

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

“La Influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala”

Trabajo de tesis presentado por:

MARÍA GUISELA CORDÓN AQUINO

Previo a optar el Título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

Lic. Samuel Aceituno Juárez

Guatemala, febrero 2010

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Director

M.A. Gustavo Bracamonte

Consejo Directivo

Representantes Docentes

**Lic. Julio Moreno
M.A. Fredy Morales**

Representantes Estudiantiles

**Adriana Leticia Morataya Castañeda
Milton Giovani Lobo Barrera**

Representantes Egresados

Lic. Ramiro Mac Donald

Secretario

Lic. Axel A. Santizo

Tribunal Examinador

**Lic. Samuel Aceituno Juárez, presidente
Lic. Douglas Barillas
Lic. Hugo Gálvez
Lic. Wagner Diaz Choscó
Lic. Jairo Alarcón
M.A. César Urizar**



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 30 de mayo de 2008
Dictamen aprobación 52-08
Comisión de Tesis

Estudiante
María Guisela Cordón Aquino
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado estudiante Cordón:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo que acordó la comisión de tesis en el inciso 1.19 del punto 1 del acta 02-2008 de sesión celebrada el 30 de mayo de 2008.

1.19. Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar a la María Guisela Cordón Aquino, carné 199719864, el proyecto de tesis *LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN Y LA MODIFICACIÓN DE VALORES ÉTICOS Y MORALES DE LOS Y LAS ADOLESCENTES COMPRENDIDOS EN LAS EDADES DE 13 Y 14 AÑOS DE UN COLEGIO DEL MUNICIPIO DE MIXCO DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA*. B) Nombrar como asesor a licenciado Samuel Aceituno Juárez.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 20 de julio de 2009
Comité Revisor
Ref. CT-Akmg 11-2009

Estudiante
María Guisela Cordón Aquino
Carné 9719864
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimada estudiante Cordón:

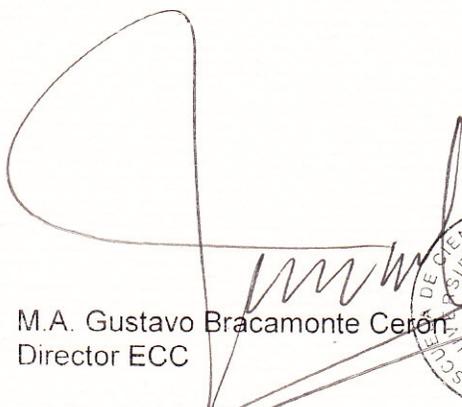
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su trabajo: "*La influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala*", previo a optar al GRADO DE LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Samuel Aceituno Juárez, presidente
Lic. Alexander Melgar, revisor.
Lic. Douglas Barillas, revisor.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Gustavo Bracamonte Cerón
Director ECC


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Adjunto: fotocopia del informe final de tesis
Copia: archivo.
AM/GB/Ingrid C.



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Ref. ECC-CT-21/2009

Guatemala, 13 de agosto de 2009

Estudiante

María Guisela Cordón Aquino

Carné 199719864

Escuela Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, Zona 12

Presente

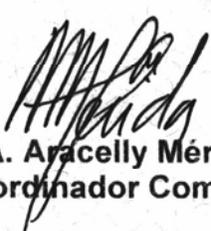
Estimada estudiante Cordón:

Hago referencia al oficio suscrito por el Licenciado Luis Alexander Melgar de fecha 13 de agosto de 2009, por medio del cual expone que fue nombrado como revisor de su trabajo de tesis titulado LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN Y LA MODIFICACIÓN DE LOS VALORES ÉTICOS Y MORALES DE LOS ADOLESCENTES COMPRENDIDOS EN LAS EDADES DE 13 Y 14 AÑOS DE UN COLEGIO DEL MUNICIPIO DE MIXCO DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA.

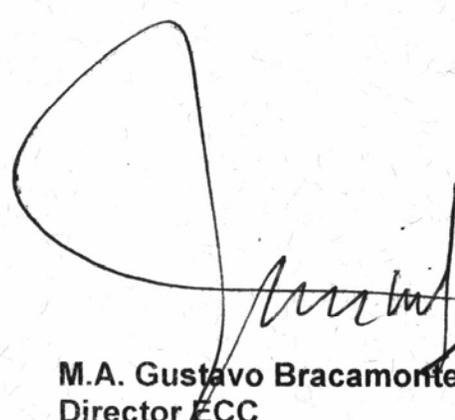
En el oficio indicado, el Licenciado Melgar informa que se inhibe de revisar la tesis en mención por dos razones: a) de acuerdo al título de la tesis, éste es eminentemente de corte psicológico y b) para lograr esta propuesta se necesitaría de la utilización de un estudio de un antes y después lo que conlleva varios años de investigación.

Por lo anterior, le informo que se nombra al Licenciado Hugo Gálvez en sustitución del Licenciado Melgar, para la revisión de su informe final.

Atentamente,


M.A. Aracelly Mérida
Coordinador Comisión de Tesis




M.A. Gustavo Bracamonte Cerón
Director ECC



Ingrid C.



Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

Guatemala, 03 de septiembre de 2009

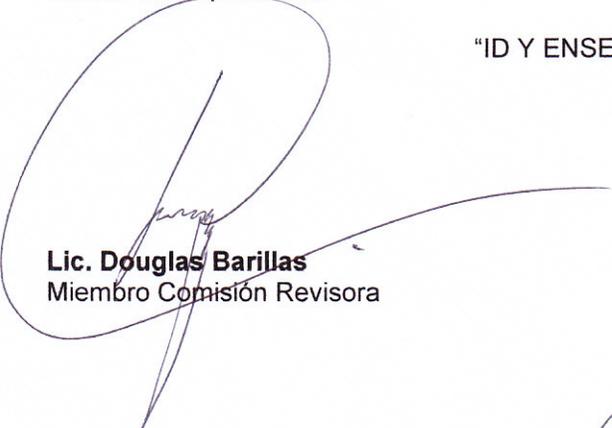
Señores,
CONSEJO DIRECTIVO,
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio.

Distinguidos Señores:

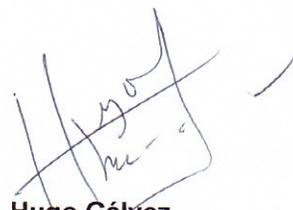
Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante **María Guisela Cordón Aquino**, carné **9719864**, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es: LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN Y LA MODIFICACIÓN DE LOS VALORES ÉTICOS Y MORALES DE LOS Y LAS ADOLESCENTES COMPRENDIDOS EN LAS EDADES DE 13 Y 14 AÑOS DE UN COLEGIO DEL MUNICIPIO DE MIXCO DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA.

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"ID Y ENSEÑAD ATODOS"



Lic. Douglas Barillas
Miembro Comisión Revisora



Lic. Hugo Gálvez
Miembro Comisión Revisora



Presidente Comisión Revisora
Samuel Aceituno Juárez

c.c. archivo



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala, 05 de febrero de 2010

Tribunal examinador de tesis/
orden de impresión
Ref. CT-Akmg- No. 05-2010

Estudiante

Maria Guisela Cerdón Aquino

Carné **199919864**

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Cerdón**:

Por este medio nos dirigimos a usted para informarle que se autorizó la impresión de su trabajo de investigación con el título *LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN Y LA MODIFICACIÓN DE VALORES ÉTICOS Y MORALES DE LOS Y LAS ADOLESCENTES COMPRENDIDOS EN LAS EDADES DE 13 Y 14 AÑOS DE UN COLEGIO DEL MUNICIPIO DE MIXCO DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA*, previo a optar al GRADO DE LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

El tribunal examinador esta integrado por:

- Lic. Samuel Aceituno Juárez, presidente.
- Lic. Douglas Barillas, revisor.
- Lic. Hugo Gálvez, revisor.
- Licda. Wangner Díaz Choscó, examinador.
- Lic. Jairo Alarcón, examinador.
- M.A. César Urizar, suplente.

Diez tesis impresas deberá entregarlas en la Secretaría de la Escuela para que se fije la fecha del examen privado de graduación; seis tesis y dos cd's en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera; dos tesis y un cd en formato PDF en la biblioteca central de esta casa de estudios.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de tesis

M.A. Gustavo A. Bracamonte
Director ECC



DEDICATORIA

- A Dios: Por la vida y ayudarme a cumplir mi sueño, siendo mi luz y guía en los momentos difíciles. Gracias por brindarme todas las facultades e inteligencia para alcanzar mis metas.
- A mi madre: Por su confianza, sacrificio de estar lejos y la oportunidad que me dió de encontrar nuevos caminos. Gracias madre por enseñarme a valorar lo que no todos pueden ver pero si sentir, por ser una de las pocas mujeres con muchos valores morales y humanitarios. Por ser el pilar fundamental de nuestro hogar, representando el papel de madre y padre a la vez. Le dedico ésta tesis con todo mi amor.
- A mi padre
(Q.E.P.D) Por ser mi ángel y el sostén cuando siento que ya no puedo. Gracias por ser ese padre amoroso y estricto a la vez. Constantemente lo siento a mi lado y lo llevo en mi corazón.
- A mis hermanos: Con amor, por su apoyo y compartir conmigo los instantes difíciles. Pero también por compartir los momentos más maravillosos de mi vida, por ser amigos inseparables. Gracias Flor de María y a mi cuñado Vinicio por brindarme el techo de su hogar y darme apoyo incondicional mientras recorría el camino. Son una gran bendición en mi vida.
- A mis Sobrinas: Por ser ejemplo de ánimo, gracia, pureza, inocencia y alegría que todos los seres humanos debemos poseer. Las amo con todo mi corazón y son mi mejor regalo.
- A mi prima
Kelly Stefany: Por el amor de hermana que te tengo, te dedico ésta tesis y espero de todo corazón que la tomes de ejemplo y que te des cuenta de que todo lo que te propones lo puedes lograr con esfuerzo y dedicación. Que Dios te dé otra oportunidad para

enmendar tus errores y que alcances el éxito que te mereces. Y que llegues a ser una persona de éxito.

A Samuel: Gracias por estar siempre pendiente de mí y por animarme a seguir adelante. Por ser ejemplo de laboriosidad y éxito. Gracias por tu ayuda incondicional y ser parte importante en mi vida, por hacerme sentir que puedo y que debo luchar por lo que quiero. Para ti con mucho amor.

A mi asesor: Por su empeño, dedicación y disponibilidad, ante la asesoría de este trabajo. Gracias por sus consejos y la ayuda incondicional durante y después de la realización del trabajo de tesis. Gracias por trabajar a mi lado.

A la M.A.

Aracelly Mérida: Por su tiempo, apoyo, disponibilidad, dedicación e interés ante la culminación de este trabajo. Gracias por ayudarme en el momento en que pensé que ya no podía seguir, por enseñarme que siempre debemos seguir adelante. Es un gran ejemplo de carácter y profesionalismo.

INDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Resumen	i
Introducción	iii
CAPÍTULO 1	
1. <u>MARCO CONCEPTUAL</u>	
1.1 Título del tema	5
1.2 Antecedentes	5
1.3 Justificación	6
1.4 Planteamiento del Problema	7
1.5 Alcances y Límites	8
CAPÍTULO 2	
2. <u>MARCO TEÓRICO</u>	
2.1 ¿Qué son los valores	9
2.2 Valores individuales y sociales	12
2.3 Valores éticos y morales	12
2.4 Jerarquía de Valores	14
2.5 Anti valores o vicios	21
2.6 Conflicto de Valores	24
2.7 Educar en Valores	25
2.8 Evaluación de Valores	28
2.8.1 Implicación de la evaluación	30

2.9 Definición de ética	31
2.10 Actitudes y carácter moral	34
2.11 La Televisión como medio	34
2.12 Clasificación de canales de televisión abierta y por cable en Guatemala	36
2.13 Programas televisivos	38
2.14 Publicidad en la televisión	40
2.15 El sexo y el alcohol en la televisión	42
2.16 ¿La violencia en la televisión influye sobre el o la adolescente?	43
2.17 Definición de adolescente	43
2.17.1 Características de los adolescentes de 13 años de edad	44
2.17.2 Características de los adolescentes de 14 años de edad	45
2.18 La influencia de la televisión y los valores éticos y morales de los y las adolescentes	49
2.18.1 Influencia de la televisión	49
2.18.2 Los valores y la televisión	50
2.18.3 La televisión, destructora de valores	51

CAPÍTULO 3

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Método y tipo de investigación	54
3.2 Objetivos	55
3.3 Técnica	55

3.4 Instrumentos	56
3.5 Población y muestra	56
3.6 Procedimiento	56

CAPÍTULO 4

4. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados de encuestas a adolescentes	58
4.2 Focus Group con los padres de los adolescentes encuestados	75
4.3 Entrevista a maestros	78
Conclusiones	82
Recomendaciones	85
Referencias Bibliográficas	87
ANEXOS	91

RESUMEN

Título:

“La influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala”.

Autora:

María Guisela Cordón Aquino

Universidad:

San Carlos de Guatemala.

Unidad

Académica:

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Problema investigado:

¿Cuál es la influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala?

Instrumentos

utilizados:

Fichas bibliográficas y cuestionario entrevista.

Procedimiento para obtener datos e información

Para desarrollar este trabajo se realizó una investigación bibliográfica y documental, así como por Internet. Se realizó una encuesta a estudiantes de uno y otro sexo de los grados de nivel básico, comprendidos en las edades de 13 y 14 años del colegio Bilingüe Los Andes, ubicado en la zona 4 de Mixco, Guatemala. Se entrevistó a maestros de los alumnos encuestados. Y se realizó un focus group con los padres de los y las adolescentes que fueron objeto de estudio.

Resultados y conclusiones

Con base en los resultados obtenidos, mediante este trabajo de tesis, se determinó que la televisión es el medio de comunicación más seductor para los y las adolescentes por su atractivo visual y por ende influye en la modificación de valores éticos y morales, por el tiempo que los jóvenes le dedican sin la supervisión de un adulto. Por tal razón este grupo adquiere conductas ajenas a su cultura; como la moda, expresiones, vicios como el alcoholismo, y la sexualidad temprana.

