

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



**“PREFERENCIA E INFLUENCIA EN LA CONDUCTA DE LOS ADOLESCENTES  
DE PRIMER AÑO DE BACHILLERATO DEL INSTITUTO NACIONAL DE  
COMERCIO (INCO), CON RELACION A LA PROGRAMACION TELEVISIVA”**

TESINA

PRESENTADA POR:

MIRNA ESTELA OSORTO GUEVARA  
RINA GUADALUPE TEOS ALAS  
ROSA MARIA ZELAYA GONZALEZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:  
**LICENCIADA EN PERIODISMO**

CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE DE 2005.

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE ELSALVADOR:

RECTORA:

DRA. MARÍA ISABEL RODRÍGUEZ

SECRETARIA:

LICDA. ALICIA MARGARITA RIVAS DE RECINOS

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES:

DECANA:

LICDA. ANA MARÍA GLOWER DE ALVARADO

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO:

LIC. RENÉ ALBERTO CONTRERAS

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO:

MCS. MOISÉS GUILLERMO MEJÍA

DOCENTE DIRECTOR:

MCS. ALBERTO ARAUJO FUNES

## **AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA.**

**A nuestro asesor MCS. Alberto Araujo Funes, por su paciencia e incondicional apoyo y por transmitirnos sus conocimientos, para finalizar nuestro estudio.**

### **MIRNA ESTELA OSORTO GUEVERA**

A Dios Todopoderoso por la vida, por haberme iluminado y guiado en los momentos más difíciles; a mis padres José Boenerges y Juana Leticia por su gran esfuerzo, sabios consejos, apoyo incondicional, motivación y la oportunidad de superarme, a quienes dedico mi triunfo.

A mis hermanas Carmen, Blanca y a mi hermano Boanerges por haberme apoyado a seguir siempre adelante y a todas las personas que de alguna y otra forma contribuyeron al logro de esta meta.

## **RINA GUADALUPE TEOS ALAS**

A Dios, por darme vida y sabiduría, para alcanzar esta gran meta. A mis padres, porque siempre me dieron apoyo y fortaleza en mis momentos más difíciles, enseñándome con sus ejemplos lo mejor de ellos y siempre creyeron en mí. Y es a quienes dedico mi triunfo reflejado en este trabajo.

A mi hermano y hermanas, por su comprensión y soporte en los momentos que más lo necesité. A mi sobrina, Alejandra porque con su carisma, me alegraba esos momentos que sentía desvanecer.

A Alan Ventura, por ser el hombre que estuvo brindándome su amor y apoyo y no dejaba vencerme ante nada, porque siempre con su cariño y paciencia, me fortalecía día tras día.

A mis amigas Karla, Damaris, Rosa María y Mirna, porque me soportaron en mis momentos más duros y de alguna forma, siempre estuvieron apoyándome.

Y a todos mis familiares y demás personas que me fortalecieron para finalizar mi carrera y sentirme satisfecha de la misma.

A la madre de nuestra compañera Mirna, porque siempre tenía un espacio en su hogar para atendernos cuando lo necesitamos.

## **ROSA MARIA ZELAYA**

Quiero agradecer en primer lugar a mi padre Dios por su amor, su misericordia y su perdón y porque gracias a el he alcanzado este triunfo.

A mi madre y su esposo que en todo momento me han dado su apoyo incondicional. Gracias mami, Te Amo.

A mi papá, que me ha impulsado a seguir adelante y con sus palabras me ha dado animo para luchar.

A mi hermana y su esposo porque en los momentos mas difíciles de mi vida me han brindado una mano de donde sostenerme o un hombro sobre el cual llorar. Que Dios les Bendiga.

A mi esposo Enmanuel por todos sus sacrificios que ha realizado para que y pudiera alcanzar está meta; por su comprensión, amor y paciencia. Gracias Amor Te Amo.

A todos mis Hermanos en Cristo por sus oraciones y apoyo; a mis amigas, a las Sras. Leticia y Tonita por sus atenciones y apoyo. A todos aquellos que de alguna manera me ayudaron para alcanzar esta meta. Gracias.

Dedico este logro a mi Dios Todopoderoso y a quien sin decir una palabra me ha impulsado desde que nació, a luchar y seguir adelante. A ti hijo con todo mi amor.

## INDICE

### CONTENIDO

### PAG.

INTRODUCCION .....viii

.....

.....

### CAPITULO I

DETERMINACION DEL OBJETO DE ESTUDIO ..... 11

1.1. Objetivos ..... 23

1.2. Justificación..... 24

1.3. Limitantes y alcances del estudio ..... 26

### CAPITULO II

MARCO TEORICO..... 29

2.1. Antecedentes del objeto ..... 34

2.2. Relación entre conceptos ..... 41

### CAPITULO III

METODOLOGIA..... 44

3.1. Definición y justificación de la muestra..... 44

3.2. Definición de la técnica..... 45

3.3. Tipo de estudio .....47

3.4. Procedimiento .....49

#### CAPITULO IV

EXPOSICION, ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS .....51

4.1. Preferencias .....51

4.2. Beneficios.....56

4.3 Factores externos.....63

#### CAPITULO V

##### CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES.....69

Conclusiones.....69

Recomendaciones.....75

FUENTES DE CONSULTA .....78

#### ANEXOS

## INTRODUCCION

Actualmente, en nuestro país como en el resto del mundo, la televisión se ha introducido en los hogares, convirtiéndose en un miembro más de la familia, sustituyendo en muchas ocasiones al amigo, al padre o al confesor.

Toda la vida familiar se organiza en torno a este aparato, pues tanto grandes como chicos desean entretenerse, informarse o distraerse, lo cual no sería problema, si lo que sintonizaran fueran programas educativos y culturales, pero no es así.

Ante el papel tan importante que ha retomado la televisión en los hogares salvadoreños, se considera importante estudiar la **“Preferencia e influencia en la conducta de los adolescentes con relación a la programación televisiva”**.

Esta investigación plantea qué consumen los adolescentes en cuanto a programas televisivos se refiere y cómo éstos a largo o corto plazo pueden tener cierta influencia en la conducta de los adolescentes, e incluso determinar su modo de pensar y su manera de ver la vida.

No cabe duda, el adolescente no puede ser influenciado por ver televisión una hora al día, pero enfatizamos, estos jóvenes la ven desde que eran niños, todo lo que conocen del mundo y de la vida, lo han visto por la televisión.



Pocos o ninguno, ha tenido la oportunidad de viajar a México o a Italia, no conocen Londres, la minoría de ellos, apenas conoce Guatemala y todos los lugares que han disfrutado, ha sido mediante la televisión.

En esta etapa, entre los 13 y 16 años, existe un crecimiento en la vida de la persona, se forma su carácter, tal y como lo afirmaba Hovland (1953), “las actitudes son aprendidas y dependen de los refuerzos que recibe la persona”, lo que indica que las actitudes se adquieren con base a la información que la persona recibe de su entorno.

Este entorno implica casa, amigos, escuela y medios de comunicación, en especial la televisión, la cual constantemente envía mensajes a las personas por medio de las cuales pretende persuadirlas de lo que deben hacer, decir y hasta pensar.

Sin embargo la influencia que este medio puede ejercer en el individuo, está condicionada por su entorno, ya que su situación económica y familiar puede incrementar o disminuir la misma.

Para conocer la naturaleza de nuestro objeto de estudio, presentamos en el primer capítulo, la determinación del mismo, los objetivos alcanzados, la justificación, limitantes y alcances de nuestro estudio.

Todas aquellas teorías sobre las que hemos apoyado nuestra investigación, se exponen en el capítulo II, y se presentan los antecedentes y conceptos relacionados a nuestra investigación.

Posteriormente, en el capítulo III, se plantea la metodología con la que se trabajó en el presente estudio. Además, se define el tipo de estudio, la muestra, la técnica y el procedimiento para el análisis de los datos obtenidos.

En el siguiente capítulo se exponen, analizan e interpretan los datos obtenidos, dando los resultados de esta investigación.

En el quinto capítulo, se dan a conocer las conclusiones y recomendaciones de la investigación con relación al fenómeno estudiado.

Como prueba fehaciente de la solidez de nuestra investigación se presenta la bibliografía y anexos, los cuales constituyen el respaldo de todo lo presentado en esta tesina.

## **CAPITULO I**

### **DETERMINACION DEL OBJETO DE ESTUDIO**

La televisión es el resultado de una serie de descubrimientos, que dieron origen al medio de comunicación más aclamado por grandes y chicos, desplazando así a la prensa escrita y a la radio.

La televisión con su capacidad de transmitir imágenes y sonidos, simultáneamente, impactó en todas las sociedades, convirtiéndose en la compañía perfecta y en una amiga ideal.

La industria televisiva, ha creado ante la demanda del público, diversos programas para todos los gustos y edades. Los programas creados para los adolescentes tienden a presentar situaciones que reflejan todos los problemas que se viven en esa etapa.

Los jóvenes son los que se ven mayormente influenciados por la programación televisiva, tratando de imitar lo que ahí ven y de alguna manera lo pongan en práctica en su entorno, ya sea en la escuela, familia o con sus amistades, poniendo en peligro, algunas veces; nuestra propia identidad por adoptar las ajenas.

Ante tal realidad, consideramos importante estudiar el tipo de programa que prefieren los adolescentes entre los 15 y 19 años. Además indagar si los jóvenes se ven o no influenciados por éstos y como ellos expresan esa influencia.

Para nuestra investigación se eligió a los alumnos de primer año de bachillerato del Instituto Nacional de Comercio "INCO".

La programación televisiva presenta una realidad social diferente a la nuestra que contribuye a reforzar el sistema capitalista, creando en los sujetos frustración, por el hecho de comparar su vida, con la observada a través de la pantalla, ya que ellos quisieran tener el tipo de vida que ahí se presenta.

Este medio de comunicación tiene la finalidad de satisfacer intereses, que están muy lejos de los del público ya que, actúa como aliado fiel de políticos, empresarios y todo aquel pudiente que pague un espacio en éste, siendo así el principal manipulador de información convirtiendo lo innecesario, en prioritario; lo malo, en bueno y toda hazaña cargada de anti valores, en digna de imitación.

"La televisión es un soporte del Estado y sus grupos de poder a nivel de estaciones estatales, así como privadas, no pueden expresarse en forma neutral, ya que ésta representa al poder, que la financia y controla y sólo a él y a sus grupos, dando cuenta de su gestión ideológica para sustentarla". (Mattelas, 1981).

En nuestro país, la Telecorporación Salvadoreña TCS (canales 2, 4 y 6), es un claro ejemplo de lo afirmado por Mattelas. Esta empresa se dedica a promover a los sectores que la financian, dejando a un lado las necesidades de la sociedad, mientras que los canales 8 y 10, reflejan en sus programaciones, la falta de recursos para comprar o crear programas atractivos a la audiencia y se dedican a transmitir los que tuvieron éxito años atrás.

“En ciertos canales ejercen una censura a los programas que se han de emitir y prohíben mensajes que puedan reflejar las injusticias sociales, políticas y económicas del sistema imperante, pero sí permiten aquellos que lleguen a reforzar lo ya establecido, como por ejemplo los actos de violencia: verbal y física, cuyos mensajes plantean la relación dominador-dominado que resulta imprescindible para determinar la estructura social”. (Espinoza, 2003).

