos valores les han sido inculcado gracias a los programas que suelen ver los adolescentes como las caricaturas y las telenovelas.



Otro tipo de programas que les gustaría ver resultó que el 42% preferiría observar han sido los educativos, con un 16% por igual han sido caricaturas y otros, las telenovelas con 8% y un 2% concursos; fuimos conscientes de que los adolescentes saben que ven en la televisión y que les gustaría ver

La confianza acerca de la información que se transmite es poca con un 47%, regular con 28%, mucho 18%, nada 10% y no contestaron otro 10%; pensamos que esto se debe a que la mayoría de las personas pueden percibir que no todo es verdadero ya que se manipula la información.

En cuanto al porqué de la pregunta anterior un 48% no contestó, un 26% piensa que es porque se ocultan algunas cosas, un 20% piensa que sí es real la información, y el 6% admite que es irreal.

El 44% de los encuestados piensa que su vida no se parece en nada respecto a lo que ven en televisión, un 34% admite que es regular, piensan que es poco un 16% y solamente un 6% acepta que mucho.

El 46% no contestó al preguntarle el porqué de la pregunta anterior, el 26% piensa que es irreal, el 24% dice que por problemas, solamente el 4% dice que es neutral; la mayoría es totalmente consciente de que son realidades totalmente opuestas en cuanto a recursos y lujos que la televisión presenta.

Conclusiones:

Definitivamente, la televisión es un medio de comunicación cuya importancia es y ha sido trascendental para el desarrollo de la sociedad moderna. Tanta ha sido su influencia en diversos sectores de la sociedad que muchos intelectuales y comunicadores como los mencionados anteriormente se han dado a la tarea de estudiar los efectos que producen contenidos específicos transmitidos por televisión.

La sociedad de masas, la pérdida de individualidad y la generalización de la identidad son sólo algunas consecuencias que se pueden ver directamente relacionadas con la función social de la televisión; existen teorías, como las planteadas previamente en el presente marco teórico, que apoyan la idea de la influencia tan grande y, a veces, desmedida, que genera dicho medio de comunicación.

A lo largo de la investigación fue posible recabar información de gran relevancia, la televisión tiene una gran influencia sobre los jóvenes de la comunidad de Ayahualulco Veracruz y sus alrededores. En cuanto a las preguntas de investigación, los jóvenes permiten la discriminación de contenido basándose en sus experiencias de vida y necesidades, un 52% de los entrevistados aseguran que es muy poco el parecido que hay entre sus vidas y lo proyectado en la pantalla, para poner en práctica la correcta discriminación de contenidos es importante reconocer cuándo la información es relevante y si el suceso puede llegar a afectarlos, como cierto tipo de noticias (terremotos, bajas económicas, reformas de ley) a diferencia del simple entretenimiento, ofrecido en las caricaturas o telenovelas. También es importante recalcar que a los jóvenes dentro del taller se les mencionó que va a ser la información o el contenido que permita la solución de problemas, la toma de decisiones, el crecimiento personal o la armonía social, la que forme parte del contenido correcto y que vale la pena prestar atención.

Según el objetivo general, se ha llegado a la conclusión de que los jóvenes al encontrarse cerca de institutos educativos tiene la posibilidad de formarse un criterio, de igual manera, las familias que permiten el acceso a la educación permiten que sus jóvenes logren un análisis sustancioso sobre lo proyectado de forma audiovisual, su forma de vida les permite reconocer que a pesar de que el 31% ve telenovelas, hay aspectos que retratan una realidad y lo demás es ficción. En el objetivo





general, se llegó a la conclusión de que los jóvenes tienen las bases para descartar contenidos televisivos, ya que ambos polos pueden converger en una sola situación, la mayoría con un 28% cree que algunas cosas son confiables y otras no. Los adolescentes contestaban que su vida se parecía en cuanto a que ellos viven en casas al igual que los actores de telenovelas con la diferencia en que los jóvenes no tienen hogares lujosos; los entrevistados tienen las bases al mostrar que la mayoría reconocía que dentro de los medios masivos existen diversos testimonios utilizados para concientizar y enseñar o para vender y entretener.