Según la entrevista a los adolescentes son pocos los valores que proyectan en la televisión y los que menos se observan en la programación y que más sufren modificaciones con el tiempo son la tolerancia, el respeto, responsabilidad, honestidad, sexualidad, matrimonio y fidelidad. El contenido televisivo relacionado con valores éticos y morales es muy poco; motivo por el cual la influencia de la televisión en cuanto al posicionamiento de valores en los y las adolescentes es también escasa. Es más común observar en la programación de este medio los vicios, como el alcoholismo, sexualidad, infidelidad, irresponsabilidad, violencia y drogadicción. El público objeto de estudio fue de 13 y 14 años de edad, etapa en la que su capacidad de discernimiento está en formación, esto provoca que se encuentre en desventaja en comparar lo que le presenta y la televisión y la realidad y como consecuencia puede incitar sin que el adolescente lo advierta, valores distorsionar y estereotipos.

INTRODUCCIÓN

La televisión es un medio de comunicación vital en el proceso de socialización de los y las adolescentes. Sus funciones son informar, entretener y educar, sin embargo este proceso está relacionado con la calidad de los contenidos de los programas tanto educativos, informativos como de entretenimiento que transmiten, así mismo la publicidad que influye en los hábitos de consumo de la población en general. El mayor riesgo de influencia lo corren los niños y adolescentes quienes por su corta edad y falta de experiencia no han adoptado aún una postura personal definida ante los problemas sociales y que aún les falta madurar su criterio personal para evaluar, criticar, discriminar y seleccionar la programación que contribuya a su formación; los medios de comunicación como la televisión dirigen sus mensajes a este público porque en ellos encuentran un potencial de influencia, que cabe mencionar puede ser negativa en cuanto no se canalice adecuadamente su contenido; o, positiva si se utiliza como instrumento sociocultural.

Actualmente las nuevas generaciones de la sociedad guatemalteca están carentes de valores que contribuyan a su formación ética y moral para el bienestar de la comunidad y su familia, estos valores se han visto afectados por la influencia que ejercen los medios masivos como la televisión que de manera irresponsable envían mensajes de violencia, sexualidad y alcoholismo, etc., lo que afecta de manera desmedida a la población juvenil repercutiendo negativamente en la interacción humana y social y por ende el desarrollo del país.

El presente trabajo de tesis ofrece un análisis descriptivo a cerca de los valores que son modificados por este medio de comunicación masivo y que afectan directamente las relaciones humanas, así mismo se realizó un planteamiento metodológico para su interpretación.

En el primer capítulo se conceptualiza el problema, se establecen los alcances y límites del estudio y se justifica la importancia del trabajo de investigación

referente a los valores y la televisión como medio de gran influencia en los y las adolescentes comprendidos entre las edades de 13 y 14 años del colegio Bilingüe “Los Andes”, ubicado en la zona 4 de Mixco, del departamento de Guatemala.

El segundo capítulo presenta los conceptos teóricos que resultan importantes para la comprensión y fundamento del problema de estudio, se realiza una breve descripción de los valores éticos y morales y la clasificación de estos, de igual manera se considera fundamental describir el declive de los valores, describiendo todos aquellos que se consideran anti-valores. Se analiza la televisión como medio y su programación para determinar los temas a los que se expone la juventud guatemalteca. Se describen algunas características de los adolescentes y se explica con precisión la importancia de la educación en valores. En este capítulo también se clasifica la programación y los canales nacionales y por cable.

El tercer capítulo explica la metodología utilizada en la presente investigación, comprende la descripción de los objetivos, planteamiento de la población y la muestra. También se describen los instrumentos que permitieron llevar a cabo el estudio de manera objetiva, siendo estos; un cuestionario para adolescentes comprendidos entre las edades de 13 y 14 años de edad, con el propósito de obtener información que permitiera determinar los valores éticos y morales, y establecer el tipo de programación televisiva que prefieren a esa edad. Una entrevista a los maestros de los jóvenes, con el fin de recolectar información que contribuyera al estudio. Se llevó a cabo un focus group dirigido a padres de familia con el propósito de determinar su opinión acerca de la influencia de la televisión en los adolescentes.

Por último en el cuarto capítulo se presentan los resultados derivados del estudio, las conclusiones, recomendaciones y la bibliografía consultada para sustentar la presente investigación.

CAPÍTULO I

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 TITULO DEL TEMA

“La Influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala”

1.2 ANTECEDENTES:

Los medios de comunicación masiva contribuyen a formar diversas opiniones en los adolescentes a través de los mensajes que transmiten. El contexto sociocultural a través de los años ha sufrido grandes transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales promovidas por el desarrollo tecnológico. La tecnología ha generado planteamientos y actitudes muy diferentes en los adolescentes.

La relación entre la educación y los valores en la sociedad guatemalteca es un tema que se está planteando a través de la reflexión sobre el posicionamiento y modificación de los valores éticos y morales y los medios de comunicación masiva; en este sentido la televisión es el medio que mayores inquietudes despierta sobre el papel ejercido en la difusión de valores. ¿Cómo se puede competir con un medio tan seductor, que intenta desprestigiar los valores recibidos a través de la familia, la escuela, las iglesias y las asociaciones socioculturales?

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala se encontró la tesis realizada por Evelyn Rebeca Guzmán Pérez (2006) “Opinión y grado de identificación de los estudiantes de la carrera publicidad profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”. Guzmán Pérez realizó un análisis de la lista de valores publicada por el diario Prensa Libre durante el año 2006 con el

objetivo de sensibilizar a la sociedad y contribuir a la formación de valores en los jóvenes guatemaltecos.

En dicha investigación se logró establecer que los jóvenes no suelen identificarse ni aplicar en su vida aquellos valores que pertenecen al ámbito social, factor por medio del cual se puede ver afectado el campo de la interacción humana en sociedad, ya sea, como vicio y/o anti-valores o simplemente desechándolos, elemento que forma parte esencial en el desempeño profesional de los estudiantes como parte del proceso formativo.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad la televisión forma parte de las familias guatemaltecas, convirtiéndose en uno de los pasatiempos favoritos de los adolescentes, por lo que la influencia en sus actitudes y preferencias puede ser de alto grado. Los valores son el eje fundamental de la interacción humana y social. Los adolescentes se encuentran en una etapa de vulnerabilidad entre los medios de comunicación masiva y en este caso se debe hacer referencia a la televisión.

Este medio de comunicación está omnipresente en las vidas del ser humano, se ha convertido en un inquilino permanente en los hogares guatemaltecos, ocupando en muchos casos, un lugar privilegiado en la sala de estar. Es objeto de controversia y se le atribuye el poder de influencia sobre la manera de pensar y ver el mundo. Dada su importancia existe un debate abierto en la sociedad acerca de su función y de los efectos que produce.

Ahora bien, la televisión no es buena o mala en si misma, el que sea susceptible de generar efectos negativos o positivos dependerá del uso que se haga de ella y la calidad de programas que emita.

Los adolescentes son un sector de la población particularmente expuesto a la influencia de la televisión por cuanto se encuentran en una fase de sus vidas, en la

que adquieren hábitos, actitudes y comportamientos que contribuyen a formar o deformar su persona en desarrollo.

De lo anterior, se considera importante la realización de este trabajo de tesis para determinar la influencia que tiene la televisión en los valores éticos y morales de los adolescentes del Colegio Bilingüe “Los Andes”, ubicado en la zona 4 del municipio de Mixco del departamento de Guatemala.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios masivos como la televisión poseen las funciones de informar, educar y distraer, aunque hoy en día los adolescentes utilizan la televisión de manera desmedida provocando en ellos el consumismo y la alienación. Por lo que estas personas son tomadas como blancos, modificando sus valores éticos y morales.

La televisión influye o afecta en varios aspectos a la vida de los adolescentes; en su comportamiento, opiniones y actitudes, de igual forma en lo emocional y es que durante el período de la adolescencia se producen muchos cambios físicos, psicológicos y sociales normales, que les permiten la participación positiva y productiva dentro de la sociedad, de allí emana el planteamiento de: “Cuál es la influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años del Colegio “Bilingüe Los Andes”, ubicado en la zona 4 del municipio de Mixco del departamento de Guatemala”.

1.5 Alcances y límites del tema

Objeto de estudio

La Influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala.

Ámbito geográfico

La investigación se realizó en la zona 4 del Municipio de Mixco, del Departamento de Guatemala.

Ámbito institucional

La institución en donde se llevó a cabo la investigación es el Colegio Bilingüe “Los Andes”, ubicado en la zona 4 del municipio de Mixco del departamento de Guatemala.

Ámbito poblacional

La población estudiantil, jóvenes adolescentes de uno y otro sexo comprendidos en las edades de 13 y 14 años.

Ámbito temporal

El estudio se efectuó durante un año del 2008 al 2009.

Límites

En este trabajo no se consideró otros colegios ubicados en la zona 4 de Mixto, otro límite de esta investigación fue que las autoridades del colegio objeto de estudio no autorizan que el nombre del mismo aparezca en el título de la tesis

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

El marco teórico establece y explica el conjunto de proposiciones referidas al problema a investigar tomadas de una o varias teorías existentes sobre el campo donde éste se ubica con las modificaciones que se estén en condiciones y capacidad de introducirles.

Con el propósito de desarrollar de mejor manera el trabajo de investigación es necesario enfatizar en diversas teorías que explican y amplían conocimientos respecto a los valores de ética y moral, las características de los y las adolescentes, la televisión como medio y además la educación en valores. Para ello conviene comenzar con la explicación de cómo se forman los valores y la conceptualización de términos y su consecuente relación con el fenómeno que se investiga.

2.1 ¿Que son los valores?

En innumerables publicaciones que tratan del tema de los valores se vierte una serie de conceptos como los de ética, moral, virtud, vicio, mal moral y en sí valor. A continuación se presentan algunas aproximaciones a estos conceptos:

Max Scheler, filósofo alemán de gran importancia en el desarrollo de la filosofía de los valores, la sociología del saber y la antropología filosófica. Además de ser un clásico dentro de la filosofía de la religión define los valores como cualidades de orden material y rango diverso, que existen independientemente de su forma de manifestación, es decir, ya sea que aparezcan realizados en las cosas o se den en la conducta.

Según García Maynez (1944: p.219) se difunden entre todos los agentes mediante mecanismos no bien especificados, sea por la evidencia de la superioridad de otros valores, sea por el papel benéfico de ciertos "creadores" de valores, como los medios de comunicación, las organizaciones no

gubernamentales o algunos grupos de científicos sociales, o bien por una no bien definida evolución social. Se reconocen en la vida, existen en sí y por sí, los valores son esencias y no dependen de que se les conozca o se les ignore, con ellos se dirigen las acciones desde el interior de las personas mismas. Por tanto los valores se poseen con diversos niveles de firmeza, y siempre subsisten aún cuando las actitudes o las cosas cambien. Por ejemplo: el amor siempre será un valor aunque muchas personas no lo reconozcan o no lo manifiesten.

Hay valores bien asentados en las convicciones de una persona lo que no es síntoma de intolerancia, valores ejercitados y practicados con frecuencia, valores trabajados en el diálogo con los demás, en la reflexión y el estudio, valores sometidos repetidas veces a prueba y siempre confirmados, y otros superficiales, aceptados sin reflexión, como una moda, con la conciencia de ser transitorios.

“Los valores pueden ser realizados, descubiertos e incorporados por el ser humano. El descubrimiento, incorporación y realización de valores positivos constituyen tres pilares básicos de la tarea educativa en valores”. Carrera Llorenc. (1997:p244). Justamente en esta triple posibilidad reside su importancia pedagógica, por ello se puede hablar de la educación como realización de valores y de una pedagogía de los valores. Según Max Scheler (1948: p. 83) son descubiertos mediante la experiencia fenomenológica, que es **a priori**, porque no se conocen por la experiencia sensible; se sustraen por inducción. Los valores son dados igual que las demás esencias, mediante una intuición inmediata y evidente, por la experiencia.

El término “valor”, está relacionado con la propia existencia de la persona, afecta a su conducta, configura y modela sus ideas y condiciona sus sentimientos. Se trata de algo cambiante, dinámico, que en apariencia hemos elegido libremente entre diversas alternativas. Depende sin embargo, en buena medida de lo interiorizado a lo largo del proceso de socialización y, por consiguiente, de ideas y actitudes que reproducimos a partir de las diversas instancias socializadoras. “Según la

pedagogía de valores, en el proceso de socialización de los adolescentes, los medios de comunicación como la televisión forman parte esencial.” Lloreca Carrera. (1997: p. 133).

En la adquisición de valores procedentes de otros influirán el diálogo, la discusión, el estudio, la lectura, los modelos, el ejemplo, etc. Obviamente, se puede decir que los valores proceden de la elaboración personal, pero sólo en el sentido de que las personas son las que los aceptan y utilizan. Y esto no es algo propio del hombre actual, en contraposición a la supuesta actitud acrítica y pasiva de las generaciones pasadas. Sin embargo los adolescentes son los más vulnerables en la adquisición y modificación de sus valores.

Los valores se consolidan por la práctica, es decir, por la repetición de su ejercicio. Y también por el estudio, el conflicto, etc. Importa, pues, no sólo cómo se crean los valores, sino cómo arraigan en las personas, cómo crecen, y se transmiten. Se justifican o racionalizan por vías muy diversas, la teoría (filosofía, sociología, política, economía, etc.), la tradición (lo que siempre se ha hecho), la práctica social (lo que se lleva), la convicción religiosa, la necesidad, el miedo, etc.

De los valores se han realizado diversas investigaciones desde hace tiempo por parte de diferentes especialistas, con varios puntos de vista y enfoques, lo cual resulta lógico, pues constituye un tema muy complejo que puede ser abordado desde diferentes campos del saber que integran; un ejemplo es la ética profesional y los medios de comunicación.

De acuerdo a García Maynez (1944: p. 18) la filosofía maneja la ética, a través de la Axiología, es decir teoría de los valores como la parte de la Filosofía que estudia los valores, especialmente morales. Esta, divide a los valores en sociales, denominados “ética”, e individuales, englobados en la “moral”. En ambos casos los valores principales se aplican de manera directa, pero además, se debe aceptar

que si un valor no se aplica en lo individual, no se ejercerá hacia los demás miembros de la sociedad.