La base del problema radica en que el sistema ha convertido en mercancía todos los anti valores: pornografía, violencia y droga, por que es lo que ha la gente le gusta y prefiere ver; por ello los medios de comunicación cargan en sus programaciones un sin fin de anti valores.

Posiblemente, uno de los hechos más unánimemente reflejados, consiste en la emisión de valores contradictorios entre la escuela y los medios de comunicación.

Los maestros, constantemente entran en conflicto entre lo que se intenta transmitir desde la escuela y los mensajes que emiten los programas televisivos. Intenta cultivar unas actitudes no sexistas, pero en la pequeña pantalla se ofrece una imagen de la mujer muchas veces denigrada; se habla de la no violencia y cada día hay más agresividad en los programas presentados.

Ante esta realidad han surgido una serie de estudios que afirman la influencia de la televisión, como la de Carl Hovland, en que determina que los espectadores pueden aprender de lo que ven en la televisión; o el de Alberto Bandura, quien considera que a través de los modelos presentados en televisión se cumple el aprendizaje a través de la función informativa.

El Lic. Julio Cesar Grande, en su libro “La Influencia de la Televisión” comenta que “la mayoría de los estudios internacionales muestran coincidencia, a pesar de haberse realizado en ambientes contextuales diferentes. En general, los estudios muestran los siguientes patrones que nos introyecta la televisión: individualismo- elitismo, racismo-materialismo, aventurismo-conformidad, romanticismo-agresividad, machismo-feminismo, autoritarismo-impotencia y pasividad, entre otras. Estos patrones, se manifiestan en mayor o menor medida, según el contexto de cada lugar y el marco en el que se da la recepción” (Grande; 1999).

Cada individuo es responsable de su comportamiento, pero no se niega que la televisión forma parte de nuestro vivir y por ende esta transformando nuestra cultura para adoptar otras.

“La influencia de la televisión como agente socializador, es evidente en nuestra cultura, ya que cada día se incorpora a nuestra vida como medio de información y diversión, en especial por la dinámica que pueda desarrollar en los procesos de los cambios sociales y al efecto reforzador que pueda generar en las conductas violentas, pues muestra modelos que las están evocando” (Cáceres; 1985).

Hoy los medios de comunicación son los que educan a la persona, la familia y la escuela han quedado en un segundo plano, por que el medio televisivo es quién los está remplazando.

EL reconocido investigador Juan Ferrés, en su libro “Televisión Educativa”, expresa la importancia adquirida por este medio ya que este cumple de alguna manera, la función materna, ocupando un lugar central en el diseño del hogar. Es punto de referencia obligado en la organización de la vida familiar. “Está siempre disponible, ofrece su compañía a todas las horas del día y de la noche” (Ferrés; 1996).

Autores como Francisco Iglesias sugieren que la presencia de la televisión en el hogar, a la vez que contribuye a abrir la familia al mundo exterior, interviene y condiciona los procesos de comunicaciones intrafamiliares.

Por otra parte, “la televisión representa para los ciudadanos de las sociedades modernas lo que el tótem era para las tribus primitivas objeto de veneración y reverencia, signo de identificación individual y colectiva” (Ferrés; 1996).

Además como lo afirma Espinoza, nadie puede pasar un día sin encender la televisión y no necesariamente para informarse, sino más bien es una ventana para acceder al mundo.

Para verificar el papel tomado por la televisión, un grupo de estudiantes de periodismo de la Universidad Complutense, junto a su profesor Francisco Iglesias, desarrollaron "Una semana sin televisión", a través de la cual se constató que de manera inadvertida todas las personas tienen por lo general un grado de adicción a la televisión. (Iglesias; 1994)

Ya se ha comprobado que en nuestro país lo más visto por la población son programas extranjeros, como: Películas, telenovelas, dibujos animados y series no aptas para menores, en los que se muestran muertes, peleas, catástrofes, accidentes y acontecimientos trágicos que afectan lentamente nuestras mentes.

Un ejemplo de ello es el estudio realizado por Delmy Granados, sobre la “Influencia de la televisión en los cambios de opinión pública”, se concluyó que en El Salvador, “la mayoría de programas que sintoniza la población son extranjeros, lo que hace que fácilmente las personas cambien su forma de pensar o actuar, es decir, por



medio de los programas que en su mayoría son fuertes en contenido, pueden crear costumbres que a fin de cuentas causan cambios en su mentalidad". (Granados; 1996).

Ambos estudios, (Iglesias y Granados) han constatado el poder de influencia que tiene el medio televisivo en las personas, y cómo, a largo plazo puede causar adicción e incluso cambios a su mentalidad, lo que puede ser dañino si los receptores consumen programas plagados de anti valores.

Contrario a lo que expresa Grande en una entrevista que se le realizó, manifestando que la televisión no va a cambiar la personalidad de alguien únicamente por lo que ahí vio.

Lorena L. Silva en el estudio "Acercamiento Histórico a la Programación de la Televisión Comercial en El Salvador", presenta datos que reflejan que en sus inicios la televisión salvadoreña, tenía una programación irregular, pobre y extranjera. Entre los primeros programas presentados por el canal YSU -TV4: "El Chele y sus Amigos", "Chiquillas", "La flecha Rota", "Modas y Modales", algunos programas deportivos, series y películas; estos últimos constituían la base de la programación (Silva; 1985).

Dichos programas pretendían brindar un rato de entretenimiento, pero no se explotaba el morbo, ni la violencia como en la programación actual.

Conforme transcurría el tiempo se ampliaban los espacios dando paso a los musicales y cómicos de carácter nacional, los cuales no duraron mucho debido a la introducción de programas de origen norteamericano, entre los locales sobresalían: “Cocktail musical”, “Las estrellas de twist”, “Show de Aniceto” y “Estampas de San Blas”.(Silva; 1985).

“En la década de los 60's, se montó en Canal 4 los "Domingos Infantiles", en los que los niños y niñas de diferentes edades, concurrían masivamente con sus padres y madres por el deseo de participar, ser vistos por sus amigos en televisión y por los regalos de que eran objeto. Entre los iniciadores de estos programas se menciona: “Jardín Infantil”, cuyo personaje, el payaso Chirajito y el profesor conocido como el Tío Periquito, eran y son los personajes más protagónicos”. (De Núñez; 2002).

Para 1964 la introducción de las novelas revolucionó la programación; para 1965 se dio un incremento indiscriminado del género series. Las series de acción se colocaban en los primeros lugares.

Las novelas mexicanas, venezolanas y argentinas eran cita obligada de todas las amas de casa salvadoreña. A partir de 1980 estas se incluyen al mediodía, junto a los cómicos de origen norteamericano; los programas infantiles contaban con poco tiempo de programación.

Los programas de caricaturas que veían los niños, niñas y adultos cuando ingresó la televisión a los hogares salvadoreños, eran los producidos por Walt Disney, dibujante y productor norteamericano, nacido en Chicago, EUA, en 1910, que creó los personajes como: “El Pato Donald”, “Mickey Mouse”, “Pluto” y otros.

Estas historietas carecían de violencia, los escenarios eran naturales y la música era clásica, tocada por orquestas. Pueden considerarse que eran programas educativos en cuanto al rol de los programas y relajantes por la música que acompañaba los movimientos.

A medida que el tiempo avanza, la programación televisiva se ha transformado, retomando temas cuyo contenido promueve anti-valores y conductas agresivas. Series como: "El Chavo del Ocho", "El Príncipe del Rap", "Mi Bella Genio" y otras, que no presentaban ni imágenes violentas, ni mucho menos eróticas, han sido sustituidas por “Sex on the City”, “Escuelita VIP”, en las cuales se utiliza el cuerpo femenino como una mercadería barata.

En la actualidad los adolescentes están expuestos a un mundo donde abunda la violencia y en donde los medios de comunicación no proporcionan valores dignos de imitar.

Un claro ejemplo de ello es el presentado en un sitio Web, en el que se expone la masacre del 20 de abril de 1999 en Littleton, Colorado, cuando un grupo de

estudiantes denominados “La mafia de los abrigos”, acabó con la vida de 15 personas dejando a una veintena de heridos; ha sido objeto de un estudio en el cual se pretendía verificar “la influencia de los programas de TV en niños y adolescentes”. ([www.monografias.com](http://www.monografias.com)).

Los resultados de este estudio indican que la rebeldía de estos jóvenes no era objeto de preocupación, “en las escuelas podemos encontrar alumnos rebeldes, los aficionados a la estética gótica, con uñas pintadas de negro y lápiz de labios oscuro, están los chicos que fuman marihuana y otros que no asisten a clases”. ([www.monografias.com](http://www.monografias.com)), por el contrario eran víctimas de maltratos por parte de sus compañeros y profesores y esto fue el detonante para el violento hecho.

En este estudio se concluye, que en realidad los medios de comunicación no tienen un cien por ciento de la responsabilidad en cuanto a las atribuciones de las que fueron víctimas en dicho momento, con relación al comportamiento manifestados por los adolescentes, ya que la educación que puedan proveer los padres y representantes en el momento de observar las imágenes es muy importante, porque es deber de las personas mayores el ayudar a estos para que no copien lo negativo, como modelo para su formación.

Ante esto se puede decir que no todos los espectadores reaccionan igual ante un mensaje violento y que, en todo caso, la violencia televisiva parece influir

especialmente en aquellas personalidades que por cuestiones sociales, familiares y personales están más predispuestas al desarrollo de comportamientos violentos.

En otro sitio Web consultado se presenta una investigación sobre los efectos de la televisión, determinando que el grado de influencia de los medios de comunicación, en especial la televisión, en los adolescentes puede notarse fácilmente, “pues al preguntar a alguien por qué actúa, se viste o camina de esa manera, su respuesta sería, porque lo vio por televisión o simplemente quiere parecerse a algún artista que también vio por televisión”. ([www.covimex.com](http://www.covimex.com))

Además, afirman que en nuestra sociedad los adolescentes tienen una pobreza mayor de vocabulario, eso se debe a que no leen, porque les resulta más fácil ver una serie que sólo le genera en su mente violencia y más violencia, adoptando culturas ajenas a las nuestras, ofreciendo modelos a imitar.

"Este fenómeno de imitación adquiere un tono más polémico y controvertido cuando los educadores adjudican a la televisión un peso importante en el incremento de la delincuencia y de la violencia en las calles, considerando que los programas con contenidos violentos, estimulan el aprendizaje de conductas cargadas de agresividad". ([www.covimex.com](http://www.covimex.com))

Delmy Granados considera que la televisión transmite anti- valores en sus series televisivas, incluso en los dibujos animados, donde aparecen personas fuertes

peleando y siempre quieren ganar y ser los primeros. "Los programas extranjeros que transmite la televisión salvadoreña están llenos de violencia, la que se ve reflejada en la conducta de los jóvenes y niños", (Granados; 1996).

El crimen y la violencia transmitidos, se relacionan con las conductas anti-sociales de los jóvenes televidentes. Muchas veces los adolescentes se olvidan que lo que realmente están haciendo es imitando algo irreal, ya que la mayoría de programas televisivos enfocan sus segmentos con ciencia ficción, por lo que se culpa a la televisión de enseñar la violencia, de incitar a los jóvenes a imitar criminales y héroes pistoleros.