La televisión es el medio masivo de comunicación con gran influencia en la sociedad, el 100% de los entrevistados cuenta con mínimo un aparato de transmisión satelital, de éste, la mayoría contestó haber aprendido valores, formas de comportamiento y que dentro de la vida hay riesgos y problemas; la mitad de los jóvenes en las sesiones de grupo ha aprendido de los valores por este medio; la televisión funge como ventana, es de ella donde consideran pueden aprender más, un 42% exige más programas televisivos con un contenido educativo que permita conocer el uso de las computadoras, matemáticas, historia, lugares diversos con sus costumbre y tradiciones.

La televisión como lo señala el marco histórico, se consolidó como medio masivo de comunicación desde su primera transmisión en la década de los 40 en México, un aparato que permite captar la atención del espectador por medio del dinamismo visual y auditivo abre sus puertas a millones de individuos que poco a poco se ven sometidos a los parámetros que ésta. El 77% en las entrevistas aceptó que la televisión les mostró la práctica de los valores; algunas de las respuestas al aplicar herramientas dejaron al descubierto que las formas de comportamiento también pueden llegar a ser adoptadas, sin embargo, los jóvenes de Ayahualulco, Veracruz y sus alrededores consideran que los finales

románticos o las situaciones chistosas dentro de una caricatura están planeadas y no suceden en la vida real. En lo que cabe dentro del marco teórico, la *teoría de los efectos generalizados del estímulo* señala que a una mayor violencia en los medios de comunicación corresponde no una mayor violencia en la sociedad, sino en ciertos sectores que, por su fragilidad cultural y su predisposición psicosocial, son blanco fácil de las conductas agresivas y delincuenciales que despiertan dichos mensajes, la investigación arrojó que la mayoría con un 38% piensa que la televisión muestra los riesgos que se corren dentro de la vida diaria y los problemas tanto sociales como personales, mientras que un 20% (mayoría) en las sesiones de grupo indicó que la televisión permite conocer la violencia que hay alrededor de la gente y con el 20% de los participantes de las sesiones (segundo más mencionado) concluyeron que la televisión también era un medio por el cual se podía aprender a llevar a cabo todos estos mensajes violentos, robo, violación, secuestro, maltrato. La labor de recibir estos mensajes con la idea de crear un mejoramiento recae en mayor medida en las familias y las instituciones educativas.

A lo que respecta del marco conceptual, se puso en práctica el concepto *cortina de humo* al momento en que los jóvenes mostraron su capacidad de reconocer noticias que tiene un impacto fuerte en la sociedad y funcionan como medio de distracción, dentro de las sesiones de grupo se identificaron las noticias *La niña Puulette y el caso Cabañas* como medios que, los jóvenes afirman, tuvieron la tarea de ocultar el alza en los impuestos, los problemas económicos de México y la muerte de miles de personas en los terremotos de los últimos meses. De los conceptos explicados dentro del mencionado marco, se puso en práctica el *juicio crítico*, en el taller, al momento de reflexionar y concluir que tomar decisiones sobre la discriminación de contenido es necesario estar informado y siempre cuestionar al transmisor.



Del marco referencial rescatamos la frase de Bogart Juan Ignacio Pontón, *“Los medios masivos de comunicación influyen sobre las personas, modificando sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo y la opinión pública”*, el 23% en entrevistas contestó que es el respeto la mayor enseñanza de los medios en el ámbito de los valores, mientras que el 50% lo respalda en las sesiones de grupo respondiendo que los valores son las aportaciones más grandes a su formación. Mientras que el mismo porcentaje en las entrevistas (23%) muestra que no han aprehendido nada de la televisión, esto muestra la ambivalencia en las interpretaciones de los mensajes recibidos.

La televisión actúa como los ojos de la sociedad; no obstante, los jóvenes no tienen tanta dependencia hacia este medio, la mayoría en ambos instrumentos, con el 48% en entrevista y 75% en sesiones de grupo contestó que sintonizan la televisión entre 1 y 3 días y el 50% en entrevista y el que tiene mayor frecuencia con el 34% contestó que únicamente la ven una hora por la restricción de los padres, la estancia académica, las labores escolares o la preferencia por salir con los amigos.