2.2 Valores individuales y sociales:

2.1.2 Individuales

El valor individual es un elemento que se asocia a las creencias religiosas y en muchos casos a esta parte de la educación espiritual, es a la que se deja como responsabilidad de otros, porque para muchos es cosa de curas, padres, pastores o cualquier otra entidad similar, cuando la “moral”, debe emanar del núcleo familiar, en principio, y posteriormente, del resto de los elementos formadores de individuos (profesores, guía espirituales, etc.)

2.1.3 Sociales

Los valores sociales por otro lado, para García Maynez (1944) “son algo que muchos creen solo se deben aplicar en cuanto a la profesión que se desempeña, pero la filosofía marca que el comportamiento ético debe darse en cualquier actividad que se desempeñe.”

Todo lo anterior determina que existen dos tipos de valores, aplicados a los diferentes entornos de convivencia.

2.2 Valores Éticos y Morales:

Según García Maynez (1944: p. 13) las palabras ética y moral tienen etimológicamente, igual significado. **Ethos**, en griego y **mos**, en latín, quieren decir costumbre, hábito. La ética sería pues, de acuerdo con el sentido etimológico, una teoría de las costumbres.

El término ético que significa hábito o costumbre, en cuanto disciplina filosófica es el conjunto de reglas de comportamiento y formas de vida a través de las cuales tiende el hombre a realizar uno de los valores fundamentales de la existencia, por

lo que comprende el estudio crítico y propositivo del actuar humano en sus costumbres, actitudes y práctica. Este concepto pasó al latín como *moralia*, usado por primera vez por Cicerón. Pero el término moral llegó a los países latinoamericanos con cierta ambigüedad. Pues se puede referir tanto al conjunto de costumbres dadas y establecidas en un grupo o sociedad como a los comportamientos concretos de las personas; como se puede decir respecto al aparato que estudia y propone críticamente al actuar humano en sus actitudes y prácticas.

Las diversas concepciones de la naturaleza humana dan origen a diversas concepciones de la ciencia ética. Cabe mencionar dos posiciones antitéticas: una absolutista y apriorista y otra relativista y empirista. De acuerdo a la posición relativista las normas éticas tienen vigencia puramente convencional y son por ende mudables; sin embargo la absolutista y apriorista considera su validez atemporal y absoluta. (el relativismo niega la moral universal y el absolutismo, proclama la unidad de la ética.)

La teoría apriorista enseña que el conocimiento moral no puede adquirirse partiendo de la observación de los hechos. El hombre es capaz de conocer normas y valores porque en él existe un órgano adecuado a tal efecto, lo que suele llamarse conciencia estimativa, o sentido del valor. De acuerdo a esta tesis no hay creación ni transmutación de valores sino descubrimiento o ignorancia, así una de las misiones capitales de la ética consiste precisamente en afinar en el hombre el órgano moral.

Para los relativistas no tiene sentido hablar de valores al margen de la subjetividad humana. “Lo bueno y lo malo no representan algo que exista en si y por sí, algo objetivo, sino que son palabras cuyo alcance varía a través del espacio y el tiempo. García Maynez (1944: p. 27. Lo que para un sujeto o para una colectividad de sujetos es bueno, puede ser malo para un sujeto distinto. Las normas éticas no

son descubiertas por los individuos sino que representan una creación de éstos o de la sociedad a que pertenecen.

El objeto de la ética en cuanto disciplina filosófica se propone definir y explicar es la moralidad positiva, o sea el conjunto de reglas de comportamiento y formas de vida a través de las cuales tiende el hombre a realizar uno de los valores fundamentales de la existencia.

2.4 Jerarquía de los valores:

La presente investigación a pesar de poseer un corte comunicacional, se relaciona con las ciencias de Filosofía, Psicología y Pedagogía ya que la idea principal redundante en la modificación de valores en los y las adolescentes a través de la televisión, razón por la cual a continuación se presenta la jerarquía de valores desde la psicología y la filosofía:

De acuerdo a la Psicología la persona desarrolla normas para evaluar lo atractivo de los miembros del sexo opuesto, lo amenazador de diferentes peligros físicos, lo deseable de diferentes arreglos caseros, ocupaciones, iglesias, programas políticos, de modo general, se afirma que tendrá tantos marcos de referencia como diferentes categorías de objetos significativos haya discriminado. Dentro de un marco de referencia determinado, elegirá en base a la valencia relativa existente entre los objetos para él disponibles.

También desarrolla una jerarquía que une todos los marcos de referencia. "Maslow (1954) sugiere que el individuo promedio muestra una serie de necesidades que controlan la conducta hasta que son satisfechas, logrando lo cual las necesidades menos urgentes.

De acuerdo a Ross Stanger, (1998: p. 133); en general, la teoría de Abraham Maslow presenta los aspectos siguientes

- Necesidades fisiológicas (hambre, sed, etc.)
- Necesidades Seguridad (dolor, miedo, etc.)
- Necesidades de amor y de pertenencia
- Necesidades de aprecio y de méritos.



Al respecto, la filosofía analiza la jerarquía subjetiva de los valores, en el sentido de que cada persona o sociedad concede más importancia a unos valores que a otros (sea con carácter absoluto, o dependiendo de las circunstancias).

Scheler considera que los valores mantienen una relación jerárquica “a priori” término que proviene del latín (lo que viene antes de), en filosofía hace referencia al conocimiento adquirido sin contar con la experiencia, es decir, aquel que se adquiere mediante el razonamiento deductivo.

“Designamos como a priori escribe Scheler (1948: p. 82), todas aquellas unidades significativas ideales y las proposiciones que, prescindiendo de toda clase de posición de los sujetos que las piensan y de su real configuración natural, y prescindiendo de toda índole de posición de un objeto al cual sean aplicadas, llegan a ser dadas por sí mismas, mediante el contenido de una intuición inmediata”.

La superioridad de un valor sobre otro, es captada por medio del preferir, que es un acto especial de conocimiento. Preferir no es juzgar; el juicio axiológico descansa en un preferir que le antecede. Por otra parte, no hay que confundir “preferir” con “elegir”. El elegir es una tendencia que supone ya el conocimiento de la superioridad del valor. El preferir, en cambio se realiza sin ningún tender, elegir ni querer. La elección tiene un lugar entre acciones, mientras que el preferir se refiere a bienes y valores.

La elección entonces, supone el elemento empírico, mientras que el preferir supone un elemento apriorístico. Así todo ser humano prefiere la salud aunque en ocasiones elige acciones incongruentes con tal preferencia (fumar, beber licor, drogas, etc.)

Max Scheler (1948: p. 45), realizó una clasificación de los valores que llamó “clases fundamentales de relaciones de esencia apriorística” Según esta jerarquía de los valores, unos valores son: “más altos” y otros “más bajos”, siguiendo una serie de criterios:

- **Criterio de duración:** los valores parecen ser superiores cuanto más duraderos son. Es de esencia de lo agradable el captarse como variable y efímero. Los valores vitales son dados como estables.

- **Criterio de la divisibilidad:** los valores son tanto más altos cuanto menos divisibles o fraccionados. Esto parece realizarse el mínimo en lo agradable sensorial y se realiza más en los valores estéticos. El valor de los divino es universalmente participable.

- **Criterio de satisfacción:** es más elevado al aportar una satisfacción más profunda. Lo agradable sensorial sería un valor inferior porque no puede dar una satisfacción entera. Los valores del conocimiento serían superiores a los valores sensoriales y a los vitales, porque pueden satisfacer incluso dentro del displacer de la enfermedad. Los valores religiosos pueden producir un gozo sereno.

- **Criterio de fundamentación y de relatividad:** Los valores que se fundamentan en otros son inferiores a éstos, porque dependen de ellos y son relativos a otro valor. Este otro valor será más alto, llegando al final a valores independientes (que no se fundamentan en ningún otro) y absolutos.

Max Scheler distingue cuatro grupos de modalidades en la jerarquía de valores:

Valores de lo agradable y lo desagradable

Valores vitales

Valores espirituales

Valores religiosos

1. La serie de lo agradable y lo desagradable, en la estarían los sentimientos sensoriales de placer y dolor sensible. En ellos diferencia los estados afectivos de la vida sensible de los valores de lo agradable y de lo desagradable percibidos por el espíritu en la intuición emocional.

2. La categoría de los valores vitales, de los bienes y males físicos que acompañan la vida, como la salud, vigor, enfermedad, vivencias emocionales e instintos.

3. El reino de los valores espirituales, que serían independientes del cuerpo y captados por un “percibir afectivo espiritual”. Dentro de ellos están los valores estéticos, los valores de los “justo e injusto”, los valores del puro conocimiento de la verdad realizados por la filosofía, y los valores por referencia.”Los valores de referencia” serían los de la ciencia y la cultura.

4. Los “los valores de los santo y los profano”, dados respecto de objetos absolutos o divinos, alcanzados por una forma de amor que se dirige a las personas. El valor de lo santo es esencialmente un “valor de personas”, con reacciones específicas como la fe, la incredulidad, la veneración, la adoración; y

“valores de referencia” como el culto, los sacramentos, personas y cosas santas, etc.

De acuerdo a la investigación realizada se estableció una lista de algunos valores morales, que se presentan en la tabla No. 1

TABLA No. 1

Listado de algunos Valores Morales

VALORES MORALES
Libertad
Paz
Honestidad
Obediencia
Amor
Paz
Respeto
Tolerancia
Justicia
Fidelidad

Elaboración propia. Enero 2009

A continuación se define cada uno de ellos, en base al Programa de Educación Ciudadana en Valores nqatoqí' de la Universidad del Istmo, Guatemala:

Libertad: Facultad del ser humano que le permite decidir llevar a cabo o no una determinada acción.

Paz: La paz es generalmente definida como un estado de tranquilidad o quietud, como una ausencia de disturbios, agitación o conflictos.

Honestidad: La honestidad es una cualidad humana consistente en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, y de acuerdo con los valores de verdad y justicia.

Obediencia: es una actitud responsable de colaboración y participación, es la acción de acatar normas, órdenes, reglas y comportamientos.

Humildad: La humildad es una calidad o característica humana que es atribuida a toda persona que se considere un ser pequeño e insignificante frente a lo trascendente de su existencia o a Dios según si se habla en términos teológicos.

Respeto: Actúa o deja de actuar, procurando no perjudicar ni dejar de beneficiarse a sí mismo ni a los demás, de acuerdo con sus derechos, con su condición y con sus circunstancias.

Tolerancia Define el grado de aceptación frente a un elemento contrario a una regla a moral, civil o física. Más generalmente, define la capacidad de un individuo de aceptar una cosa con la que no está de acuerdo.

Justicia: Es el saber decidir a quien le pertenece esa cosa por derecho. La Justicia es ética, equidad y honestidad. Es la voluntad constante de dar a cada uno lo que es suyo.

Fidelidad: Es un valor moral que faculta al ser humano para cumplir con los pactos y compromisos adquiridos.

En la tabla No. 2 se muestra el listado de algunos valores éticos que se establecieron de acuerdo al programa Nqatoqí' y se analizan posteriormente:

TABLA NO. 2

Listado de Valores Éticos

VALORES ETICOS
Integridad
Lealtad
Responsabilidad
Equidad
Laboriosidad

Elaboración propia, enero 2009.

Integridad: implica rectitud, bondad, honradez; alguien en quien se puede confiar.

Lealtad: Es un corresponder, una obligación que se tiene con los demás. Es un compromiso a defender lo que se cree y en quien se cree.

Responsabilidad: Es un valor que esta en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valores las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de los moral.

Equidad: Se trata de la constante búsqueda de la justicia social, la que asegura a todas las personas condiciones de vida y de trabajo dignas e igualitarias, sin hacer diferencias entre unos y otros a partir de la condición social, sexual o de género, entre otras.

Laboriosidad: Significa hacer con cuidado y esmero las tareas, labores y deberes que son propios de las circunstancias.

2.5.2 Anti valores o vicios:

En cuanto a la transgresión de los valores se encuentran teorías como la de Ricardo Sada (2000: p. 31), que los definen como vicios o males morales.

Con relación a la noción de mal moral, Ricardo Sada cita la definición de mal moral como la cualidad inherente a la libre decisión del individuo contraria a la perfección de su naturaleza en orden al fin último. El mal moral consiste entonces en la libre transgresión por parte del hombre de las exigencias esenciales de su naturaleza que constituyen el orden al fin último. El mal moral es el único verdadero mal, pues hiere la naturaleza del hombre faltando contra la razón, la verdad y la conciencia.

Los anti-valores, vicios o males morales son la otra cara de la moneda, porque así como hay una escala de valores morales y éticos también existe una de valores inmorales y anti-éticos. La deshonestidad, la injusticia, la irresponsabilidad y algunos otros rigen la conducta de las personas inmorales, una persona inmoral es la que se coloca frente a la tabla de valores morales de manera negativa. Esa persona se convierte en aquella sin escrúpulos, fría, calculadora, insensible al entorno social que la rodea.

El camino de los vicios o anti-valores es equivocado porque no solo deshumaniza y degrada a la persona, sino que la hace merecedores del desprecio, la desconfianza y el rechazo por parte de sus semejantes, cuando no del castigo por parte de la sociedad. Aunque el sentido común advierte que no todas las acciones culpables tiene la misma gravedad. Asesinar a un amigo parece ante la conciencia como una acción más grave que decirle una mentira inocua. La filosofía moral distingue por eso entre culpas graves y leves aunque no siempre resulta fácil delimitarlas con precisión.

En la tabla no. 3 se muestra la lista de algunos anti-valores, vicios o males morales que más adelante se detalla con más precisión, tomando en consideración las definiciones de Nina Bravo, (1995: p. 148-150).

TABLA No. 3

Lista de anti-valore sociales

ANTI VALORES
Deshonestidad
Arrogancia
Odio
Irrespeto
Irresponsabilidad
Intolerancia
Perjuicio
Desigualdad
Injusticia
Infidelidad

Elaboración propia. Enero 2009

Deshonestidad: “falta de honestidad en las palabras o los actos”. Debido a esto, en asuntos laborales, de trabajo o bien familiar conlleva a la desconfianza en todos los puntos que le compete; creando una fuerte traba con quienes se interacciona.