No se trata de estar a favor o en contra de la violencia televisiva, sino de reflexionar sobre su puesta en escena y su posible influencia en la conducta de los adolescentes, futuros padres de familia y bases de la sociedad.

Nuestra investigación está enfocada en la determinación de la preferencia e influencia de la programación televisiva, y como esta puede llegar a cambiar el comportamiento de los adolescentes y con el transcurrir del tiempo esto puede generar un empobrecimiento cultural para la juventud.

## **1.1 Objetivos**

### *1.1.1 General*

-Determinar la influencia que ejerce la programación televisiva en la conducta de los adolescentes.

### *1.1.2 Específicos*

-Verificar la preferencia de los adolescentes de 1º año de bachillerato respecto a la programación televisiva.

-Establecer la relación que existe entre la observación de escenas emitidas en los programas televisivos y las manifestaciones de conductas agresivas en los adolescentes.

## 1.2 Justificación

En la presente investigación, se ha pretendido indagar respecto a la influencia que tienen los programas televisivos en la conducta de los adolescentes. "La televisión es uno de los medios de comunicación más aclamada por grandes y chicos, ha logrado introducirse en los hogares y ser parte de la rutina" (Espinoza; 2003).

Este medio de comunicación, tal y como se ha comprobado en varias investigaciones alrededor del mundo, tiene el poder de influenciar a las personas. "Las imágenes televisuales configuran situaciones, comportamientos, modelos y estilos de vida" (Iglesias; 1990). De ahí la importancia de investigar sobre la preferencia de los jóvenes, con respecto a la programación televisiva.

Se hace necesario estudiar la influencia que ejercen los programas televisivos y cómo a su vez, algunos jóvenes adoptan determinadas conductas, las cuales son palpables a través de acciones alienantes y agresivas. Los jóvenes que aún se encuentran en proceso de formación, pueden asumir una serie de anti-valores presentados a través del contenido de los programas televisivos, pasando inadvertidos por ellos y por sus padres.

La investigación "Efectos de la televisión en el aprendizaje de conductas violentas en adolescentes" (Cáceres; 1985), indica cómo los jóvenes asumen conductas violentas



presentados por la televisión. Este ejemplo corrobora el poder de los medios sobre la audiencia.

El medio televisivo, es un generador social, tal y como lo expresan otras teorías como la del “estímulo incitador”; que plantea, que la contemplación de imágenes violentas promovería mayores niveles de agresión en sus espectadores y otras (Grande; 1999). Consideramos de suma importancia, estudiar la influencia del medio televisivo en los adolescentes, dando seguimiento a viejas y nuevas teorías expuestas con respecto a la influencia que ejerce dicho medio de comunicación.

Esta investigación ha sido factible, porque se contó con recursos económicos y bibliográficos necesarios para desarrollarla.

Además se tuvo la facilidad de hacer el contacto con el director del INCO, quien junto a los profesores de la institución, nos colaboraron durante la recolección de datos que nos han servido como insumo.

Esta investigación es útil, principalmente a estudiantes de diversas carreras, interesados en conocer sobre la influencia del contenido de la programación televisiva en los adolescentes. A periodistas que desean apoyarse o ampliar sus conocimientos.

A los padres de familia, para que conozcan los efectos reales que provoca el medio televisivo en los jóvenes y eduquen a sus hijos, para analizar y criticar lo que ven y no ser simples espectadores.

Además, a los psicólogos y docentes, para evaluar la influencia de la televisión en las conductas de los estudiantes.

En fin, a cualquier persona interesada en la temática, con lo que esperamos proporcionarle un instrumento satisfactorio.

### **1.3 Limitaciones y alcances del estudio**

#### *Limitantes*

- Las nuevas reformas educativas implantadas por el Ministerio de Educación dictan que bajo ningún motivo injustificado los alumnos deben perder horas clases, por ello trabajamos con nuestra muestra en las horas libres correspondientes a cada sección, lo cual limitó nuestro tiempo de trabajo a un día por semana.

- A pesar de que es obligatorio que los alumnos permanezcan en los salones de clase durante sus horas libres, ellos mostraron molestia e indiferencia al momento de pedirles su cooperación.
- Excluimos 4 secciones de primer año de bachillerato por no contar con horas libres, ni disposición para colaborarnos.

### ***Alcances***

- Esta investigación tiene un alcance a nivel de los estudiantes de 1er año de bachillerato del INCO, quienes por encontrarse en etapa de adolescencia son mas influenciados por los programas televisivos, asimilando fácilmente lo que ahí presentan.
- Con esta investigación, se busca crear conciencia social con relación a la importancia que tiene la televisión en el proceso socializador, ya que este medio de comunicación ofrece una gama de modelos a imitar
- Con este estudio pretendemos dar pie a otras investigaciones relacionadas con esta temática, motivando a estudiantes de periodismo y de otras carreras a profundizar respecto a la influencia televisiva.

- Además este trabajo puede servirles a catedráticos como referencia bibliográfica hacia el alumnado interesados en la temática.
- Con esta investigación no se ha pretendido demostrar que toda la juventud salvadoreña es influenciada por la programación televisiva, únicamente arrojamos los datos de la muestra antes mencionada.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

Para la investigación sobre la preferencia e influencia de la programación televisiva en las conductas de los jóvenes, consideramos necesario abocarnos a aquellas teorías que versan sobre la conducta y la influencia en del contenido presentado en el medio televisivo.

La teoría del aprendizaje social aplicado al campo de los efectos de los medios de comunicación de masas, que se utilizó para esta tesina, tiene su base en los estudios realizados por Carl Hovland (1953) en la Universidad de Yale, en la que se determinó "que las actitudes son aprendidas y depende de los refuerzos que reciba la persona, al actuar de una u otra manera, sobre todo; de los refuerzos provenientes de su grupo social, de ahí la importancia de la información que la persona recibe, así como la fuente que la transmite para configurar sus actitudes". Con esta teoría se predice "que los espectadores pueden aprender los actos sociales, positivos o negativos que observan en el material televisivo".Citado por Grande; 1999.

El modelo más complejo y más popular postula las actitudes compuestas por tres elementos esenciales: Los conocimientos, los afectos y las tendencias conativas o a reaccionar (Martín Baró, 1983). En lo relativo a los dos primeros componentes es similar a las concepciones anteriores, pero este modelo adiciona el aspecto de la predeterminación de un tipo particular de conducta: La tendencia a reaccionar de una

manera, formaría parte de la actitud, de tal modo que la activación de la actitud arrastraría la tendencia a realizar determinado comportamiento.

Kelman (ver Baró Martín, 1983), afirma: "las actitudes modificarán el tipo de informaciones que llegan a las personas, el modo en que la organizarán esas informaciones", dejando entrever que las actitudes implican un juicio de valor por parte de las personas.

"Las actitudes son predisposiciones a responder, pero se distinguen de otros estados similares, en que predisponen a una respuesta evaluativa. Él, las describe como tendencia de acercamiento o evitación o como favorables o desfavorables". (Osgood, citado por Grande 1999).

Kelman y Osgood coinciden en que las actitudes permiten responder a la información recibida y es el sujeto quien decide como las organizará por medio de una respuesta evaluativa.

"Las últimas raíces de las actitudes no están en los individuos, sino en las estructuras sociales y de grupo; de ahí que el conjunto de actitudes fundamentales de la persona puedan concebirse como las estructuras que en cada individuo articulan psíquicamente la ideología social. Las personas incorporan psíquicamente la ideología social en forma de actitudes como un conjunto psicológico de creencias y evaluaciones sobre el mundo" (Baró Martín, 1983).

En cuanto a la formación de actitudes, el niño está constantemente expuesto a una serie de prácticas de socialización que directa o indirectamente moldearán la forma en que percibirá el mundo, es así como la socialización es algo más que las influencias iniciales de padres y maestros, abarca todas las experiencias de la persona; éstas modificarán las actitudes y al mismo tiempo las actitudes a su vez modificarán las percepciones sociales.

De esta forma el mecanismo de formación de actitudes más general es la situación social por la que va pasando el individuo, de esta forma existe una variedad de factores sociales que continuamente influyen sobre las actitudes o crean nuevas.

En la década de los setenta Elizabeth Noelle-Neumann (citada por Julio Grande en "La influencia de la televisión", 1999), planteó la teoría de la "Espiral del silencio", que parte del supuesto que las personas temen permanecer aisladas del entorno social y por ese motivo prestan atención continua a las opiniones y comportamientos, supuestos por la mayoría que producen a su alrededor.

Noelle-Neuman (1995), presupone la hipótesis de la construcción de la realidad social por parte de los medios, pues el individuo encuentra las fuentes de información para formar sus opiniones en su experiencia inmediata, pero también y sobre todo, en el entorno de representación construida por los medios.

"Los poderes mediáticos son capaces de modificar el modo de percibir la realidad y hasta de producirla artificialmente". De ordinario, ni siquiera pretende representar la realidad de la vida; persigue más bien una realidad recreada, ficticia e irreal (Iglesias; 1990).

Los medios muestran esa realidad que solo están en sus intereses, una realidad retomada por buena parte del público, adoptándola como propia y no dándonos cuenta de la gran influencia que ejercen en nuestras vidas.

"Lo importante es que abramos los ojos y no nos dejemos engañar, ya que nadie puede despreciar la influencia que tienen los medios de comunicación social y mucho menos suponer que no influyen en absoluto como hasta no hace mucho tiempo grandes actores de sociedad todavía afirmaban" (Pisano; 1999).

Esa influencia tiene un gran poder, especialmente en los niños y los adolescentes, quienes son los que más tiempo dedican a la televisión y son susceptibles a captar lo que se transmite

Para Alberto Bandura (1977), "el efecto de los modelos produce el aprendizaje a través de su función informativa. Al observar los modelos, las personas adquieren principalmente representaciones simbólicas de las actitudes realizadas y esas representaciones sirven como guía para su ejecución apropiada" (citado por Martín Baró, 1983).



En nuestra investigación, constatamos dicha afirmación, y verificamos de qué manera los adolescentes de primer año de bachillerato, exteriorizan la influencia que ejercen los modelos (prototipos), presentados en los programas televisivos de su preferencia. Tal y como lo afirma Julio César Grande (1999), los adolescentes son parte de la población más vulnerable, porque aún se encuentran en la etapa de formación de su personalidad.

“La estructura social como una forma de violencia institucionalizada, genera en los individuos una serie de frustraciones, que configuran cognoscitiva y afectivamente una determinada forma de percepción de las relaciones interpersonales. A través de la televisión se proponen modelos que incitan a imitar la violencia de los protagonistas”. (Espinoza; 2003)

Consideramos, al igual que Neuman (1995), que los adolescentes para no ser aislados de la sociedad, asumen actitudes conforme a lo socialmente aceptable.

Las imágenes televisivas, penetran hasta lo más profundo de la personalidad de cada cual, se instala súbitamente en sus repliegues más recónditos y desde su escondrijo, terminan desplazando al confesor, al médico, al maestro, hasta puede que al amigo (Pinillos, citado por Iglesias 1990).