La investigación fue de carácter cualitativo, la realidad fue dinámica, poco a poco la semi-estructura del proyecto se fue ajustando al comportamiento de los jóvenes, sus inquietudes y la visión que se identificó en ellos, los jóvenes mostraron interés en el tema, criterio y gran influencia de sus familiares, el 31.48% que contestó telenovelas como su mayor preferencia, comentaban que las sintonizaban porque sus mamás así lo hacían. En la investigación se tomaron diversos ángulos formando un estudio holístico, desde la perspectiva que tenían ante la información en general, hasta la influencia de contar con educación, las restricciones y permisos de los familiares, como medio de cohesión social al compartir gustos con los amigos y sus experiencias personales como punto de partida.

Las escuelas de las comunidades de Ayahualulco, Veracruz; incluyendo a La Salle Ayahualulco, permiten que los jóvenes tengan herramientas para dudar de la procedencia de la información que reciben, sus familiares son la influencia más grande para el contacto con la televisión mientras que los amigos son la referencia principal para comenzar a ver un programa, ya que los gustos en común permiten formar lazos en sociedad, el 40% de los entrevistados contestaron ver con mayor frecuencia caricaturas y el 20% de la opción abierta (otro) solían comentar entre ellos, ya que Bob Esponja, el Chavo y las Luchas fueron los más mencionados y donde se producía una pausa donde ellos comentaban el capítulo de su agrado o sus expectativas del próximo espectáculo, este fenómeno ocurrió sin la necesidad de tener una amistad muy grande, simplemente por el hecho de compartir opiniones.

Nuestra población abarcó de 12 a 17 años en ambas pruebas, se tuvo que modificar por las condiciones educativas de las instituciones, algunos de los jóvenes de entre 15 y 17 mostraron cierta resistencia y miedo al hablar de sus gustos por los programas y personajes que más les gustaba, la mayoría en esta sesión de grupo se dejaba llevar por lo que opinaban los primeros que hablaban, mostrando que para ellos era importante decir algo que los hiciera ver bien frente a los demás, algún gusto que tuvieran en común, sin embargo, 7 de las 8 sesiones y las 50 entrevistas se vieron libres de este contratiempo.

Los instrumentos permitieron conocer la posición de los jóvenes frente a la televisión, se concluye que la mayoría no presenta gran afecto a este medio, pueden llegar a verlo como medio de entretenimiento o espejo de una realidad vivida, escuchada o inventada.

Los jóvenes son conscientes de la violencia que se proyecta, los problemas los reconocen por la forma en cómo se identifican con ellos, sin embargo, la televisión no deja de ser un





medio tan abierto que logra que de 50 entrevistados y 8 sesiones de grupo un 20%, mínimo pero considerable descubra que de ésta se pueden obtener herramientas para ejercer violencia y son ellos quienes rectifican que los padres y los profesores les permiten formar un criterio sobre lo que se ve, la televisión es tan amplia como la variedad de personas que habitan ahí, las interpretaciones serán diversas y dependerán de las vivencias y sobre todo, la formación práctica en la familia y en la escuela (educación formal), al verse tan alejado de la ciudad y tan fuera de otras realidades, los programas televisivos podrían ser parte del tan necesitado bagaje cultural y académica que necesitan, en ambos instrumentos los adolescente afirmaban que si veían más caricaturas y telenovelas era porque no encontraban programas interesantes, educativos y culturales. Por otro lado, los padres de familia son quienes controlan la influencia positiva y negativa de los medios, los profesores también controlan la información, sin embargo, la globalización alcanza todos los rincones del mundo y su preferencia por Bob esponja, las luchas norteamericanas, admirar personajes extranjeros (Michael Jackson) habla de una juventud globalizada, por un lado se encuentran al límite de la alienación y por otro se están atrasando; por un lado el bombardeo de mensajes con amplio contenido sexual y por otro, la lujosa y atrayente vida citadina; ambos son problemas grande que se deberán estudiar por que la mala planificación familiar y la migración en busca de oportunidades está afectando su realidad, le televisión es un arma de doble filo pero al final real, no se puede huir de ella, simplemente concientizar para aceptar y repeler de forma inteligente, más allá de tradicionalista o libertinaje, lo que ellos necesitan es orientación.