Arrogancia: Es una cualidad negativa que se refiere al excesivo orgullo de una persona en relación consigo misma. El arrogante no admite sus propios límites, y por lo tanto, llega con frecuencia a opinar sobre temas que desconoce, sólo para dar la impresión de inteligencia, sabiduría o conocimiento desbordado.

Odio: es un sentimiento negativo, de profunda antipatía, disgusto, aversión, enemistad o repulsión hacia una persona, cosa, situación o fenómeno.

Irrespeto: “es una forma de agresión o coerción que deteriora las relaciones entre las personas” y generalmente se presenta cuando empleamos algunos de los

siguientes hábitos destructivos de las relaciones: criticar, culpar, quejarse, amenazar, castigar y sobornar.

Irresponsabilidad: “la irresponsabilidad como acción, lleva consigo, el no cumplimiento de un acto u obligación asumida de manera voluntaria,” pero en cada caso, supone el desarrollo de una tarea o labor que compromete de las personas una determinada función esperada o determinada previo acuerdo.

Intolerancia: “Está ligada a manifestaciones de odio racial, nacional, sexual, étnico, religioso o a otras formas de comportamiento que discriminan a ciertas personas o categorías de personas.” En sus manifestaciones, consagra como valor superior, no a la persona con sus propias y diversas identidades, sino a la propia identidad enfrentada a la de los demás. Se fundamenta en el prejuicio.

Perjuicio: “es un juicio previo que está basado en una generalización defectuosa e inflexible, estereotipo, que puede ser sentida o expresada y puede ser dirigida al grupo como un todo o a un individuo como miembro de dicho grupo”.

Desigualdad: “es una diferencia entre dos actores sociales.” En esta desigualdad se aprecia una injusticia que se puede superar.

Injusticia: “La injusticia es un acto en contra de todo principio humano, violatorio del derecho a la existencia.” Este acto coloca a la persona que la sufre en condiciones inhumanas, hasta el punto tal que la denigra.

Infidelidad: “ruptura de cualquier compromiso que se haya tomado libremente y, que por cualquier circunstancia se hay querido quebrantar,” no obstante no significa lo mismo que adulterio.

2.5.1 Conflicto de Valores:

Actualmente este tema es de mucha relevancia, hoy muchos afirman que “se están perdiendo los valores de antaño”, lo que demuestra la preocupación de una gran parte de la sociedad porque cada persona tenga y respete una escala de valores adecuada. Parece aceptable y positivo que la gente se plantee establecer una escala de valores en su vida, jerarquizando los valores y viviendo según ellos. Con la “teoría de los valores de Max Scheler se demuestra que se puede establecer una escala de valores o jerarquización, de modo que nos podamos guiar a través de ella. Pero como según Scheler (1948: p. 35) los valores cambian con la historia”, lo que parece cierto, y según esta historia, este tiempo que transcurre, los valores que la mayoría de la sociedad tiene, cambian, no siempre siguiendo el gusto de todos.

La sociedad a través de la historia ha aceptado e interiorizado de forma distinta unos valores propios y algunos de otras culturas. Antes la escuela transmitía los valores que marcaban la religión y el Estado, que eran también las que imperaban en la sociedad, con lo cual generalmente no había problema de conflicto. Cuando estos valores no han sido libremente interiorizados por la mayoría, no han tenido sentido o han sido rechazados fuera del ámbito escolar, familiar y social, se han creado situaciones de desarmonía afectiva, como; conflictos o diferencias escolares, laborales y sociales, basta recordar la inseguridad ciudadana, la destrucción familiar, la violencia, agresividad manifiesta, etc. La humanidad ha sufrido y está sufriendo un profundo cambio, es una etapa nueva, por ello, se debe estar atento a los valores que van emergiendo, dispuestos a modificar nuestra forma de actuar como elementos efectivos de esta dinámica.

Las sociedades y las personas pueden sufrir verdaderas crisis de valores en tal sentido la investigación para la realización de esta tesis se dirigirá hacia los adolescentes comprendidos entre los 13 y 14 años de edad.

No es fácil entender la naturaleza de un declive de los valores, que no consiste en la simple supresión de algunos, sino en su sustitución por otros, debido a cambios en los hechos o, en un plano más alto, en el traslado de la preeminencia de unos valores a otros. El cambio de un valor por un anti-valor o vicio.

Actualmente, la sociedad guatemalteca se encuentra ante una crisis de valores, que día a día se puede comprobar al leer o escuchar los titulares de los noticieros que anuncian un incremento de delincuencia, vandalismo y violencia.

Sin embargo la influencia de la televisión y la modificación de los valores en los y la adolescentes, no debe ser aceptada sin un cuidadoso análisis de los valores y de los hechos. Como tampoco hay que aceptar sin más su contraria, de que ha dado un gran paso al frente; al sustituir valores exclusivos, excluyentes e intocables por otros dinámicos, abiertos y flexibles.

2.5 Educar en Valores:

De acuerdo a la Tesis “Los Derechos Humanos en el Instituto Nacional de Educación Básica Carolingia, en la zona seis de Mixco de la Licenciada Ruano Marroquín, Laydi Consuelo (2005: p. 42) “La educación es un proceso de transformación que ayuda al ser humano en su condición para poder convivir en la sociedad, desarrolla capacidades, actitudes y conocimientos.” Es un agente social que contribuye y apoya a otras personas a aumentar o mejorar su crecimiento; da a conocer derechos y obligaciones para promover un Estado de Derecho donde se respeten y observen los Derechos Humanos.

No solo es un derecho fundamental en la formación integral de la persona humana, sino el medio que permite adquirir actitudes, hábitos, reforzar valores, que son la base o pilar esencial en el proceso de modificar la conducta de la persona humana.

En Guatemala, en 1956 se hablaba de fines de la educación, en la Constitución de 1965 se les llamó Garantías a los Derechos Individuales y en 1985 con el proceso de paz ya se encuentra un avance sobre el tema y se comienza a trabajar en proyectos como la educación en Derechos Humanos, que implica dos cosas: dar información sobre derechos y deberes y producir cambios en el comportamiento de acuerdo a los valores éticos y morales, considerando a la familia, escuela y medios de comunicación como principales agentes.

La educación en valores es sencillamente educar moralmente porque los valores enseñan al individuo a establecer jerarquías entre las cosas, a través de ellos llegan a la convicción de que algo importa o no importa, tiene por objetivo lograr nuevas formas de entender la vida, de construir la historia personal y colectiva. Por tal razón en el año 2004 el Ministerio de Educación de Guatemala creó la “Estrategia de Educación en Valores y Formación Ciudadana, 2004 – 2008, para el mejoramiento de Calidad Educativa denominada APRENDO, la cual enmarca en los instrumentos referenciales de orden jurídico-político vigentes (Constitución Política de la República de Guatemala, Ley Nacional de Educación, Diseño de Reforma Educativa y Acuerdos de Paz, entre otros). La educación en Valores es un eje transversal y así está considerado dentro del Curriculum Nacional Base y las nuevas Orientaciones Curriculares, articulándose especialmente con el área de Formación Ciudadana.

La Educación en Valores y formación ciudadana debe tratar todos los aspectos y dimensiones que conforman al ser humano, de manera integral. Trabajar en el desarrollo de esas competencias ciudadanas es tomar la decisión de hacer la democracia en el país; entendida como una forma de vida basada en el respeto y la dignidad humana, la libertad responsable y los derechos de todos y cada uno de los miembros de la comunidad.

En países como Guatemala, la televisión es el medio masivo que más impacto ejerce, por lo que se debe aprovechar este medio para transmitir programas educativos y formadores de valores. Aunque se debe proteger a la población de

éste último, ya que con sus programas de violencia, sexualidad, alcoholismo y pornografía sólo generan transgresiones y vicios, Según Ruano Marroquín, (2005: p. 50) “a pesar que la Ley de Educación Nacional contiene en el artículo 91 algo sobre la protección de valores morales y buenas costumbres en los medios de comunicación.” Esta educación debe ser permanente, constante, que involucre a todos y todas, en todas las etapas de su vida y espacios; además debe incluirse instituciones públicas y privadas. Y así capacitar a los y las ciudadanas en el ejercicios de los derechos y cumplimiento de deberes cívicos como una manifestación de la vivencia democrática, donde la persona humana se incorpore al medio sociocultural y viva los valores del grupo, prepararlos para una participación activa que propicie la vivencia democrática.

Pero ante todo se debe plantear el problema de justificar la educación moral: ¿por qué la educación en valores? Si el hombre es un valor, es persona, en cuanto está ontológicamente presente en él una naturaleza humana, se podría deducir que la educación es algo superfluo en cuanto que el hombre “existe ya” y no tiene necesidad de hacerse. Desde el punto de vista fenomenológico se debe partir de la pedagogía pura. Esta no se presenta sino cuando se educa en el plano humano. La educación se imparte a aquellos que pueden ser liberados y encaminado a un modo de vida que supone responsabilidad. Sólo la persona humana puede ser educada, y en la medida en que se ha conquistado a sí misma y se ha hecho capaz de servir a los valores desinteresadamente. La educación moral, por su naturaleza, unifica, cualifica y recapitula toda la educación.

“En el pensamiento de Dewey la educación en valores ocupa un puesto importante. En él va estrechamente unida la educación social y democrática.” Bosello P. Anselmo (1995: p. 25). Así la pedagogía de Hessen subraya particularmente el tema de los valores, tanto que los coloca como motivo central en su concepción del sistema educativo. Maritin considera la educación moral como un aspecto de aquella obra, nueva y eterna, que es la educación integral de la persona.

Dentro del campo de la moral, la educación cobra un papel imprescindible, según Mélich “No hay educación sin moral, porque sin moral ninguna educación sería posible”. Paya Sánchez. 1997: p. 150). En el sentido de la vida ético-social, la educación no puede renunciar a tal deber; el resultado sería el conformismo social y la imposibilidad de hacer surgir el valor en el individuo.

Después de mencionar las teorías a favor de la educación en valores, puede afirmarse que el problema de la formación de los valores no es de actualidad sino que se ha dado a lo largo de la historia; sin embargo por las propias necesidades del desarrollo social en este mundo globalizado es preciso enfatizar en este aspecto.

Variados son los enfoques que tratan de buscar una explicación a tan complejo problema, el cual puede ser conceptualizado desde diferentes ciencias al ser concebido desde el paradigma de la complejidad, pues todo intento de simplificarlo corre el peligro de desnaturalizar su propia esencia. En este trabajo de investigación se plantea desde la perspectiva comunicacional ofreciendo diferentes criterios teóricos y metodológicos sobre la investigación de la influencia de la televisión en la modificación de los valores éticos y morales en los adolescentes guatemaltecos.

La formación e influencia de la televisión en la modificación de los valores antes mencionados en los adolescentes, preocupa y ocupa a la sociedad. La entrada del nuevo milenio exige de una mayor eficiencia, eficacia y pertinencia de los procesos formativos de los medios de comunicación, como el objeto de estudio; la televisión.

2.6 Evaluación de Valores:

De acuerdo a la Estrategia de Educación en Valores y Formación Ciudadana, 2004 – 2008, APRENDO, del Ministerio de Educación de Guatemala se analiza que los valores; reconocidos como competencias ciudadanas se evidencian en la

práctica constante, en lo que las personas hacen, por lo que una de las alternativas para la evaluación es hacerlo transversalmente. Otra alternativa es a través de los acontecimientos cotidianos. Los valores pueden y deben ser evaluados a través de la realidad que viven diariamente las personas, de esta forma, todas las situaciones son espacios reales donde se practican valores para la convivencia y el ejercicio de la ciudadanía

Para realizar este trabajo de investigación se debió hacer una evaluación de los valores de los y las adolescentes de manera objetiva por lo que resulta importante abordar este tema como propuesta pedagógica el cual pretende ofrecer elementos para dialogar sobre la justificación y la fundamentación del sentido de una posible evaluación en este terreno, por lo que a continuación se hace referencia a algunos criterios y métodos que resultan objetivos en dicho proceso.

Según Bolívar Botia. (1995: p. 11) “Desde que en 1928 Thurstone publicó un artículo-manifiesto titulado categóricamente “Las actitudes pueden medirse” y cuatro años después Likert proponía “una técnica para medir actitudes”, ha proliferado un amplio conjunto de escalas de técnicas, alcanzando su construcción y validación.”

La evaluación de valores y actitudes es una de las dimensiones más necesitadas de clarificación; es expresión de todos los problemas de educar hoy. Si educamos en valores y actitudes es que esperamos que puedan ser modificados como consecuencia de la acción educativa, por lo que convendría evaluar en qué grado y dimensiones lo han sido. Cabe entonces afirmar que puesto que se puede aprender (y es evidente el aprendizaje formal o informal de las actitudes y valores), “se puede enseñar, y aquello que es objeto de enseñanza/aprendizaje debe ser también evaluado.” Bolívar Botia (1995: p. 12) . Aunque la evaluación en valores y actitudes siempre será parcial y problemática sin un sentido completo.

Los criterios de validez y fiabilidad empleados en la construcción de una escala de actitudes hacia la ciencia, necesarios en una investigación, no son del todo útiles para lo que se demande, si no se logran trasponer adecuadamente para que puedan ser entendidos y empleados en nuestro ámbito social. Hay posibilidades diversas de utilizar instrumentos y técnicas de evaluación, que se han de elegir y contextualizar para que sean congruentes.

La evaluación en valores tiene sus características especiales, entre ellas:

- Que se debe hacer cualitativamente con instrumentos como: la observación (de necesidades, actitudes y valores), análisis, autoevaluación y entrevista, que ayuden a determinar si los valores están presentes en la vida cotidiana, si se están viviendo los derechos y se respetan los de los demás.
- A la vez cualitativamente con lista de cotejo, escala de apreciación conductual, y otras.
- Puede ser con evaluación escrita, autoevaluación y coevaluación. Debe ser objetiva.

La evaluación es una actividad sistemática para usar información, describir un ámbito/práctica educativa y juzgar su valor o mérito. “De este modo una evaluación incluye dos componentes: descripción y juicio.

Implicación de la evaluación:

1. La evaluación no puede ser hecha sólo sobre una base intuitiva, requiere un proceso sistemático que implica aplicar principios, métodos e instrumentos.
2. Aplicar este conocimiento técnico y estas habilidades puede aumentar significativamente la objetividad del componente descriptivo en la evaluación, aún sin pretender nunca que la evaluación sea totalmente objetiva.