Hodge y Fripp en 1998, concluyeron, que los adolescentes que tienen poco contacto con sus padres u otro adulto, son los que a menudo encuentran en el héroe de los

telefines, la imagen del padre y el ídolo a quien admirar y a quien parecerse. Se ha comprobado también que los adolescentes más inclinados a contemplar espectáculos televisivos violentos, son los que de algún modo se ven menos favorecidos, desde el punto de vista social y que ya tiene tendencia a ser más agresivos que el promedio.

La televisión no proporciona a los adolescentes las experiencias que les podrían ayudar en sus procesos de pensamiento y a sentir que están en un mundo racional.

Los medios de comunicación han dejado de mostrar que la sexualidad procede de la intimidad emocional y no simplemente de la intimidad sexual; en general, los medios muestran el sexo como algo glamoroso, instantáneo y lo que es más peligroso, libre de riesgo. Los modelos están expuestos a un mundo donde abunda la violencia y donde el amor y el compromiso, suelen brillar por su ausencia.

## **2.1 Antecedentes del objeto**

Los avances de la ciencia y la tecnología están introduciendo cambios en los campos económicos, políticos, sociales, educativos y culturales. Los medios de comunicación forman parte importante de esos cambios, pues tienen la facilidad de llegar a la población (de Núñez; 2002).

Muchos estudiantes, profesionales e investigadores se han dado a la tarea de profundizar sobre el fenómeno televisivo y cómo a pasos agigantados, se ha posicionado de las mentes y corazones de la población a nivel mundial.

Sin duda, la televisión con más de 62 años de existencia, es el fenómeno social y cultural más impresionante en la historia de la humanidad. Es el instrumento técnico de socialización más eficaz que existe hoy en día y que cada vez más se desarrolla vertiginosamente (Grande; 1999).

Desde sus inicios, este medio de comunicación generó grandes expectativas. Se reconoce que el 2 de noviembre de 1936, se efectuó, a las 3:00 p.m. la primera transmisión, como componente de una programación en Londres. (Grande; 1999).

Debido al alto costo que generaba la producción de los receptores, pasaron algunos años para que la pantalla chica entrara en los hogares.

Ningún medio entró tan fuerte al continente como lo hizo la televisión en la década de los 50. A principios de 1948 había escasamente 1000 receptores en los EE.UU. Y en 1949 había 100000 y a finales de 1959, 50 millones.

El aparato se convirtió en el último y más moderno medio de comunicación. Desde sus primeras transmisiones, este nuevo medio heredó muchas de las tradiciones de la radio, pero también del periódico aunque en menor medida, entre ellas la

diversidad de secciones que poseía, que fueron luego estructuradas en programas con imagen, como se afirma en el estudio de "Televisión y violencia cotidiana". (Espinoza; 2003).

Desde 1962, la televisión comenzó a encabezar los índices del mercado informativo y del entretenimiento, lo cual se debió a que orgánicamente se reproduce y sustituye con ventajas rentables.

Un claro ejemplo del poder de la televisión sobre la población, puede encontrarse en el fenómeno ocurrido tras el asesinato de John Lennon; como afirma Furio Colombo (1983), en su libro "Radio y Televisión", el acuerdo entre la televisión y la administración de la ciudad de New York, trasladó la emoción por el asesinato de John Lennon del terreno de la posible vendetta, o incluso del desorden a una celebración de masas armoniosas y casi místicas.

La televisión también mostró su poder años atrás (Brigham; 1974) investigó la incidencia de la televisión en la actitud racial de las personas y demostró que existe correlación entre actitudes de los individuos, con relación al fenómeno y aunque es imposible deducir si la serie lo produjo, no es posible obviar que el contenido del programa estaba reforzando las actitudes de prejuicio.

Además, la televisión como parte de estos medios de comunicación ha introducido cambios en el comportamiento de los niños, entre éstos está la habituación en su

forma de entretenerse, ya que antes que se inventara y llegara a nuestro país, los niños se entretenían con juegos infantiles, como la ronda, arranca cebolla, las estatuas de marfil y otras que contagiaban saludablemente a niños y niñas desde edades infantiles, hasta adolescentes (De Núñez; 2002).

En la adolescencia, los padres controlan menos a sus hijos y estos tienen más acceso a los medios de comunicación ([www.covimex.com](http://www.covimex.com)). Los jóvenes sin supervisión buscan en la televisión un medio de distracción y en muchas ocasiones retoman patrones de conducta de sus personajes preferidos.

También Kraecher de Núñez menciona que “existen programas que se estiman no adecuados para los niños y niñas, como las telenovelas, vídeos musicales, anuncios, películas, algunas series juveniles que tienen contenido erótico y violento; que son observados por adolescentes, niños y niñas, sin ninguna restricción ni orientación”, (De Núñez; 2002).

Para la autora, la temática infantil de las caricaturas, cambió radicalmente a partir de la introducción de los programas japoneses, con temas violentos, personajes de figuras grotescas, escenarios antinaturales que impactaron la imaginación infantil, que poco a poco se fue posesionando de su interés. Los padres y madres de familia no percibieron el daño que estos estaban y están ocasionando a sus hijos.

Las caricaturas han evolucionado, de imágenes ligeras como el “Pato Donald”, “Mickey Mouse”, a algo más violento, como las caricaturas japonesas que se ven en la actualidad que incitan a conductas negativas.

“Aunque la televisión cuenta con magníficos recursos para instruir, fomenta la ignorancia de los niños y niñas; la pasividad malsana y la conformidad peligrosa”, (Iglesias; 1990).

En 1995, la serie de televisión “Policía de Nueva York”, causó conmoción, al quebrantar la norma sobre la desnudez en la televisión. Por primera vez un programa importante permitió que uno de sus estrellas mostrara el "trasero". No importaba que hubiéramos visto los tiroteos, acuchillamientos, violaciones y mutilaciones durante decenios. Jimmy Smith, salió con el "trasero" al aire ([www.monografias.com](http://www.monografias.com)).

Sexo, lesbianismo, homosexualidad, violaciones; los medios han sido excesivamente indiferentes a lo que transmiten, y a sus consecuencias, porque a ellos lo único que les interesa es vender.

Tal y como se concluye en la tesis sobre “Efectos de la televisión en el aprendizaje de conductas violentas en adolescentes”, (Guezmez; 1985), los niños expuestos a programas de televisión con contenido violento presentaran un mayor número de conductas violentas y agresivas, que los niños expuestos a programas de televisión sin contenido violento.

Por su parte Julio Cesar Grande afirma “las actitudes de los seres humanos son formadas prácticamente en la infancia y lo que hemos aprendido en nuestra infancia”. Lo cual quiere decir que todo lo asimilado desde nuestra niñez, determinará nuestra personalidad.

Para esta investigación se consultó bibliografía de la cual, encontramos una de variedad libros: “Televisión educativa”, “Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación”, “La t.v. dominada”, “Una semana sin televisión”, y “Comunicarse más y mejor”

Sin embargo, son pocas las tesis que hemos encontrado sobre la influencia de la televisión en los adolescentes, ya que la mayoría de investigaciones van dirigidas al efecto que este medio de comunicación pueda tener en los niños, haciendo énfasis en estudiantes de primer y segundo ciclo.

Se trató de retomar ciertos aspectos de tesis que tuvieran un acercamiento a nuestra investigación, como el de la Universidad Centroamericana, cuya autora Lybby Espinoza, realizó un estudio sobre “Televisión y violencia cotidiana, un análisis de contenido de los programas de caricaturas infantiles desde dos casos concretos”.

Además la tesis de Delmy Granados, de la Universidad Tecnológica, sobre “Influencia de la televisión en los cambios de opinión pública de la población salvadoreña”.

Otra tesis de la que retomamos algún aspecto es de Julián Guezmen, de la Universidad Centroamericana, cuyo estudio trata de “Efectos de la televisión en el aprendizaje de conductas violentas en los adolescentes”.

El estudio de Kracher de Núñez “Influencia de los programas de caricaturas de la televisión comercial en el comportamiento de niños y niñas de 6 años de edad”, de la Universidad Francisco Gavidia, contribuyó a enriquecer nuestra investigación.

También adquirimos información de la tesis sobre “Acercamiento histórico a la programación de la televisión comercial en El Salvador”, de la autora Lorena Silva, (Universidad Centroamericana).

En cuanto a la preferencia de los adolescentes con respecto a la programación televisiva, no se encontraron libros o tesis que estudiaran dicha temática.



## 2.2 Relación de conceptos

Durante esta Investigación indagamos sobre la **preferencia** de los adolescentes, con relación a los programas televisivos, es decir; aquellos espacios que no desean perderse, porque sienten satisfacción al verlos. Es de suma importancia conocer cuales programas prefieren los jóvenes para determinar si la influencia de los mismos puede ser negativa o positiva.

Se estudió sobre la **influencia** de la televisión, basándonos en las diversas teorías que indican que las actitudes son aprendidas (Hovland, Osgood y Kelman), de tal manera que cuando un adolescente tiende a ver ciertos programas puede en un futuro adoptar ciertas actitudes, es decir; que los adolescentes tienden a **imitar** lo que ven ejecutando acciones a semejanza de otras que han visto con anterioridad.

Como afirma la teoría del aprendizaje social, “Las actitudes son aprendidas... de ahí la importancia de la información que la persona recibe, así como la fuente que la transmite para configurar sus actitudes”.

Se verificó que algunos jóvenes imitan a los **prototipos** (referido al ejemplar original) en nuestro caso, los protagonistas de los diferentes programas presentados a través de la pantalla chica. Muchos teóricos consideran que la televisión influye en la **conducta**, lo que implica la forma de actuar ante ciertos estímulos, tal es el caso de una adolescente que ve la telenovela “Rebelde”, y mostró actitudes de rebeldía,

manifestando que ella es así a causa de la separación de sus padres y su falta de atención, excusas utilizadas por la protagonista de esta novela para justificar su actitud.

Ha este fenómeno de imitación de frases, posturas o movimientos se le denomina **estereotipo** ya que el adolescente retoma del prototipo dichas actitudes. El **adolescentes**, se encuentran en una fase del desarrollo psicofisiológico en la que es vulnerables ante el bombardeo constante de la **programación televisiva**, la que presenta una variedad de espacios, para cada gusto, en días y horas específicas, de tal manera que se convierten en una parte de su vida. Por ejemplo, los adolescentes organizan su tiempo, procurando tener libre la hora de su programa preferido, según lo constatado en esta investigación.

En el estudio sobre la “Influencia en los cambios de opinión publica”, se concluyó que “en El Salvador, la mayoría de programas que sintoniza la población son extranjeros, lo que hace que fácilmente las personas cambien su forma de pensar o actuar, es decir, por medio de programas que en su mayoría son fuertes en contenido, pueden crear costumbres que a fin de cuentas causan cambios en su mentalidad” (Granados, 1996).

Este bombardeo constante de ideas puede pasar inadvertido en muchas ocasiones, pero sus consecuencias son palpables cuando los valores introyectados por la televisión se convierten en parte de nuestra manera de pensar y por consiguiente

determinan nuestra forma de actuar. Un ejemplo de esto es la actitud machista que prevalece y que es fomentada por la televisión, ya que las adolescentes consideran que es su obligación cocinar, lavar y planchar y por ello le temen al matrimonio.