Recomendaciones

- Transmitir material audiovisual con contenido educativo, cultural y artístico, mencionaron que la televisión es un medio por el cual se pueden conocer las diversas

artes y aprender a llevar a cabo oficios o actividades extraacadémicas.

Entre lo más mencionado se encontró:

- Reportajes de lugares diferentes, ciudades, países, tribus.
- Que permitan otra visión de la realidad.
- Gastronomía, música, tecnología.
- Trabajos artísticos en madera, soldadura, cristal.
- Nuevas carreras y trabajos dentro y fuera del campo.
- Personajes históricos y contemporáneos que aporten un mensaje que inspire y fortalezca la vida privada y profesional de los jóvenes.
- Situaciones que les permita reflexionar sobre la vida real de la ciudad y del campo, ya que la migración fue una de las urgencias que detectamos.
- Alternativas en trabajos poco comunes y rentables.
- Buscar reportajes, documentales, cápsulas, cortometrajes, series de alto grado de aportación educativa sin dejar de lado la diversión.
- Tomar los contenidos educativos de forma entretenida para no alejar a los jóvenes y permitir la apertura de ellos a la cultura.

Documentales y reportajes:

La mirada de OukaLeele, Anclados, Familystrip, Nuestros hijos nos acusarán, Madre Amadísima, Pecados de mi padre, El camino de los sueños, El viaje de la tortuga, Once in a lifetime, Réquiem por Billy el niño, Nacidos en el burdel.

Películas:

El color del paraíso, Diarios de la calle, Rebelión en las aulas, Cadena de favores, El estudiante, El rey y yo, El club de los cinco, El sustituto, Música del corazón, Esta tierra es mía, Naranja mecánica, La sociedad de los poetas muertos.

Cortometrajes:

El circo de la mariposa, Los estudiantes en acción, Los docentes en acción, Educación formal e informal.



- Tomar los medios audiovisuales como herramienta para complementar el aprendizaje dentro de la escuela o para orientar la vida personal, y les permita buen crecimiento personal y social, sin olvidar la retroalimentación para que los jóvenes interpreten de la mejor manera, con ayuda de los profesores.
- Contratar televisión de paga permite una mayor selección de contenido sustancial, a continuación se presentarán diversos canales con el tipo de contenido que se permite sintonizar:

Canal	Contenido
National Geographic	Un canal dedicado a la historia, la cultura, flora y fauna, invita a descubrir partes desconocidas de nuestro mundo.
Discovery Channel	Todo lo que necesitas saber de ciencia, tecnología, naturaleza, espacio, aventuras y mucho más, sólo en Discovery Channel.
Animal Planet	Las tomas más dramáticas, la naturaleza en su forma más cruda y a la vez sublime, los animales y su relación con el ser humano.
Discovery Kids	Dkids un canal diseñado para incentivar, educar y desarrollar la curiosidad de los más pequeños, para que descubran su gran potencial.
Canal ONCE	<ul style="list-style-type: none"> • La satisfacción de los televidentes, la calidad y precisión de la información. • La calidad y la diversidad de otros tipos de programas. • La transparencia y la independencia de la gestión. • La promoción y el respeto de las normas éticas. • La relevancia social de los medios, con una contribución significativa al desarrollo social y a la democracia.
Canal 40	Canal 40 tiene el objetivo de tender hacia una televisión tanto cultural como de servicio.

- Canal 40 tiene el objetivo de tender hacia una televisión tanto cultural como de servicio.
- Que La Salle Ayahualulco y las diversas escuelas se mantengan en constante contacto con las familias, para que juntos encaminen a los jóvenes con la visión real del mundo, haciendo al joven consciente, analítico y responsable sin coartar una de las facultades de mayor peso en un individuo, la libertad, ya para que al momento de llegar a la etapa adulta y se vean obligados a decidir, lo hagan de la mejor manera, posible y responsablemente.
- Continuar con la orientación, la búsqueda del criterio y el análisis de contenido. Sería recomendable que a la semana se vieran de 1 a 3 películas, programas o cortometrajes como complemento o extraacadémica y que se hiciera una sesión de grupo o debate sobre el contenido el impacto de éste en los jóvenes para orientar su criterio y aprendizaje; al término los jóvenes podrían llevar como tarea anotar sus conclusiones y poner el práctica lo aprehendido.
- Tener presente que la televisión es un medio constante, presente y globalizado; la distancia se acorta frente a los medios





audiovisuales y entre más se ignore esta realidad, más compleja se hará la toma correcta y consciente de los jóvenes frente a las inevitables decisiones.