3. La subjetividad desempeña un papel más importante en el juicio que en la descripción, pero la subjetividad no tiene por que implicar arbitrariedad.

La evaluación de valores se debe centrar en las actitudes, que es donde se manifiestan y se realizan. En este sentido, los valores tienen que ser evaluados indirectamente a través de las correspondientes actitudes.

Para Bolívar Botía (1995), es preciso emplear algunos rasgos, indicadores, pautas, guías de observación o escalas que permitan evaluar las actitudes y su proceso de formación y desarrollo. Entre las técnicas de evaluación hay metodologías observacionales y narrativas, no observacionales, cuestionarios de selección y auto informes.

2.2.2 Definición de ética:

La ética a lo largo de la historia posee diferentes formas de manifestación, diferentes doctrinas axiológicas que aunque son contradictorias entre sí coinciden en su fin último: descubrir la esencia de lo valioso, entre ellas y basadas en la teoría de Sada Fernández, (2000: p. 38 – 77), se pueden mencionar:

2.2.1 Ética Empírica: “Es aquella que pretende derivar sus principios de la observación de los hechos. La experiencia revela que las concepciones morales de los individuos y los pueblos han ido variando a través de los tiempos, como cambian en distintos lugares del planeta; resuelta imposible afirmar la existencia de una moral universal.” Sostiene que lo que para un sujeto es bueno puede ser malo para el otro. Para contrarrestar las consecuencias negativas de esta teoría surgen dentro del mismo grupo de diversas formas de pragmatismo; como la **ética utilitarista**, que como no hay criterios que permitan decidir de manera indubitable, que es lo bueno y que es lo malo habrá que optar por aquellas formas de conducta que resulten más beneficiosas a la sociedad o al individuo y hacer de lo útil la norma suprema moral.

2.2.2 Ética de Bienes: “La existencia de un valor fundamenta al que denomina **bien supremo**. El hombre se propone fines, elige medios y pone en práctica estos últimos para la realización de sus fines.” El supremo de la vida habrá de consistir por ende en la realización del fin propio del hombre. Para unos reside en la felicidad, para otros en la virtud y para otros en el placer, lo que originó distintas variantes de la misma: eudemonismo, idealismo ético, hedonismo, etc.

2.2.3 Ética Formal: Para que un acto valga moralmente no basta sin embargo que la norma que lo rige tenga su origen en esa voluntad legisladora, sino que es indispensable que pueda aplicarse a todo ser racional. Se enlaza de este modo a la exigencia universal, rigiéndose por las leyes y normas establecidas.

2.2.4 Ética Valorativa: El valor moral no se funda en la idea del deber, sino a la inversa: todo deber encuentra su fundamento en un valor. Solo debe ser aquello que es valioso y todo lo que es valioso debe ser.” La noción de valor es por ende el concepto ético central. Los valores son materias y estructuras, que determinan una específica cualidad en las personas. Esta teoría separa cuidadosamente el problema de la intuición de los valores del de la existencia del valor, que es ontológico.”

2.2.5 Ética Hedonista o Epicurista: “Lo bueno para el hombre es lo agradable, el placer”. Confunde el bien placentero con el bien moral. (el consumismo, materialismo, la drogadicción, pornografía, aberraciones sexuales, etc.

2.2.6 Ética Estoica: “El bien supremo es la serenidad de ánimo. El ideal se reduce a una doble máxima:

“Sustine” (resiste, soporta)

“Abstine” (abstente, private)”.

2.2.7 Ética Consecuencialista: Es una postura ética muy vaga en la actualidad y afirma que “la bondad o maldad de los actos depende de las consecuencias que de ellas se sigan.

No considera la realidad de actos intrínsecamente malos, es decir aquellos que por sí y en sí independientemente de sus efectos posteriores, son contrarios al desarrollo en plenitud de la naturaleza humana. En definitiva, defiende el falso principio de que “el fin justifica los medios”. Sin embargo la esencia de los medios estriba en ser útiles, si carecen de utilidad, dejan de ser medios auténticos y desembocan en el fracaso.

Esta postura ética se ha dado en llamar “ética del mercado”, ya que sus principales planteamientos actuales se centran en la consecución de los mayores beneficios alcanzables en la economía del mercado. Por ejemplo, si una publicidad inmoral alcanza los mayores niveles de incidencia en el público consumidor, no habría nada que objetarle, ya que los beneficios que reporta son óptimos.

2.2.8 Ética de Situación: Este sistema ético niega en su raíz la existencia de categorías universales. Habrá tantas éticas cuantas situaciones concretas aparezcan para el individuo. A veces deberá actuar de un modo, y a veces de otro. “Todo dependerá de las circunstancias.”

2.2.9 Ética de Actitudes: Olvida que la libertad del hombre es la libertad de un ser inmerso en el tiempo y en el espacio. Por eso, no es posible decidir la vida moral en un solo acto y opción, sino a lo largo de toda existencia.

2.2.10 Ética Proporcionalista: Pretende obtener los criterios de rectitud de un obrar determinado con base en la proporción entre los efectos buenos y malos que se seguirán de tal proceder. “Nada es completamente malo.”

2. 3 Actitudes y carácter moral:

Un acto sólo, aislado de la conducta humana habitual del sujeto, puede tener muy poca relevancia, no refleja su verdadera manera de ser. Por esto se atiende especialmente a las actitudes.

Según Bosello Anselmo, (1995: p. 85), “Una actitud es una manera organizada o consistente en el pensar, sentir y reaccionar con respecto a personas, grupos y situaciones determinadas”. Según sea la actitud de la persona, percibe, valora a los demás y las cosas de una manera particular.

A nivel psicológico y de acuerdo a Ross Stanger (1998:p. 130), “la actitud, puede entenderse de diversas formas. “Proviene del latín “actitudo”, y se define como aquella motivación social de las personas que predisponen su accionar hacia determinadas metas u objetivos.” Existen actitudes personales que sólo guardan relación con si mismo, mientras que existen ciertas actitudes sociales que inciden en las conductas de un grupo o colectivo.

El término valor designa una potencia más fuerte y el término actitud, una menor potencia de creencia. La actitud y el valor tienen referencias relativamente objetivas hacia organizaciones o instituciones de una naturaleza menos inmediata.

2.1. La televisión como medio:

Es un medio de comunicación social que combina técnicas antiguas y nuevas, no ha sido inventada por un solo hombre sino que es el resultado de muchos descubrimientos en los campos de la electricidad el electromagnetismo y la electroquímica.

Carey proponía el primer sistema de "retina artificial" muchos años después en el tubo analizador de rayos catódicos, Carey presentó su teoría en 1880. En 1924 en adelante se consiguió la transmisión inalámbrica de imágenes a través de largas distancias. Al mismo tiempo a partir de este mismo año en Estados Unidos se

iniciaron los experimentos con la televisión en colores. La primera emisión experimental de televisión se realizó en Estados Unidos en 1925 y las primeras estaciones experimentales fueron instaladas en 1928, en el mismo país. La televisión a colores apareció en 1954. Aunque la invención de la televisión a color fue el resultado del aporte de varios investigadores y científicos, se puede afirmar que la aplicación práctica de la televisión a color fue inventada por Guillermo González Camarena, un joven mexicano que a los 23 años patentó su invento de la televisión a color en México y Estados Unidos, el cuál fue difundido rápidamente a muchos países del mundo. Otros avances espectaculares fueron obtenidos desde la segunda mitad de la década 1970.

La televisión posee la peculiaridad de presentar estímulos visuales y auditivos, los cuales son más efectivos que los visuales o auditivos por sí mismo, por ello es un medio sumamente eficaz en comparación con los demás medios de comunicación social.

La televisión se impone sobre otros medios y deja atrás al cine por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte de los hábitos de cualquier hombre de nuestra época, la televisión está en el hogar, solo se necesita encenderla.

La televisión es un medio de comunicación de masas que penetra en la mayoría de los hogares guatemaltecos. Este medio de comunicación ha logrado llegar tanto a ricos como a pobres por eso mismo es considerado como un medio fuerte ya que integra imágenes y voz. En la actualidad se ha transformado en un arma de doble filo, por la calidad de programas que allí se transmiten sin tener alguna consideración que la mayoría de sus espectadores son niños y adolescentes que aún no tienen formado su criterio y por lo regular ven los programas televisivos sin supervisión de un adulto para que los oriente en cuanto a los temas de los programas y la realidad. Además contribuye a las posturas reduccionistas del valor de la persona. Sada Fernández (2000: p. 133).

En la vida de las personas la importancia de los medios de comunicación es valiosa pero a la vez perjudicial para los adolescentes, ya que sus valores y estilo

de vida se transforma y se moldea a través de nuevos valores y comportamientos de otras culturas que están alejadas de la realidad guatemalteca.

2. 2 Clasificación de canales de televisión abierta y por cable en Guatemala:

Los canales de televisión a los que están expuestos los y las adolescentes guatemaltecos se pueden clasificar en dos categorías, siendo estos los canales de televisión abierta nacionales y los canales por cable (nacionales e internacionales). Estos transmiten diversos programas que despiertan el interés juvenil de experimentar ideas nuevas que vienen del extranjero.

En la tabla No. 4 se muestra los canales nacionales y su tipo de programación al público televisivo.

Tabla No. 4

Canales Nacionales y su tipo de programación

CANALES NACIONALES	
CANAL	TIPO DE PROGRAMACIÓN
CANAL 3	SERIES, NOVELAS
CANAL 7	NOVELAS, NOTICIAS
CANAL 11	SERIES
CANAL 13	SERIES
CANAL 21	RELIGIOSO
CANAL 27	RELIGIOSO
TV AZTECA	ESPECTACULOS
GUATEVISIÓN	VARIADO
VEA CANAL	CULTURAL
TV USAC	CULTURAL

Programación televisiva. Guía Mensual Prensa Libre Enero 2009

Por otro lado se muestra en la tabla No. 5 el listado de canales que se transmiten por cable y su tipo de programación que cada día los adolescentes pueden observar

TABLA no. 5

Clasificación de canales internacionales por cable y su tipo de programación

CANALES INTERNACIONALES POR CABLE	
AXN NETWORK	ENTRETENIMIENTO Y PELICULAS
CINE CANAL	
CINEMAX	
DE PELICULA	
E! ENTERTAINMENT	
FILM ZONE	
HALLMARK	
HBO	
SONY	
TNT	
UNIVERSAL	
XEW tv	
A&E MUNDO	
ANIMAL PLANET	
CNN EN ESPAÑOL	
DISCOVERY	
HISTORY	
P&A	
CARTOON	INFANTIL
DISCOVERY KINS	
DISNEY	
NICHELODEON	
WARNER	
ESPN ESPAÑOL	DEPORTES
ESPN 2	
FOX SPORT	
GOL TV	
CASA CLUB	SALUD
DISCOVERY HEALTH	

Programación televisiva. Guía Mensual Prensa Libre Enero 2009.

2.3 Programas televisivos:

Según Bermejo Berros, (2006: p. 208), en la televisión son transmitidos varios programas que por su contenido van dirigidos a diferentes públicos, con distintos intereses. Entre los tipos de programas televisivos se pueden mencionar los siguientes:

Informativos: También se les llama telediarios. Son emitidos en directo y para su elaboración y transmisión se necesita un equipo de periodistas, corresponsales, locutores, cámaras, etc. e implica una gran técnica para su emisión.

En los telediarios tenemos la ventaja de ver la imagen del hecho del que se está hablando, acompañada de la voz de un periodista que le da énfasis según quiera narrar la noticia.

La televisión es un gran medio en el que se apoyan los políticos para el manejo de sus campañas y proyectos por lo que encuentran en los informativos un espacio ideal para exponer sus ideas, manipular, rechazar opiniones y/o defenderse de las críticas de otros partidos.

Programas culturales: La televisión puede ser un gran medio para la difusión de la cultura y desgraciadamente se está desaprovechando su potencial. En países en vías de desarrollo se ha visto como un gran instrumento de alfabetización, ésta llega a comunidades donde es difícil tener acceso a la escuela.

Los programas educativos pueden ser elaborados por las mismas cadenas televisivas o por instituciones que se ocupan de la educación a distancia.

Documentales: Un género clásico de la televisión, en el que se abordan temáticas, como naturaleza, historia, viajes. Su espacio en las parrillas televisivas puede dejar paso a su consolidación en los canales temáticos.

Deportivos: Las retransmisiones de eventos deportivos constituyen un apreciado botín para la cadena que los posee. Los mundiales de fútbol, los Juegos Olímpicos y el Tour de Francia son algunos ejemplos de éxito de audiencia contrastado.

Programas de entretenimiento: Estos ocupan el mayor espacio televisivo. Está conformado por series (por ejemplo: policíacas, comedia, de investigación, de suspenso, etc.) concursos, telenovelas, de animación (dibujos animados), “reality shows” (como “Cristina” –transmitido desde Miami- y “Gran Hermano” - que comenzó en Estados Unidos y ha sido copiado, por muchos países). Podemos incluir también aquí los programas del corazón, como el programa que también es transmitido por la señal de cable aquí en Guatemala: 12 corazones.

Reality shows: Este término anglosajón designa a las fórmulas televisivas en las que el espectador se convierte en protagonista del programa. Este género, mezcla el concepto clásico de concurso con la convivencia diaria, y está abierto a numerosas posibilidades.

Ficción: En este apartado se encuentran series, miniseries, películas para televisión (TV movéis), comedias de situación, telenovelas y, fundamentalmente, cine. Salvo el cine, el resto de los productos están específicamente diseñados para emitirse en televisión, lo que obliga a las cadenas a realizar por sí mismas estos programas o adquirir sus derechos de reproducción. Por su parte, los largometrajes de cine son un caso único e incomparable, y constituyen el formato más abundante y repetido en las programaciones por su éxito y rentabilidad.

Serie de televisión: Una serie de televisión es una obra audiovisual que se difunde en emisiones televisivas sucesivas, manteniendo cada una de ellas una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran. Aunque el término se emplea popularmente para designar a la ficción seriada, otros géneros son susceptibles de ofrecerse en serie, como el documental.