La influencia televisiva puede ser en ocasiones negativa, produciendo: **agresividad**, es decir; que los jóvenes están propensos a faltar el respeto, ofender o a provocar a los demás; en algunas ocasiones se puede llegar hasta la **violencia**, lo que implica el abuso de la fuerza, actuando sin el consentimiento de otra persona.

También promueve la **transculturación**, que implica la recepción de un grupo social de ciertas formas de cultura procedentes de otro, para el caso se observe como los adolescentes han retomado como propias las palabras o frases de países extranjeros a los cuales pertenecen los programas que ellos consumen, predominando el lenguaje mexicano. Los jóvenes de nuestro país, asumen culturas extranjeras como propias, utilizando un lenguaje y vestimenta ajena a las nuestras.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGIA**

#### **3.1 Definición y Justificación de la Muestra**

El objeto de estudio de la investigación fueron los alumnos del primer año de bachillerato, del Instituto Nacional de Comercio (INCO). Esta Institución cuenta con 10 secciones de primer año de las cuales fueron tomadas 6, excluyendo las restantes por no contar con horas libres para trabajar con éstas.

Para conocer la preferencia de los programas televisivos, se administró un cuestionario de 10 preguntas c/u, a las secciones A, B, C, D, F y G. Cada sección cuenta con un promedio de 25 alumnos, entre los 14 y 20 años de edad, de ambos géneros.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, se seleccionaron las telenovelas, caricaturas, series, deportes y TV. show, como los programas más vistos por los estudiantes.

Para conocer la influencia de la programación televisiva en los adolescentes, se organizaron 5 grupos de discusión, integrados por ocho estudiantes cada uno.

En cada grupo se discutió sobre un tipo de programa específico, y los participantes se escogieron de manera aleatoria.

### **3.2 Definición de la Técnica**

Metodológicamente se adoptaron las siguientes técnicas:

- Cuestionario
- Grupos de discusión
- Entrevista estructurada o dirigida
- Guía de observación

*Cuestionario: (anexo # 1)*

En nuestro estudio se utilizó un cuestionario personal, que se administró para conocer que tipo de programas son los más vistos por los jóvenes de primer año de bachillerato del INCO.

Este instrumento estaba compuesto por diez preguntas entre abiertas y cerradas, y por medio de este se verificó la opinión de los estudiantes sobre determinados aspectos, enriqueciendo así nuestra investigación.

### *Grupos de Discusión: (anexo # 2)*

Esta técnica de investigación es utilizada para entender las actitudes y comportamientos del público, por lo que se apega a la finalidad de nuestra investigación.

Se formaron grupos de 8 estudiantes cada uno, quienes fueron entrevistados de manera simultánea por las investigadoras, quienes los guiaron en una discusión que aparentemente no tenía relación con el tema central, hasta llegar a las preguntas específicas sobre el objeto de estudio.

Las sesiones se realizaron entre marzo y abril de 2005, con periodicidad de una vez por semana, las cuales tuvieron una duración de 40 minutos aproximadamente, efectuándose con grupos diferentes formados en base a la muestra.

### *Entrevista Estructurada o Dirigida: (anexo # 4)*

Esta técnica es empleada para realizar estudios exploratorios porque permite captar información abundante y básica sobre el tema.

Con el uso de esta técnica obtuvimos referencias elaboradas acerca de las opiniones, experiencias e impresiones de algunos profesionales con respecto a la

problemática en estudio, como son: profesores y psicólogos; lo cual nos ha brindado una variedad de datos enriqueciendo la investigación.

*Guía de Observación: (anexo # 3)*

Esta técnica consiste en llevar un registro del comportamiento del objeto de estudio, observado por las investigadoras, durante la realización de los grupos de discusión y en horas de recreo de los estudiantes.

Por medio de este instrumento se ha indagado respecto a aquellas actitudes que reflejen el verdadero sentir y pensar del individuo.

### **3.3 Tipo de Estudio**

a) Por su Finalidad:

La finalidad es **aplicada** porque puede ser utilizada por docentes, estudiantes o profesionales interesados en conocer este fenómeno, dando pie a nuevas investigaciones relacionadas con la temática. Además los resultados obtenidos, pueden servir como insumos para la creación de estrategias que contribuyan a minimizar el efecto de la televisión

b) Por su Alcance:

Debido a su alcance, es **sincrónico**, porque se ha estudiado el fenómeno de manera continua durante los primeros seis meses del año 2005, analizando las consecuencias de esta problemática.

c) Por su Profundidad:

Es **exploratorio**; porque adopta un carácter de provisionalidad, se busca aproximarse a nuestro objeto de estudio, para posteriormente analizarlo profundamente, buscando sus raíces.

Se han examinado las conductas adoptadas por los adolescentes, en cuanto a su forma de vestir y léxico.

d) Por su Amplitud:

La investigación es **micro sociológico**, porque el estudio sobre la influencia de la programación televisiva, se realizó con un grupo reducido, a nivel institucional, con los estudiantes de primer año del Instituto Nacional de Comercio (INCO) y no pretendimos generalizar los resultados obtenidos.

e) Por su carácter:



Este estudio es de carácter **cualitativo**, ya que no pretendía cuantificar el fenómeno, sino comprenderlo e indagar respecto a si existe una influencia palpable de los prototipos presentados en la programación televisiva en la conducta de los adolescentes. Sin embargo para dar solidez a esta investigación se hizo uso de la técnica **cuantitativa**, que consiste en la administración de un cuestionario.

f) Estudio resultante:

El tipo de estudio resultante de esta investigación es una **tesina**.

### **3.4 Procedimiento**

Para realizar esta investigación se gestionó el permiso correspondiente en el Instituto Nacional de Comercio (INCO), una vez obtenido, se procedió a la organización y calendarización de los días de trabajo con la coordinadora del Instituto.

Posteriormente se iniciaron las visitas a la Institución para la administración de la prueba piloto a 6 secciones de primer año de bachillerato.

Por medio de esta prueba se verificó la eficacia del instrumento, haciéndole los cambios necesarios para la obtención de mejores resultados.

Se procedió a encuestar a los estudiantes de las secciones referidas, luego se organizaron los grupos de discusión, en base a los resultados obtenidos en el cuestionario, se determinaron los 5 tipos de programas más vistos, seleccionando a 8 estudiantes por cada tipo de programa de manera aleatoria, formando así 5 grupos.

Alternadamente desarrollamos entrevistas a profesionales para ahondar en el tema. Posteriormente se procedió al análisis e interpretación de los datos obtenidos, lo cual dio paso a las conclusiones y recomendaciones de esta tesina.

## CAPITULO IV

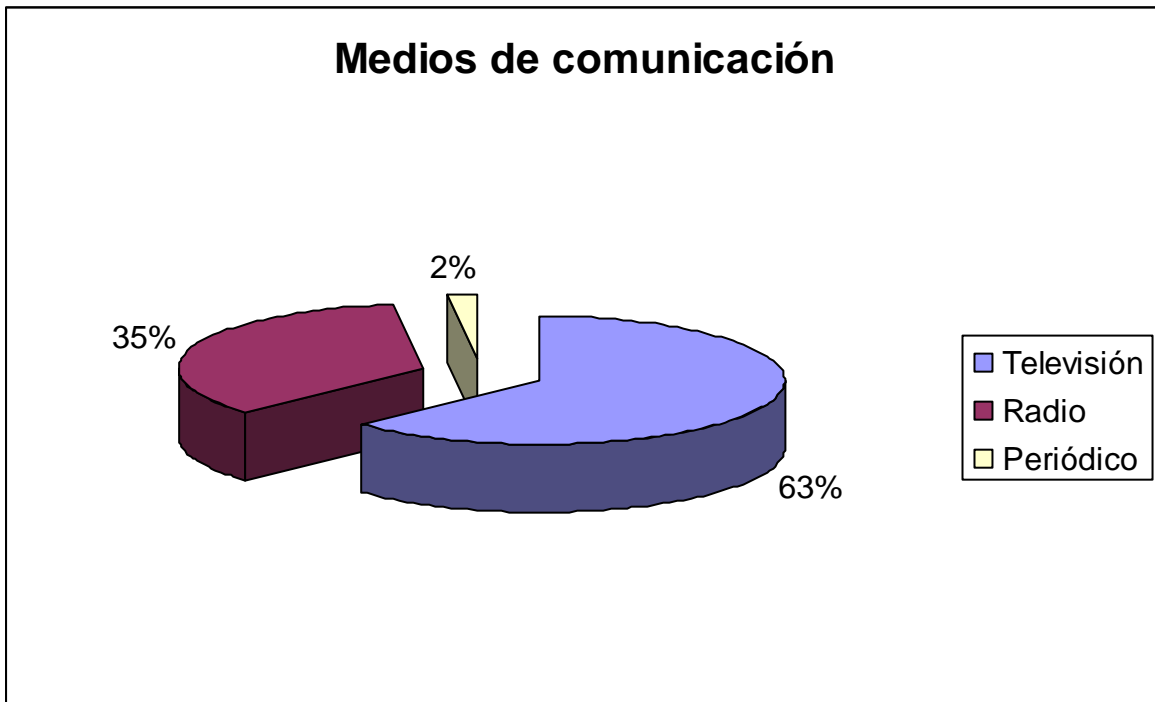
### EXPOSICION, ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS

Para conocer la preferencia de los adolescentes de primer año de la INCO, se administró un cuestionario a 131 alumnos entre los 15 y 19 años, obteniendo los siguientes resultados:

#### **Preferencias**

Pregunta #1 En tu tiempo libre, ¿Qué medio prefieres?

(Anexo # 5)



El 63% de los estudiantes afirmó que su medio preferido es la televisión, en tanto que un 35% en su tiempo libre prefiere escuchar radio y solamente un 2% disfruta el leer el periódico.

Estos datos reflejan que la mayoría de jóvenes buscan distraerse y evitan la lectura ya que esta requiere un mayor esfuerzo. La televisión se ha convertido por tanto en el medio preferido por los adolescentes, quienes disfrutan de películas, series, novelas y en fin de toda la gama de programas presentados en los diversos canales de televisión.

Esto refuerza el estudio de Francisco Iglesias, titulado “Un día sin televisión”, donde se considera que todas las personas tienen por lo general un grado de adicción a la televisión. Esto con el tiempo afectará en cierta medida; a los estudiantes ya que dejan a un lado los quehaceres académicos por pasar frente a la pantalla.

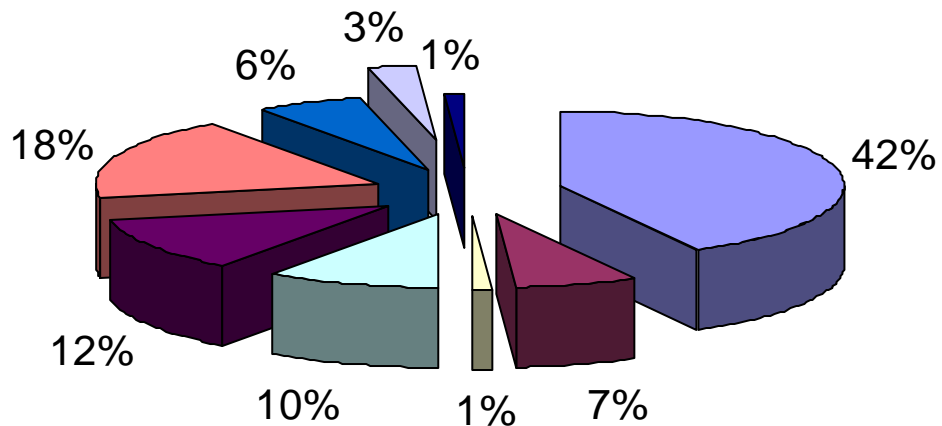
Pregunta #5. ¿Cuál es tu programa preferido?