- Continuar con la precaución sobre el tiempo y el contenido que se sintoniza, éste dependerá de la edad y madurez del joven.
- Buscar otras alternativas de información y educación como actividades de aula, libros, periódicos, revistas, internet o radio etc., que tengan confiabilidad y permitan que los jóvenes juzguen, se enteren y obtengan diversos puntos de vista sobre un mismo tema.
- Permitir que los jóvenes sigan viendo el contenido de entretenimiento con la finalidad de lograr la comparación con los contenidos educativos y culturales, los jóvenes también requieren de momentos de esparcimiento.



Fuentes de consulta:

Apuntes de la materia de "Teorías de la Comunicación IV" de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, cuarto semestre, materia impartida por Luis Ángel Escamilla. Sartori, Giovanni (1997). Homo Videns: Taurus pensamiento.

Aguja Hipodérmica, consultada el 8 de marzo de 2010, <http://teocoms.blogspot.com/2007/09/teor-de-la-aguja-hipod-el-primer.html>

Gurméndez Carlos (s.f) Alienación. Consultado el 8 de marzo 2010, En línea en: http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/A/alienacion_b.pdf

Communicationstudies, Consultadas el 8 de marzo de 2010, En línea en: <http://www.colostate.edu/Depts/Speech/rccs/theory06.htm>

Gómez Calderón, Bernardo J (s.f) Disfunciones de la Socialización a través de los Medios de Comunicación en la Revista "Razón y Palabra", consultada el 8 de marzo de 2010, En línea en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n44/bgomez.html>

Infoamérica, Consultada el día 19 de abril de 2010. Disponible en: <http://www.infoamerica.org/teoria/gerbner1.htm>

Influencia de los medios de comunicación de masas, consultada el día 8 de marzo de 2010, <http://www.monografias.com/trabajos/influmcm/influmcm.shtml>

La televisión, consultado el 19 de abril de 2010, <http://monografias.com/trabajos13/televis/televis.shtml>

Medios de comunicación masiva, consultado el 8 de marzo de 2010 en, http://es.wikipedia.org/wiki/Medios_de_comunicaci%C3%B3n_masiva

Medios masivos de comunicación, el 8 de marzo de 2010, en, http://www.google.com.mx/search?hl=es&rls=com.microsoft:es-mx:IE-SearchBox&rlz=117TSHL_esMX34I&defl=es&q=define:Valores&ei=18KVS_rOL5L8tQP194n5Bg&sa=X&oi=glossary_definition&ct=title&ved=0CAYQkAE

Mean World Syndrome, consultado el día 19 de abril de 2010. Disponible en: http://en.wikipedia.org/wiki/Mean_World_Syndrome

Juicio Crítico, consultado el 8 de marzo de 2010 en: <http://psicologia.laguia2000.com/general/el-juicio-critico>

Televisión, consultada el 8 de marzo de 2010, <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>

Teorías de la comunicación, consultada el 8 de marzo de 2010, <http://www.slideshare.net/PJCR/teorias-de-la-comunicacion-presentation>

Teorías de la Comunicación, consultado el día 19 de abril de 2010. Disponible en: <http://www.slideshare.net/PJCR/teorias-de-la-comunicacion-presentation>

Teoría del Cultivo, consultado el día 19 de abril de 2010. Disponible en: <http://teocoms.blogspot.com/2007/07/george-gerbner-pionero-de-la-teoria-del.html>

Teoría de los efectos limitados, consultado el día 19 de abril de 2010, http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_los_efectos_limitados

Teoría de Gerbner, consultada el 8 de marzo de 2010, <http://www.infoamerica.org/teoria/gerbner1.htm>

Copyright (c) 2011 Daniel Castillo Del Razo, Pamela Plaza Gómez, Francisco Javier México Soriano, Alma Gabriela Silva Díaz y Esther Fragozo Fernández



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)