La telenovela: (conocida en algunas regiones simplemente como novela, también llamada teleserie o teleteatro, en Chile, y, en España) es un programas de televisión producido originalmente en varios países de América Latina, transmitido en episodios diarios (usualmente de lunes a viernes) y consecutivos, narrando una historia ficticia (aunque puede estar basada en hechos reales) de alto contenido melodramático.

2.4 Publicidad en televisión

Hay más publicidad que programas juveniles, y de cada tres o cuatro minutos de programación televisiva, uno se dedica a la publicidad o la promoción, la publicidad también influye en los y las adolescentes, la reiteración, una y otra vez, de los spots hace que el adolescente los absorba y almacene fácilmente en su memoria. La música atractiva, las frases y slogans ingeniosos concebidos para ser recordados contribuyen a que la publicidad tenga un impacto en los adolescentes como consumidores.

Publicidad y violencia: Según las investigaciones que se han realizado en países como Colombia durante el año 2005 por la Revista Salud Pública han mostrado que la incitación al consumo que aparece en la televisión, y la subsiguiente frustración sentida por el sujeto al no poder satisfacer esa llamada al consumo, puede desembocar en conductas violentas.

Publicidad y sexo: los adolescentes ven sexo antes de practicarlo. Al no producirse la comparación entre lo que ven en la televisión y la realidad, construyen fácilmente creencias sobre el sexo asentadas en las imágenes y los mundos que les sirve la televisión.

El sexo que muestra la publicidad tiene dos rasgos:

- En primer lugar, los spots tienden a mostrar el sexo en entorno idealizado en los que parecen hermosos modelos femeninos y masculinos. Esto contribuye a crear en el adolescente altas expectativas con relación al sexo que después buscan e intentan reproducir en la realidad, sus relaciones sexuales cada vez más precoces.
- Otro rasgo de la publicidad susceptible de afectar a los adolescentes es la disociación que se establece entre el sexo y la afectividad. El primero es asociado al placer y el disfrute, sin consecuencias; y no se asocia con la afectividad entre las personas.

Publicidad encubierta en programas y series de ficción: Es cada vez más frecuente en televisión y tiene un alto grado de eficacia, pues los jóvenes no intentan como en los bloques publicitarios, zapear para evitar esa publicidad. En la pantalla encubierta siguen mirando la pantalla sin perder detalle, pues de otro modo perderían el hilo del relato.

Publicidad convencional (patrocinio o anuncio) inserta dentro del programa: Al igual que la publicidad encubierta, esta publicidad está presente durante el transcurso del programa. Es incluso presentada en algunos casos por los mismos conductores del programa. Su capacidad de influencia sobre los adolescentes es muy alta en comparación con la publicidad clásica que se encuentra en los bloques publicitarios.

El sexo y el alcohol en la televisión:

En la influencia de la televisión sobre la conducta sexual existe una relación entre ver mucha televisión con contenido sexual y la precocidad en el inicio de las relaciones sexuales. La ausencia en televisión, no de programas de educación sexual, sino de elementos de educación sexual responsable (causas, consecuencias, prevención, etc.) y en los programas de ficción donde se acumulan las referencias sexuales, hacen que los jóvenes no permanezcan en muchos casos con escasas ideas al respecto, sino que construyan ideas equivocadas que les lleven a situaciones no deseadas (embarazos, sida, etc.)

Al igual que el sexo, el alcohol, está presente en televisión. Las imágenes en las que aparecen personajes bebiendo, tanto en spots publicitarios como en series, y películas contribuyen a fomentar el consumo pero también según sean presentadas, a su reducción. Sin embargo la mayor parte de los estudios se han centrado en poner en evidencia que el alcohol en televisión es presentado (y no solo en la publicidad) de tal forma que suele invitar más bien al consumo que al no consumo. La televisión presenta las bebidas alcohólicas como una actividad absolutamente libre que raramente es asociada con alguna consecuencia buena o mala. Los personajes que beben suelen representar posiciones favorables (alegría, diversión, buena salud, status social acomodado o cuando menos no vagabundos, etc.) El alcohol suele ir ligado (sobre todo en publicidad) a imágenes sexuales.

En definitiva, la televisión puede ayudar a aquello que constituye paradójicamente, a aumentar el consumo. De igual forma la televisión puede si se lo propone, mostrar su poder educativo y formativo.

2.13.3. ¿La violencia en la televisión influye sobre el o la adolescente?

No existe ninguna investigación que por sí solo haya demostrado suficientemente que la violencia televisiva engendre comportamientos agresivos en los y las adolescentes. Sin embargo la convergencia de numerosas investigaciones al respecto es tan abrumadora que, hoy día, se puede afirmar que bajo determinadas condiciones, la violencia televisiva puede influir sobre el ulterior comportamiento agresivo del telespectador. Para muchos la conexión entre la violencia televisiva y la conducta agresiva ha sido establecida más allá de una duda razonable. Aunque en algún caso se habla de esta relación en términos más matizados como efectos establecidos bajo ciertas condiciones. Ello significa que, en general, hay una influencia facilitadora pero no determinista. Adolescentes sometidos a televisión violenta pueden no manifestar esa influencia perniciosa. Ahora bien, cuando se reúnen factores favorables, esa influencia aparece significativamente.

Se debe reconocer que la televisión es un hecho permanente de la vida contemporánea. Sin embargo las pruebas documentadas contra la TV son fuertes. Todas las personas pueden ser condicionadas por la televisión para que crean cosas increíbles. Por ejemplo, han hecho creer que beber es lo que está aprobado por la vida moderna.

Definición de Adolescente

Según López de Llergo, , (2003: p. 41), es el período en el desarrollo humano comprendido entre la niñez y la edad adulta durante el cual se presentan los cambios más significativos en la vida de las personas en el orden físico y psíquico. Aquí se presentan la maduración de la sexualidad y los múltiples cambios de orden fisiológico, como también el pensamiento lógico y formal del joven que se prepara para incorporarse al mundo de los adultos.

Se llama adolescencia, porque sus protagonistas son jóvenes de identidad y de una clara definición, que ya no son totalmente niños, pero tampoco son adultos,

son una especie de híbrido con rasgos de adulto y resabios de niño. La evolución que los jóvenes viven en esta etapa, los hace entrar en crisis, pues se encuentran en la búsqueda de su propia identidad, en el proceso de configurar su personalidad.

2.8 Características de los y las adolescentes de trece años:

Las descripciones posteriores se centran en las edades de 13 y 14 años, por ser el objeto de estudio de la presente investigación. Las características descritas son en base al autor Gesell en su ensayo: "El adolescente de 10 a 16 años".

2.8.1 Los trece años:

"La adolescencia se encuentra ya bien iniciada y comienza a emerger múltiples y nuevas facetas de la conducta, es poco comunicativo. En el hogar se le ve callado y suele hacer críticas minuciosas de sus padres.

Sus reflexiones son polifacéticas, involucran elecciones, deseos, ideas, ambiciones y pueden conducir a decisiones provisorias y potenciales en la esfera de la conducta moral. Es reflexivo, cooperativo, tímido con los extraños. Preserva la identidad de su yo cierto grado de independencia.

Se mueve en un reino ético más complejo que doce. Ya piensa menos en lo que le conviene y más en la ética en general. Dilucida con cierta facilidad el problema de lo que está bien o lo que está mal.

Los problemas del cigarrillo y la bebida comienzan a caer dentro de la propia experiencia. Este se pregunta si él mismo habrá de fumar o beber."Gesell Arnold, (1998: p. 162)

2.8.2. Los catorce años:

Es más expresivo que durante los trece años. Suele mostrarse amistoso y extrovertido. Comienza a concebir a la familia como institución. Es más receptivo. Es realista y objetivo en sus juicios. Posee modos de pensar más maduros. Es la edad adecuada para impartir una ulterior educación sexual pues se halla ansioso por adquirir estos conocimientos.

Procura hallar su propio camino, establecer cómo siente y decidir que sendas son las mejores para él. No le da vergüenza mostrar sus sentimientos. Piensa con menos intensidad en el matrimonio que un año antes. Comparte menos en reuniones familiares, la mayor parte del tiempo es dedicada a reuniones sociales con o sin separación de sexos.

“El cine provoca toda una variedad de patrones de conducta. Les gusta el final feliz. A menudo se identifica con lo que sucede en una película, así puede sentirse feliz triste, heroico o pusilánime. Se halla en vías de elaborar su propio concepto de la “moral”. Reconoce las múltiples influencias que han producido su propio código ético. El movimiento fácil y diversificado de un adolescente de catorce años le permite atrapar estas influencias incorporándolas a su propio sentido de los valores morales. No le resulta difícil elegir qué está mal y qué está bien, pero no significa que siempre elija lo bueno.

Según Gesell Arnold (1998), el cigarro y la bebida comienzan a incorporarse a la experiencia personal.

Después de señalar las características específicas de las edades de 13 y 14 años de edad, se puede afirmar que la juventud es la época privilegiada para el desarrollo de las actitudes morales y además personalizadas. La razón es múltiple: la juventud es la época de los grandes ideales, del entusiasmo, a veces de afanes heroicos, ya que la persona no se halla todavía comprometida, al menos los formalismos del ambiente familiar y grupal no le atan tanto.

Espacialmente la juventud, más que otras edades, está más alerta para captar las injusticias, las discriminaciones, y las reprobaciones, revibra en cambio con todo lo que suena a solidaridad, afán de paz y de bienestar para todos.

Por todo ello, en la formación moral la referencia al “otro” no es puramente teórica, sino vivencial. También por este motivo el aprendizaje por observación o sea, la influencia de los modelos ejerce en ellos una verdadera fascinación. Tarea de la sociedad, de los educadores y medios de comunicación; será también presentarles modelos auténticamente valiosos, o por un mero ídolo pasajero. Todo ello confirma la importancia que en esta etapa tiene la educación, la libertad, la formación ética y moral.

La adolescencia es una etapa especialmente temida por los padres, y menos conflictiva de lo suele pensarse para los hijos, si no mediara la ineptitud de los mayores, incapaces de recordar. Es la etapa en la que se produce el proceso de identificación, es decir, la persona toma conciencia de su individualidad y de su diferencia respecto a los demás. Tras la atribución de conflictividad se esconde la incapacidad para entender, desde la óptica adulta, lo que sucede en la mente del adolescente.

Los padres dejan de ser unos personajes ideales y el adolescente comienza a encontrarles cada vez más defectos, hecho que muchos padres confunden con un rechazo del hijo hacia ellos, e incluso verbalizan que su hijo ya no les quiere, cuando en realidad no es más que la consecuencia de la superación de la infancia (dependencia); simplemente ahora los necesita menos. El mayor peligro del conflicto generacional no es que padres e hijos no se entiendan, sino que no se relacionen.

Hay cuatro aspectos importantes para el sano desarrollo del adolescente:

Vinculación: El adolescente sufre numerosos cambios drásticos en sus vinculaciones con la familia, los amigos y el mundo que le rodea. Por un lado rompe amarras con la infancia y, por otro, explora nuevos lazos de unión con el

mundo adulto, apartándose poco a poco de la relación de dependencia familiar hasta llegar a la independencia total. Si no obtiene una adecuada satisfacción de las vinculaciones que haya establecido en su vida probablemente presente alguno de los siguientes comportamientos:

- Es tímido, tiene pocos amigos o ninguno y elude de forma activa las situaciones sociales.
- Habla negativamente de la familia, de su raza o de su grupo étnico.
- Rara vez, o nunca, se ofrece para ayudar a los demás.
- No cae bien a sus compañeros.
- Quiere ser el centro de todo e intenta atraer hacia sí la atención de los demás.
- Suele relacionarse más con cosas y animales que con gente.
- Le molesta tocar a los demás o que le toquen.

Singularidad: El desarrollo del sentido de la singularidad se produce cuando se aceptan y estimulan dentro de la familia las cualidades especiales y las características poco usuales del individuo, de lo contrario:

- Hablará negativamente de sí mismo y de sus logros.
- Se enorgullecerá poco o nada de su apariencia.
- Buscará aquellas cosas que le asemejen a los demás antes que aceptar sus diferencias.
- Demostrará poca imaginación.
- Hará las cosas como se le diga, sin aportar modificaciones de su propia cosecha.
- Buscará el elogio y lo negará o desmerecerá cuando lo consiga.

Poder: El individuo debe tener recursos, oportunidades y capacidad para influir sobre su propia vida. Tener sensación de poder no es lo mismo que ser poderoso. El adolescente que tiende a manifestar su poder de manera excesiva sobre los demás, sea físicamente o mediante la manipulación psicológica, suele tratar de suplir así su carencia de sensación de poder, y presentará alguno de los siguientes comportamientos:

- Elude afrontar responsabilidades. No iniciará tareas por su cuenta y rechazará las que supongan un reto.
- Ser excesivamente exigente o terco.
- Querer siempre ser el líder o hacer las cosas a su manera, negándose a compartir la autoridad.
- Carecer de control emocional, con episodios continuados de furia, histeria, miedo e incapacidad.

Modelos: Deben disponer de ejemplos o modelos humanos, filosóficos y prácticos, que le sirvan de punto de referencia para desarrollar valores personales. Los héroes y los ideales son muy importantes en esta época. El adolescente se apropia de caracteres de estrellas cinematográficas, músicos, exploradores, inventores, atletas, etc. y los eligen como modelos, situándolos en un pedestal, y rodeándose de cosas de dichos modelos, carteles, autógrafos, discos y tratan de imitar su vestimenta y comportamiento. Esto suele provocar cierto malestar en los padres al sentirse desplazados. Los adultos suelen encontrar a los adolescentes desagradablemente idealistas, mientras los adolescentes suelen despreciar a los adultos que están con los pies en la tierra y sólo se ocupan de las cosas cotidianas. Un joven sin modelos:

- Se organiza mal tanto en ideas como en comportamiento.
- Confunde lo bueno y lo malo.
- Le cuesta decidirse a hacer o decir algo.
- Malgasta el tiempo en actividades aparentemente sin objeto, obsesionándose con actividades que no guardan relación con sus obligaciones más inmediatas.

2.11 La influencia de la televisión y los valores éticos y morales de los y las adolescentes

2.13 Influencia de la Televisión:

En la sociedad la influencia se presenta en las relaciones de agentes humanos y se muestra claramente en los cambios de actitud que presenta un determinado grupo de personas a las cuales va dirigida, teniendo en cuenta el grado de los cambios, determinando así el nivel de influencia ejercida.