<b>Programación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Novelas	60	42%
Caricaturas	10	7%
Series	14	10%
Deportes	17	12%
TV show	26	18%
Programas musicales	8	6%
Películas	5	3%
Noticias	1	1%
National Geographyc	2	1%
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Las novelas se posicionan en primer lugar con un total de 42%, seguidos de los TV show con un 18%. En tanto que el menor porcentaje con 1% respectivamente, lo obtuvieron las noticias y National Geographyc.

Conforme a estos resultados, se puede afirmar que los jóvenes entre los 15 y 19 años, prefieren los programas de entretenimiento, dejando a un lado los programas culturales y educativos.

## Programación televisiva



Desde que se introdujeron las telenovelas en 1964, éstas han sido la preferencia específicamente de las mujeres (Silva, 1985), de igual manera sucede en la actualidad, en donde según nuestra investigación, son las jovencitas de primer año de bachillerato quienes prefieren este tipo de programación.

Las telenovelas constituyen una estructura de narración dirigida a personas de un bajo nivel cultural, ya que para elaborarlas se toma en cuenta que la audiencia se

sienta relajada, identificada con los problemas presentados. “La estructura de las telenovelas que se difunden en Latinoamérica reflejan una mentalidad tradicional y conservadora de los problemas sociales” (Grande; 1999).

De tal manera que las típicas novelas presentan a una sufrida, pobre, pero que al final se vuelve rica y con un final feliz, por ello, tal y como lo expresan los jóvenes, sueñan con ser como la protagonista de la telenovela preferida.

Esta situación es preocupante, porque incrementa el bajo nivel cultural y la holgazanería, ya que muchos estudiantes ven estos programas por más de una hora diaria, por lo que no dedican suficiente tiempo para su preparación académica.

Al respecto el psicólogo Martín Herrera, considera que “lamentablemente en la programación televisiva son mas agentes antivalores que educativas, en eso se puede apreciar mensajes con alta dosis de violencia...Esto trae como consecuencia a los televidentes el apoderamiento de conductas estereotipadas de modelos que exhiben toda una gama de acciones que lejos de contribuir al desarrollo mental positivo en el individuo, lo hacen a la inversa”. (Anexo # 6).

Muchos jóvenes recurren a la televisión como medio distractor por que les entretiene, pero casi nadie ocupa este medio para educarse.

Según lo expuesto por Grande, la población no ve programas culturales porque en nuestro país tenemos un nivel académico bajo.

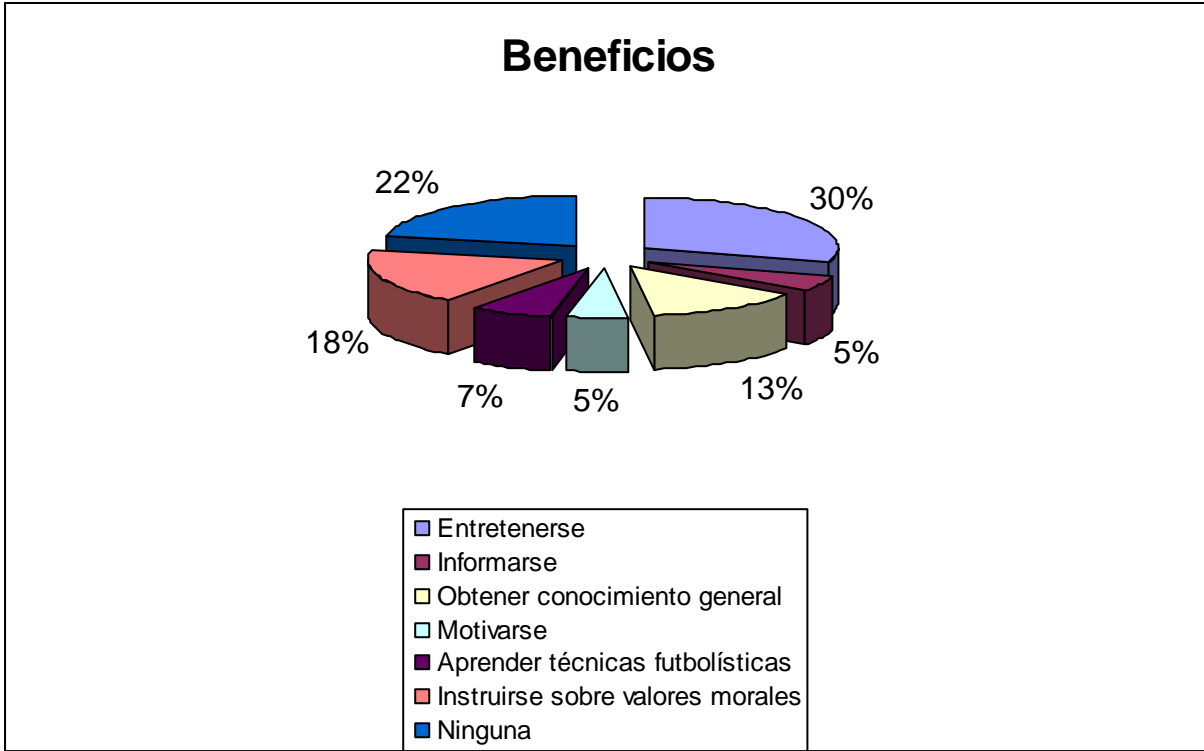
### **Beneficios**

Pregunta #9. ¿De qué manera te beneficia este programa?

<b>Beneficios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Entretenerse	40	30%
Informarse	6	5%
Obtener conocimiento general	17	13%
Motivarse	7	5%
Aprender técnicas futbolísticas	9	7%
Instruirse sobre valores morales	23	18%
Ninguna	29	22%
<b>Total</b>	<b>131</b>	<b>100</b>

Los sinónimos entretenerse, distraerse, relajarse y divertirse, constituyen el 30% de las razones por las que, según los jóvenes; ven televisión. En tanto que un 18% considera que ésta les enseña sobre valores morales como el respeto, amistad, sinceridad y honestidad.





Un 13% piensa que en la televisión pueden adquirir conocimientos de diversas temáticas de interés personal y el 7%, cree que mediante ésta, pueden aprender técnicas futbolísticas, que les permitirán ser mejores jugadores.

Un 5%, de los encuestados, estima que este medio les motiva para aprender y hacer cosas nuevas. Mientras que otro 5%, la utiliza para estar informado.

Finalmente un 22% estima que la televisión no les beneficia de ninguna manera.

La mayoría de los encuestados buscan en el medio televisivo un distractor, una forma para sentirse bien y relajarse de sus quehaceres diarios y olvidarse de sus problemas.

Según lo afirma Julio César Grande, “cuando más conflicto haya en un hogar, habrá menos comunicación y se observará más televisión”, lo que también fue comprobado con algunos alumnos que aseguraron venir de familias desintegradas por lo que se auxilian de los programas televisivos, simplemente para sentir satisfacción. (Grande; 2005).

También se comprueba el estudio de Hodge y Fripp (1988) que concluye que los adolescentes tienen poco contacto con sus padres u otro adulto y encuentran el héroe del telefilme la imagen del padre o quieren parecerse a éste. (Ver capítulo II)

Esto se constató en los grupos de discusión al momento que los jóvenes que ven deportes manifestaban soñar con ser grandes jugadores, a pesar de que según ellos, no les brindan un total apoyo, para realizar sus metas futbolísticas, por lo que son fanáticos del fútbol.

En la entrevista realizada al psicólogo Mario Ernesto Gómez, comentó que “los seguidores de este deporte imitan a los jugadores en sus peinados, camisetas deportivas, habilidades o destrezas deportivas”, de igual manera se expresaban los estudiantes, quienes manifestaron, buscar en la televisión placer futbolístico. (Gómez; 2005).

Pero además, una buena parte del alumnado no solo busca placer o distracción es este medio de comunicación, también tratan de adoptar valores que les ayuden a ser mejores personas y sobresalir de una forma positiva. Otros dijeron que de la televisión obtienen conocimientos generales, como conocer otros países, sus culturas y costumbres, que según ellos, los transporta a otros sitios aprendiendo de los mismos.

Una minoría de estudiantes sólo busca informarse de lo que ocurre en nuestro país y en el mundo, hay otros que se sienten motivados por ciertos programas lo cual les impulsa para seguir adelante y buscar una satisfacción mayor. Pero otros consideran que la televisión no les beneficia en nada.

Para indagar respecto a la influencia de la programación televisiva en los estudiantes, se realizaron 5 grupos de discusión, cuyas temáticas fueron: TV show, telenovelas, caricaturas, deportes y series. Al mismo tiempo se utilizó la técnica “observación participante”, utilizada también en horas de recreo.

Durante las sesiones se pudo observar que:

- Algunos jóvenes no mostraron realmente su sentir y pensar, buscando sobresalir con respuestas poco espontáneas, esto se determinó mediante la observación ex aula.

- El hecho de estar reunidos con compañeros de otras secciones generó incomodidad en la mayoría de estudiantes, lo que no permitió un desenvolvimiento a plenitud.
- Además se verificó el grado de administración de algunos jóvenes con respecto al personaje de su programa preferido.

En el caso de los estudiantes que prefieren ver deportes todos concuerdan en que al ver fútbol aprenden técnicas que luego tratan de poner en práctica, coinciden que les gustaría ser futbolistas profesionales para sobre salir.

Por otra parte las señoritas que prefieren las novelas externaron que ven entre una y tres diarias. Mediante la observación se determinó que algunas de ellas tratan de imitar a las protagonistas de la novela “Rebelde”, utilizando minifaldas y un lenguaje propio de dichos programas como: “chido”, (estar o hacer las cosas bien); “no manches buey”, (no molestes); estúpido, tonto, imbécil.

En jóvenes que prefieren las caricaturas, se encontró un fenómeno muy singular: los que ven “Winnie pooh” y “Bob esponja” tienen una personalidad aparentemente tierna e incluso utilizan una serie de objetos como carteras, cuadernos, lapiceros que aluden a su caricatura preferida.

Por el contrario, los que gustan de las caricaturas japonesas (Pícachu, Pókemon, Chaman King y Dragón Ball z), tienen una apariencia fuerte e incluso se peinan como los protagonistas de dicha caricatura.

Este tipo de programas tiene un alto grado de contenido violento a diferencia de las caricaturas que se introdujeron a principios de 1910, según el estudio de Kracher de Núñez, quien consideraba que en un principio las caricaturas eran educativas, como las de Walt Disney. Sin embargo para la autora la introducción de programas japoneses ha venido a impactar la imaginación, lo que pudo ser constatado con los jóvenes que prefieren este tipo de programas.

Programas como “La Academia”, “Chivisimo”, “Top model”, y “Domingo para todos”, constituyen los TV Show más vistos. En este grupo se observó que los jóvenes desean que en nuestro país se realicen reallity show, para descubrir talentos y poder participar en los mismos.