El contenido de los mensajes de la televisión, sobre todo en los países del tercer sector como Guatemala, es de baja calidad artística, con altos contenidos de violencia, agresión y exaltación de valores que no están de acuerdo con los intereses de la sociedad. La exaltación del individualismo, el énfasis por el dinero y los bienes económicos, etc. La televisión ayuda a la formación de imágenes estereotipadas con respecto a profesionales, grupos étnicos, religiosos o políticos. Las ideas son importadas. En muchas ocasiones el material presentado por la televisión no resulta beneficioso para el público receptor. Los mensajes transmitidos no demuestran ningún esfuerzo creador por parte de las plantas, más que el de preparar un cuarto de condiciones de situar a las personas frente a las cámaras.

La televisión ejerce gran atractivo y ha desplazado en cuanto a preferencia del público a los demás medios. La televisión pone en juego varias motivaciones que son aprovechadas por quienes lo utilizan para la venta de productos, así como la implantación de ideas políticas o sociales.

La audiencia es mayor en la clase pobre, atrayendo también gran parte de la media, esto varía; interviniendo otros factores como la edad, sexo, clase social, ellos son determinantes importantes en la preferencia, hora de audiencia y los efectos.

La televisión es el medio que cuenta con mayor audiencia, pero antes de contribuir al desarrollo cultural, social, económico y personal de sus perceptores, les distrae

de tareas más alentadoras, mientras mayor sea la educación menos se ve televisión.

La influencia que ejerce la televisión se verá en grado y calidad, en distintas áreas, pueden ser meditados o inmediatos. Tal influencia se puede estudiar a dos niveles; Sentido General y Limitado. El Sentido General se refiere a la acción en la cual no puede ser concretada a ningún área específica. En Sentido Limitado los procesos que se desarrollan en la fase post-comunicativa como consecuencia de la comunicación colectiva, y por otra parte en la fase comunicativa propiamente dicha, a todos los modos de comportamiento que resultan de la atención que presta el hombre a los mensajes de la comunicación colectiva.

La televisión es utilizada con influencia poco productiva para lograr desarrollar el potencial cultural de Guatemala. No se trata solo de comunicar, sino de controlar las reacciones del receptor. (Adolescentes).

Los efectos pueden ser considerados:

1. Según temporalidad: mediatos e inmediatos
2. Según las consecuencias: positivos y negativos
3. Según la intensidad
4. Según el área de acción: sobre el comportamiento, saber, opiniones y aptitudes.

2.13.1 Los valores y la televisión:

Nadie niega el indudable beneficio que los medios de comunicación como la televisión han supuesto para el progreso y unidad del género humano en su labor de informar, recrear y dar vuelo a la fantasía creadora, enseñar e instruir, orientar y preservar valores. Pero su transmisión de noticias y juicios de acontecimientos debe, ante, todo, mirar al verdadero e integral beneficio del hombre mismo.

La televisión puede ser una influencia poderosa en el desarrollo de un sistema de valores y en la formación del comportamiento de los adolescentes.

Según Ricardo Sada (2000: p. 208) “Lamentablemente la violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza y de género y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión.” Los y las adolescentes son impresionables y pueden asumir que lo que ellos ven en televisión es lo normal, seguro y aceptable. Por consecuencia, la televisión también expone a los y las adolescentes a tipos de comportamiento y actitudes que pueden ser abrumadores y difíciles de comprender.

Por otra parte, la exagerada representación de imágenes corporales perfectas puede contribuir al problema de la anorexia nerviosa sobre todo en adolescentes, debido a la ansiedad que provoca. Mas de la mitad de los mensajes transmitidos por la televisión llevan hacia los jóvenes información errónea, engañosa o ambas, pero que ellos creen como verdadera. De tal manera que, la TV no sólo ofrece sino que impone experiencias, condicionamientos a los jóvenes pues ellos son el principal blanco de este medio de comunicación masiva.

El sentido moral debe guiar, pues el fondo y la orientación de los medios de comunicación. Cuando estos rompen con todo sentido ético y su móvil es el afán de ganancia y captación del carácter hedonista y sensual dominante, difunde la mayor de las relajaciones, hacen de la degradación un ideal y contribuyen con ello a la formación de sociedades desquiciadas y desquiciantes.

2.13.2 La televisión, destructora de valores:

Las creencias, actitudes y comportamientos contribuyen a poner de manifiesto los valores de la persona y a conformarlos al mismo tiempo. La televisión puede intervenir de tres formas diferentes, en la adquisición o destrucción de valores en los y las adolescentes:

- a. Presenta conductas que pueden imitarse y que ponen de manifiesto los valores de los personajes.
- b. Proporciona imágenes que pueden inducir determinadas acciones.
- c. Es el medio por el que, a muy temprana edad, los sujetos se familiarizan con los valores de la sociedad del ocio y el consumo. Bermejo Berros, (2006: p. 208).

Entre los distintos modos de atentar contra la libertad y el bien ajeno es preciso mencionar la privación de la libertad que supone la manipulación informativa a través de los medios de comunicación.

Según Ricardo Sada (2000: p. 147), por manipulación se entiende, la aplicación de métodos y técnicas que un ser humano, consciente de que actúa sobre otro ser, igualmente humano, emplea con el fin de inducirlo a actuar de manera inconsciente en una dirección determinada.

Manipular es pues éticamente ilícito ya que se trata, al fin y al cabo de un engaño. Lo propio de la manipulación es el empleo sutil de métodos y sistemas, dejando indefenso a destinatario que, eventualmente, ni siquiera se percató de lo que con él se pretende. Cuando tal forma de intervención se da a través de medios de comunicación como la televisión, se produce una deformación de la verdad que resulta éticamente condenable.

El sentido moral debe guiar, el fondo y la orientación de la televisión. Cuando este medio de comunicación rompe con todo sentido ético y moral en el afán de ganancia y la captación del carácter hedonista y sensual dominante, difunden la mayor de las relajaciones y hacen de la degradación un ideal. Y si esto es grave para los adultos, lo es más para las generaciones de niños y jóvenes, para quienes sobre todo por el sonido y la imagen; los materiales difundidos les

condicionan su modo de vida y acción y frente a los cuales están en situación indefensa.

En definitiva la televisión presenta valores y antivalores o vicios, así como sus sanciones respectivas. A veces se recompensa un valor (como cuando un héroe ha actuado siguiendo el valor de la justicia y al final recibe una recompensa) a veces el valor no es sancionado positivamente (por ejemplo, aquel personaje que habiendo actuado con sinceridad no es valorado por los demás en su conducta) y a veces es sancionada positivamente el contravalor (por ejemplo, aquel que mediante el robo se enriquece y no recibe castigo).

En conclusión, esa manifestación de conductas sancionadas o no, hace que el adolescente encuentre en la televisión una fuente directa de adquisición de valores o antivalores.

Es menester, por ello que se proceda a formar, en lo personal y en lo social, un sano discernimiento crítico, que suscite la capacidad de repudiar lo negativo y de reclamar lo positivo, evitando la mera pasividad receptiva. Es preciso también además de esa actitud crítica, buscar los cauces para paliar, a través de la opinión pública y los medios legales establecidos, la nociva acción de dichos medios.

Toca a los padres de familia, a las agrupaciones idóneas, a las sociedades intermedias, a las sanas y rectas corporaciones de comunicadores y, por supuestos, a las autoridades, trabajar en este sentido, promoviendo y salvaguardando la eminente dignidad de la persona humana.

La televisión también puede inducir conductas antisociales como actos violentos, inmorales e insolidarios, que se intensifican cuando los jóvenes pasan mucho tiempo delante de la pantalla.

CAPÍTULO III

Marco metodológico

3.1 Método y tipo de investigación

Por la naturaleza de la investigación, se aplicó el método científico, en sus fases indagatoria, demostrativa y expositiva, las cuales permitieron aplicar una secuencia lógica para el desarrollo del trabajo de investigación:

- A. Fase indagatoria; mediante la recolección de información necesaria de las fuentes primarias (instalaciones del edificio del Centro de Estudios)

- B. Fase demostrativa; analizar los resultados obtenidos por medio de los procesos mentales de abstracción, deducción, síntesis y comparación; detectando las similitudes y diferencias entre los elementos teóricos y la realidad.

- C. Fase divulgativa; lo cual comprende la materialización del informe final en el cual se detalla la situación real de los valores en los y las adolescentes del Centro Educativo.

Así mismo se aplicó el método analítico-sintético el cual fue útil en el proceso de las consultas bibliográficas, luego se realizó una síntesis de los elementos más importantes, los cuales sirvieron de soporte teórico y conceptual a la investigación.

Con respecto al tipo de investigación, es descriptiva, pues se describieron los resultados que arrojó la investigación, cuantitativa, porque se recogieron y analizaron cantidades acerca de las variables y cualitativa, pues implicó la indagación de lo que las personas sujetos de estudio dijeron pensaron o sintieron acerca del objeto de estudio

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 GENERAL

Determinar la influencia de la televisión en la modificación de los valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos entre los 13 y 14 años de edad.

3.2.2 ESPECÍFICOS:

Establecer cuáles son los valores éticos y morales que a menudo se modifican a través de los mensajes transmitidos por la televisión.

Explicar las conductas adquiridas por los adolescentes a través de la televisión.

Describir la influencia de la televisión en el posicionamiento de valores en la mente de los adolescentes.

3.3 TÉCNICAS

Se utilizó la recopilación Bibliográfica de la información, la encuesta y un focus group.

3.4 INSTRUMENTOS

Para esta investigación se elaboraron los siguientes instrumentos:

- a) Se elaboraron fichas de síntesis, resumen, comentarios y análisis
- b) Cuestionario para los estudiantes con el propósito de establecer información que determine los valores éticos y morales y el tipo de programación televisiva que veían en el momento en que se realizó la investigación.
- c) Entrevista a los maestros de los alumnos con el propósito de recolectar información que ayudó a realizar esta investigación.
- d) Un Focus Group que se realizó aleatoriamente con los padres de los y las adolescentes que participaron en las encuestas, con el objetivo de conocer y determinar su opinión acerca de la influencia de la televisión en sus hijos adolescentes.

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo y la muestra estuvieron compuestos por los 76 estudiantes, de uno y otro sexo, comprendidos en las edades de 13 y 14 años de edad, de un colegio ubicado en la zona 4 de Mixco del departamento de Guatemala.

3.6. Procedimiento

La encuesta se pasó a todos los alumnos y alumnas, comprendidas entre las edades de 13 y 14 años, con el fin de obtener información primaria y a la vez confiable

Para desarrollar el proceso de análisis de datos obtenidos, a través de la aplicación del instrumento de medición se utilizaron las siguientes técnicas:

- a) Clasificación: Se clasificó de acuerdo al género correspondiente a la muestra descrita.

- b) Tabulación: se tabularon los datos previamente clasificados para la preparación e interpretación de los resultados correspondientes, realizando un conteo de respuestas de cada ítem planteado en el cuestionario, obtener un cuadro estadístico y las respectivas gráficas e interpretando los resultados obtenidos.

CAPITULO IV

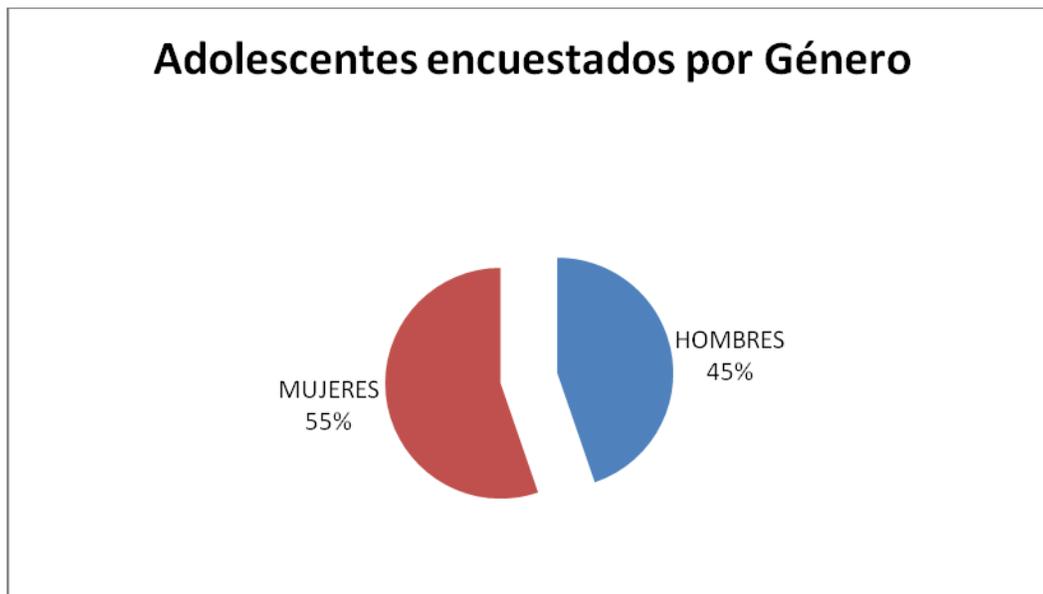
Análisis y descripción de resultados

4.1. Análisis de resultados de la encuesta realizada a los y las adolescentes de 13 y 14 años de la unidad de análisis.

Para determinar la situación actual de influencia de la televisión en los valores éticos y morales de los y las adolescentes, se encuestó a 76 estudiantes de ambos sexos comprendidos entre 13 y 14 años de edad, y que se encuentran estudiando el nivel básico para conocer la opinión de ellos sobre éste tema..