Todos afirmaron, que de alguna manera anhelan ser actores o actrices, por que se consideran con talento para demostrarlo.

En el caso de los estudiantes que prefieren las series televisivas, no se pudo identificar rasgos que indicaran imitación de los protagonistas de éstas; aunque

según algunos de los entrevistados, por medio de series como “Dowson Creek” y “Tres para todo”; aprenden buenos valores, que luego tratan de poner en práctica.

Sin embargo, Julio Cesar Grande, autor del libro “La influencia de la televisión” expresó: “estamos hablando más de asimilación que de imitación...eso es lo que veían en la televisión, pero también lo podían haber visto en un póster, periódico o afiches...es bien difícil determinar la influencia que puede ejercer la televisión en la conducta que puede observarse en los jóvenes, porque en éstas también intervienen otros factores” (Grande; 2005).

El psicólogo Mario Ernesto Gómez, explica “que todo ser humano tiene la capacidad de razonar y decidir su comportamiento y se debe considerar que la relación entre medios e individuos no es directa ni mecánica, existen otros factores como la sexualidad, educación, la familia, sociedad, que también moldean e influyen en la personalidad”. (Gómez; 2005).

Los profesionales entrevistados coincidieron que la televisión tiene una gran influencia en la persona. Según el psicólogo Martín Herrera: “Este medio fomenta el consumismo, machismo, el adoctrinamiento e ideologización a favor del sistema capitalista, a la vez que genera menosprecio entre las personas, desvalora, deshumaniza e inutiliza todas las relaciones sociales del hombre”. (Herrera; 2005).

Aclaremos que con este estudio solo se pretendía conocer si hay o no influencia en la conducta de los estudiantes y con respecto al grado de influencia de la misma no se enfatizó, ya que consideramos que esto varía de persona a persona y difícilmente pueden obtenerse datos fidedignos.

Mediante nuestra investigación han surgido elementos que nos permiten afirmar que la televisión por sí sola no influye negativamente a los adolescentes sino que existen otras circunstancias, como la situación económica y social, el sexo, la desintegración familiar y la migración, que empujan a los jóvenes a refugiarse en la televisión.

Tal y como se expone en el Capítulo I, sobre el estudio “La influencia de los programas de televisión en niños y adolescentes”, consideran que muchos actúan de manera agresiva no necesariamente por que lo hallan visto por televisión, sino por que son víctima de maltrato por parte de compañeros y profesores.

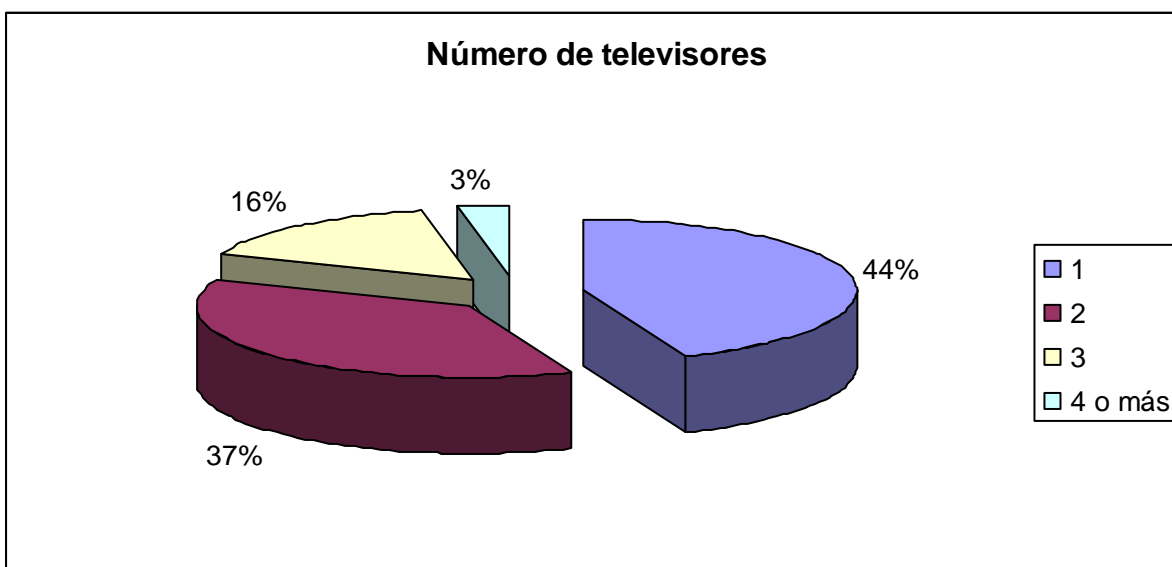
### **Factores externos.**

- *Situación económica*

Para determinar este factor se han tomado como indicadores: la tenencia de aparatos receptores, la conexión a cable y la institución misma, tomando como base el hecho de que la mayoría de personas de clase media, tienen conexión a cable y más de un aparato receptor en sus hogares y por la misma situación económica, envían a sus hijos a instituciones privadas y no públicas.

Pregunta #2 ¿Cuántos televisores tienes en tu casa? (anexo 5)

En la presente gráfica, puede observarse que el 44% de los estudiantes poseen únicamente un aparato receptor en sus hogares, en tanto que sólo un 3% afirmó tener más de 4 receptores. Un 37%, manifestó contar con 2 aparatos, mientras que el 16% restante, posee 3.



Los datos anteriores reflejan que la mayoría de los encuestados, no cuentan con recursos económicos suficientes para poseer más de un receptor, por lo tanto, en

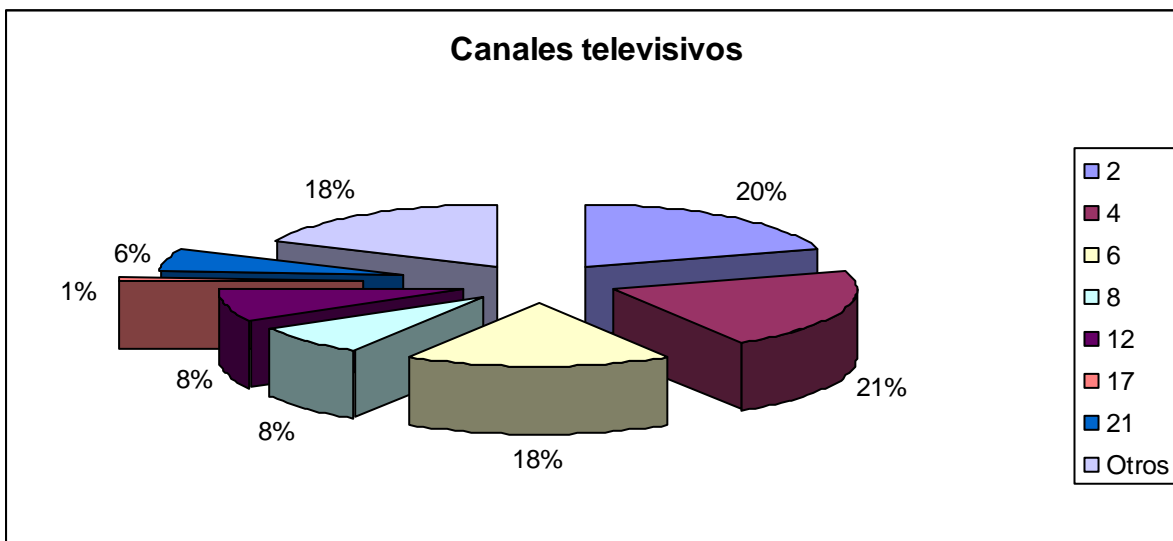


algunos casos; los hijos ven en compañía de sus padres, programas no aptos para menores, cargados de violencia, sexo y otro tipo de escenas.

Por el contrario, durante las horas del día, cuando los padres trabajan o se encuentran en los quehaceres domésticos, aprovechan para ver lo que ellos quieren, sin supervisión alguna.

La mayoría de estos jóvenes, según expresaron no poseen cable y por lo tanto se limita a sintonizar los canales nacionales, cuya programación es pobre en programas culturales y está plagado de programas extranjeros, dentro de los cuales se presentan realidades diferentes a la salvadoreña.

Pregunta #4 ¿Qué canal de televisión prefiere ver?



Esta representación muestra que el 82% de los encuestados sintonizan los canales nacionales 2, 4, 6, 8, 12, 17 y 21. Únicamente el 18% tiene acceso a los canales de cable.

De los canales nacionales, se observa que el 2 y el 4, poseen mayor audiencia, con 20% y 21%, respectivamente, lo que a su vez consideramos que tiene relación con el hecho de que las novelas y los deportes, son dos de los programas más vistos por los estudiantes, con un 42% y 12%, respectivamente; ya que el canal 4 se caracteriza por dar cobertura a los eventos deportivos, mientras que el canal 2, se distingue por presentar diversidad de novelas.

Como se ha mencionado en este trabajo el hecho de que los jóvenes sólo vean programas de entretenimiento como novelas afecta a largo plazo su vida y su desarrollo intelectual así como el de la sociedad misma, porque ellos aprenden de lo que ven.

La teoría del aprendizaje social indica “que los espectadores pueden aprender los actos sociales positivos o negativos que observan en el material televisivo”. (Grande; 1999).

No se trata de que la televisión influya solo en forma negativa, ya que gracias a ella muchas personas han encontrado ejemplos a seguir, como en el caso de los

futbolistas, donde los jóvenes al ver a su jugador favorito, se sienten motivados a seguir entrenando.

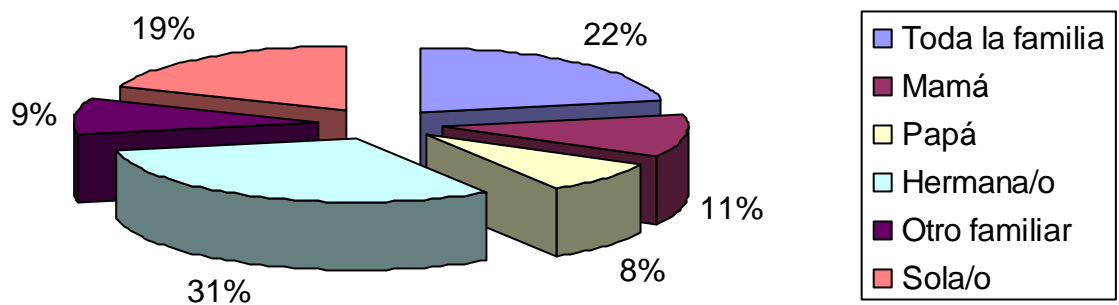
Todos los entrevistados coinciden en que los padres de familia deben jugar un rol protagónico, en cuanto a orientar a sus hijos, dialogar con ellos e instruirlos para que sean críticos con respecto a lo que consumen. Para ello es necesario que supervisen que sus hijos ven, el problema, como expresa el Lic. Grande, “es que los padres no permanecen en sus casas... eso requiere que el padre de familia sepa de medios. Es difícil pedir a los padres que enseñen a sus hijos a ser críticos tomando en cuenta que ellos mismos no lo son. Al respecto el Lic. Grande afirma:”El problema, apreciación muy personal, no son los medios sino la población, el bajo nivel intelectual... vean 4Vision como vende”. (Grande; 2005)

- *Situación familiar*

Durante los grupos de discusión, varios jóvenes manifestaron que si pudieran cambiar algo de su vida sería el que sus padres estuvieran juntos porque estos se han separado, otros quieren que sus padres regresen ya que se han ido del país para trabajar.

En otras ocasiones los padres aun están juntos y viven con ellos pero debido a su trabajo no tienen tiempo para compartir con sus hijos, ante cualquiera que sea la situación la pregunta sobre quien les acompaña al momento de ver televisión nos puede ayuda a estudiar este fenómeno.

### ¿Quiénes te acompañan al momento de de ver televisión?



En esta gráfica se puede observar que solamente un 22% ve televisión acompañado de toda su familia, en tanto que un 78% la ve con solo uno de sus padres, con sus

hermanos u otro familiar o solos. Estos datos nos revelan que la mayoría de estos adolescentes no son supervisados al momento de ver televisión, debido a que sus padres por a o b motivo no están en casa.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

Durante esta investigación se ha determinado que la televisión sí influye en las conductas ejercidas por los adolescentes ante determinadas situaciones. Sin embargo no es el factor primordial sino uno más que sumado a su entorno social, familiar, económico y cultural viene a formar el carácter y la personalidad del adolescente.

El proceso de aprendizaje inicia desde el primer momento de vida, por lo cual sería erróneo afirmar que si un adolescente comienza a ver determinados programas, estos le influirán de tal manera que cambiarán su personalidad. Lo cierto es que los ahora adolescentes se encuentran bajo el bombardeo televisivo desde esos primeros años.

Hoy en día, niños y niñas tienen acceso a la televisión, de tal manera que ocupan gran parte de su tiempo en ver chiquilladas e incluso novelas. La frase “deja de molestar, anda ve televisión”, se ha vuelto muy común.

A medida que el joven va creciendo a traviesa un proceso de socialización, dentro del cual la familia y la escuela son los factores primarios; sin embargo en lugar de ser

papá y mamá, quienes educan a sus hijos son los medios de comunicación y en especial la televisión, quienes brindan toda la información a los adolescentes, de tal manera que estos construyen su modo de pensar y su tendencia a responder a dichos estímulos con base a la información que reciben del medio.

Los programas televisivos tienden a introyectar patrones de conducta como individualismo, materialismo y romanticismo que en las condiciones sociales y económicas de los adolescentes en estudio no pueden aplicarse.

En el presente estudio se ha podido constatar que los jóvenes de primer año de bachillerato del INCO, ven programas de entretenimiento como novelas, caricaturas, TV Show, series y deportes.

Carecen de interés hacia los programas culturales, esto se refleja en que el 42% de los encuestados prefiere telenovelas y únicamente el 2% ve programas culturales.

Según los encuestados, los programas que transmite canal 10 son de contenido “aburrido”, por lo que prefieren aquellos que les ayuden a olvidarse de la escuela.

Todo este desinterés se debe en parte a que los maestros no les exigen a sus alumnos enriquecerse culturalmente, lo que aumenta la demanda de programas llenos de antivalores.

Como lo expresa el Lic. Grande, los medios transmiten lo que la gente quiere ver y lo que el público exige, según él, son programas violentos y bajos en contenidos educativos, por que en nuestro país existe una pobreza académica.

Además se ha concluido que los alumnos buscan en la televisión un medio para olvidar la rutina de la escuela, al preguntarles por qué prefieren el medio televisivo un 30%, contestó que para entretenerse y un 5% para informarse. Lo que debería ser preocupante tanto para los maestros como para las autoridades correspondientes, que la mayoría de los jóvenes del INCO, no tienen ningún tipo de interés en buscar programación que les aumente sus conocimientos.

Además los encuestados manifestaron ver los programas de su preferencia sin ninguna supervisión, a pesar de que no son niños y que ellos tendrían que saber que es lo que les conviene ver o no, siempre necesitan orientación de un adulto.

Estudios previos a este concluyeron que los adolescentes que tienen poco contacto con sus padres o con otro adulto, son los que encuentra en los personajes ficticios de la televisión alguien a quien admirar.

Como lo indica la “Teoría del aprendizaje social” la audiencia puede aprender lo que ve por televisión ya sea positiva o negativamente. Tampoco decimos que la programación televisiva es la culpable del desinterés de los jóvenes por ser mejores personas, pero si que no existe una conciencia por parte de los dueños de los



medios para transmitir una programación menos dañina, ya que lo único que les interesa es vender y no se complican creando programas educativos, ni culturales solo compran programas extranjeros. Tampoco los padres entienden el grave daño que hace a sus hijos y al país al no supervisar lo que ellos ven por televisión.

El problema es que la mayoría proviene de hogares desintegrados, donde como lo manifestaron muchos estudiantes, viven solo con sus abuelos, por lo que ven lo que ellos quieren, lo cual confirma lo manifestado por el Lic. Julio Grande, diciendo que si en un hogar hay mucho conflicto se verá más televisión.

En nuestra sociedad ambos padres se ven obligados a trabajar para poder sostener a su familia y se ven obligados a dejar a sus hijos a cargo de una niñera cuando aún son infantes y permanecen solos en la adolescencia.

Como menciona Kracher de Núñez, en apartados anteriores, existen programas con escenas violentas, eróticas que son observados por los adolescentes, sin ninguna restricción, ni orientación.

Algunos estudiantes, en su mayoría las jovencitas, dijeron que sus padres están separados o han emigrado a Estados Unidos y que lo que más anhelan es tener un final feliz como en las telenovelas, pero además se sienten identificadas con las protagonistas de las mismas y tratan de alguna manera, de imitar lo que ellas hacen.

Como se expone en el primer capítulo, en un sitio Web consultado se menciona que el grado de influencia de la televisión se ve, en cómo un individuo actúa o viste, y que al cuestionarle por que actúa o viste de esa forma, responden que quieren parecerse a algún artista que vieron en la televisión.

Esta es de las muchas respuestas obtenidas por parte de los estudiantes, como en el caso de las jóvenes que vestían con faldas muy cortas y con maquillaje demasiado cargado, que a pesar de no decir que estaban imitando a las protagonistas de la telenovela “Rebelde”, sabíamos que así era.

Por otra parte, el problema económico es otro de los factores que impulsa a los estudiantes a ver los canales nacionales, porque no tienen acceso a otros tipos de canales televisivos, los cuales tienen una programación extranjera, dentro de los que se reflejan realidades ajena a la salvadoreña, pero que de igual manera tratan de los jóvenes.

Hay algunos espacios televisivos que promueven el turismo a nuestro país, pero estos están plagados de publicidad, lo cual tiende a volverlos aburridos para los adolescentes, quienes afirman que sería bueno que El Salvador hiciera programas de concursos nuevos y reality show para darle la oportunidad a los jóvenes de demostrar su talento.

La mayoría de los encuestados consideran que el canal 10 presenta reportajes interesantes pero que por largos les parecen aburridos y que si los programas culturales tuvieran otro tipo de formato ganarían mayor audiencia, pero que al final ninguna autoridad se preocupa por que la población conozca de temas culturales.

Es deber y obligación de cada uno de los estudiantes tomar conciencia que lo que ven puede afectar en sus comportamientos y actitudes, pero que además el hecho de no buscar programas culturales o informativos aumenta la pobreza cultural.

## Recomendaciones

Consideramos que el Ministerio de Educación tiene que asumir su responsabilidad como ente rector en la formación académica de los adolescentes tomando una serie de medidas que motiven a estos a observar programas educativos y culturales, así como también que los obliguen a recurrir a la lectura.

- Para ello, debe crear planes de estudio mas completos enfocados a formar conciencia social de la necesidad de enriquecer culturalmente y académicamente y del daño que el observar mucha televisión puede traer a largo plazo.
- Debe incitar tanto a estudiantes como a maestros por medio de las charlas y/o conferencias impartidas por expertos en el área televisiva, a observar. Programas educativos y culturales, para crear conciencia social de las consecuencias que alargo plazo trae sintonizar solamente programas de entretenimiento.

Que el Ministerio de Educación continúe efectuando concursos estudiantiles como certámenes de conocimiento general pero que estos sean de mayor alcance, tomando en cuenta el área de bachillerato, dándolos a conocer por medio a canales privados.

Consideramos que tomando estas medidas se despertara el interés de los adolescentes por leer mas y por ver mas programes culturales y educativos lo cual a largo plazo podría generar una conciencia social y empresarial del daño que hace al país que los adolescentes eviten la lectura y sólo vean programas de entretenimiento.

Al ocurrir esto los empresarios de medios tendrían que dar paso e incluso crear, programas culturales y educativos pues al efectuar estos concurso se comprobaría que este tipo de programas transmitidos en los canales privados pueden alcanzar igual o más raiting que una novela. Demostrar que son rentables motivaría a los empresarios a seguirlos transmitiendo y a los jóvenes a estudiar para poder participar.

Finalmente cuando este adolescente, con una nueva conciencia sobre el problema que genera el ver tanta televisión sea padre de familia evitara que sus hijos se conviertan adictos a este medio.

Como departamento de periodismo consideramos que se debe colaborar en la formación de esa conciencia social dando a conocer los resultados de estudios como estos a los adolescentes de nuevo ingreso y a los padres de familia en general por medio de conferencias y charlas.

Es fundamental que se revisen los planes de estudio de la carrera de periodismo y se reincorporen materias como Filosofía y Cultura para presionar a los adolescentes a que lean más y se enriquezcan culturalmente.

## FUENTES DE CONSULTA

### Libros:

Ferrés, Juan (1996) "Televisión Educativa"

PAIDOS, 1996

Galindo Cáceres, Luís Jesús (1998)

"Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación"

S: L, Primera Edición.

Grande, Julio Cesar (1999)

"La Influencia de la Televisión"

1º Edición

Hernández Sampieri, Roberto

"Metodología de la Investigación"

2º Edición, Mc Graw-Hill

Iglesias, Francisco (1990)

"La T.V. dominada"

Ediciones Rallp. España.

Iglesias, Francisco (1994)

“Una semana sin TV”.

Ediciones Rallp. Madrid.

Pisano, Juan Carlos (1997)

“Comunicarse Más y Mejor”

S.E, S.L,

Rojas Soriano, Raúl

“Guía para realizar Investigaciones Sociales”

Octava edición, UNAM



**Tesis:**

Espinosa Aguilar, Lybby Reene

Televisión y violencia cotidiana, un análisis de contenido de los programas de caricatura infantiles desde dos casos concretos

Universidad Centroamericana 2003

Flores Ramos, Rosmery

La promoción de valores morales a través de los medios de comunicación social en El Salvador, caso específico, el canal dos

Universidad Tecnológica, 1995

Granado Gonzáles, Delmy Patricia

Influencia de la televisión en los cambios de opinión de la población Salvadoreña

Universidad Tecnológica, 1996

Güezmez García, Julián

Efectos de la televisión, en el aprendizaje de conductas violentas en los adolescentes

Universidad Centroamericana 1985

Núñez, Kracher

Influencia de los programas de caricaturas de la televisión comercial en  
el comportamiento de niños y niñas de 6 años de edad

Universidad Francisco Gavidia, 2002

**Sitios Web:**

[www.covimex.com](http://www.covimex.com)

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

# ANEXOS