1. Genero

GRÁFICA No. 1



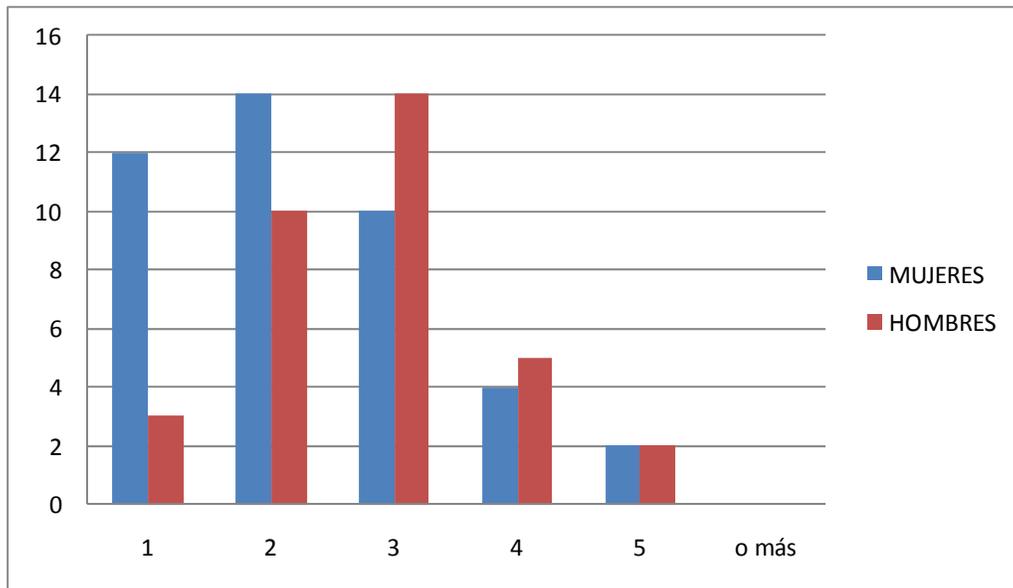
Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

En la gráfica no. 1 se puede observar que del total de estudiantes encuestados el 55% es representado por mujeres y el 45% restante es de hombres. Se estableció que actualmente las mujeres son las que predominan dentro de la población

estudiantil del establecimiento. De la población total encuestada 42 fueron mujeres y 34 fueron hombres.

2. ¿Cuántos televisores tienen en su casa?

GRÁFICA No. 2



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

El número de aparatos que existe en cada familia es un aspecto importante a la hora de establecer la influencia de este medio en los adolescentes. Es necesario hacer referencia que desde el hogar los jóvenes adquieren los valores éticos y morales para aplicarlos en cualquier ámbito de su vida. Por tal razón se debe determinar si en el mismo hogar por medio de la televisión se pierden estos valores, por el número de aparatos que existen en los diferentes ambientes del hogar.

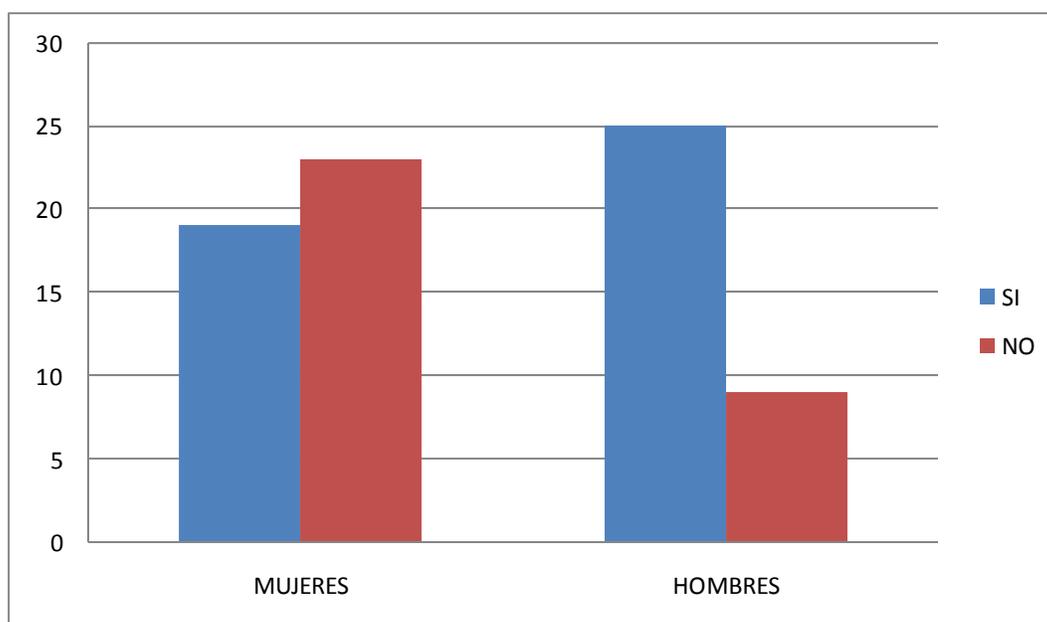
En la muestra estudiada se determinó que 20 % del total encuestados tienen un televisor (12 mujeres y 3 hombres), el 31 % de los hogares de los adolescentes tienen 2 televisores (14 mujeres y 10 hombres), Hay que hacer notar que el 31 % de los encuestados tienen 3 televisores en su hogar, esto quiere decir que ellos

están más expuestos al contenido de la programación televisiva. En los hogares en donde tienen mayor poder adquisitivo, cuentan con un mayor número de televisores por casa. Son pocos los adolescentes que tienen 4 y 5 televisores (12% y 8 % respectivamente).

De acuerdo a la investigación se estableció que todos los encuestados tienen televisor en su casa, actualmente es normal que los padres de familia coloquen un televisor en cada habitación de sus hijos. El 58% del total de los encuestados tienen un televisor en su habitación y el 42% no lo tienen.

3¿ Tiene un televisor en su habitación?

GRÁFICA No. 3



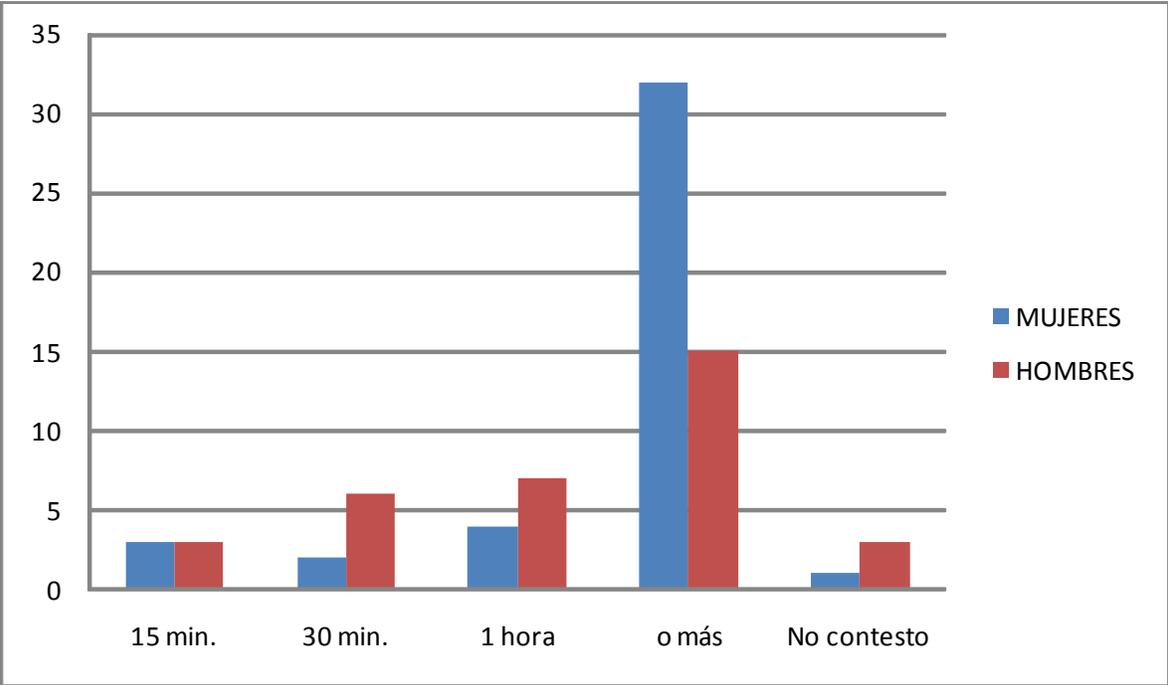
Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

La gráfica No. 3 muestra que 19 (45%) mujeres si tienen un televisor en su habitación y 23 (55%) no la tienen. A 25 (74%) de los adolescentes hombres encuestados sus padres si les instalaron un televisor en su habitación. A diferencia de los 9 restantes. (26%).

A pesar de ser mayor la población femenina encuestada, los resultados indican que es mayor el porcentaje de hombres que sí cuentan con un televisor en su habitación.

GRÁFICA No. 4

4.¿Cuánto tiempo al día ve televisión?



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

Siguiendo con el análisis de la investigación se determinó que el 62% (32 mujeres y 15 hombres) de los y las adolescentes ven televisión más de 2 horas diarias, esto equivale a un promedio de 150 minutos al día, haciendo referencia al tiempo que estos estudiantes se encuentran dentro de las instalaciones del colegio (7 horas en promedio), dichos estudiantes están delante del televisor un tercio del tiempo que utilizan para estudiar.

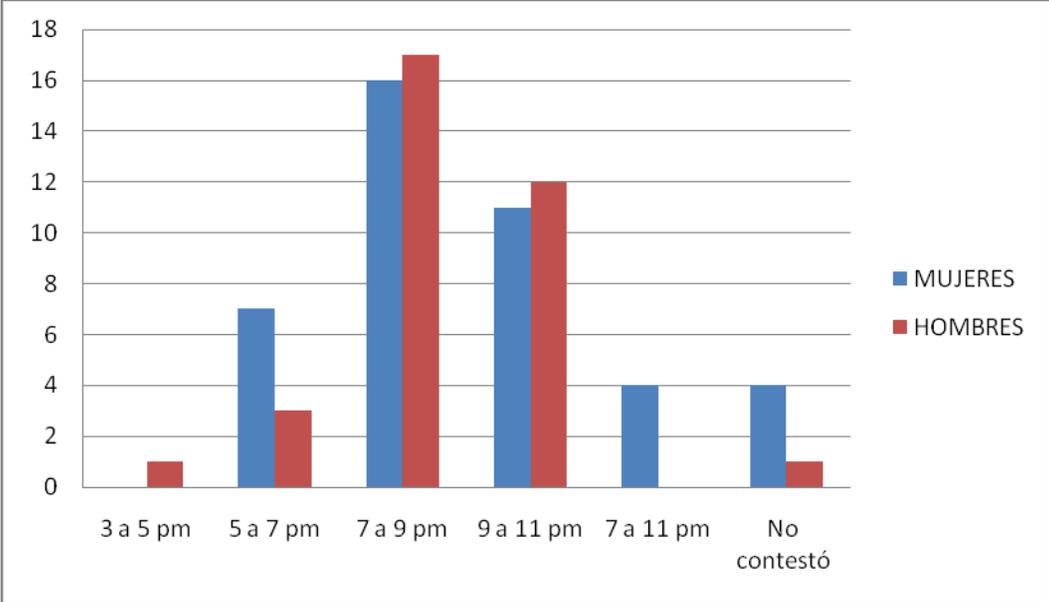
Sin embargo los fines de semana este promedio de ver televisión aumenta considerablemente al 90% (40 mujeres y 28 hombres). Se puede analizar que las

mujeres son las que más ven televisión diariamente considerando que ellas son las que tienen un menor porcentaje de televisores en su habitación.

Es importante analizar el horario que los y las adolescentes ven televisión, ya que de ello depende el tipo de programación al que se exponen. La mayoría de programas televisivos a nivel nacional transmiten su franja juvenil e infantil en horario diurno y vespertino. No así los canales con señal de cable, que tienen una variada programación que incluye escenas de violencia, alcohol, sexo, drogadicción, etc.

GRÁFICA No. 5

5. ¿En qué horario ve televisión?



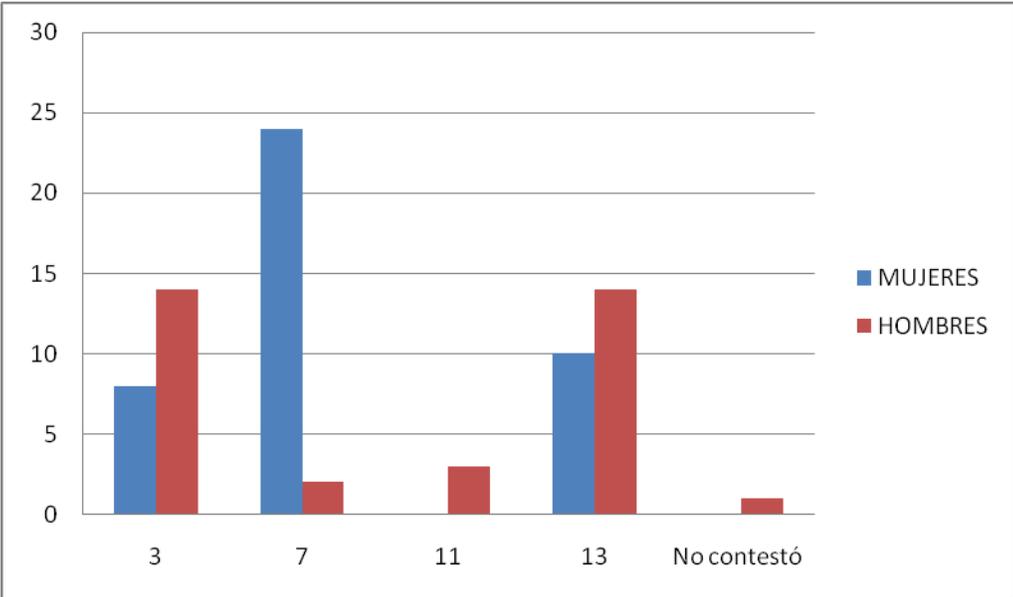
Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

Los datos de la gráfica No. 5 reflejan que los y las adolescentes en un porcentaje mayor no ven televisión por las tardes, solamente una persona ve televisión en horario de 3 a 5 pm. También se muestra que en el horario de 5 a 7 pm. siete mujeres prefieren ese horario y 3 hombres. En el horario que según los canales nacionales e internacionales hay más sintonía es de 7 a 10 pm. Horario en el que

se transmiten telenovelas, noticieros, películas, series y publicidad. La preferencia de la mayoría de adolescentes en ver programas televisivos es de noche en horarios de 7:00 a 9:00 pm (43%, 16 mujeres y 17 hombres) y de 9:00 a 11:00 (42%, 19 mujeres y 13 hombres). Haciendo referencia a lo anterior, se establece que el 85% de los adolescentes encuestados, están expuestos a programas televisivos no aptos a su edad.

GRÁFICA No. 6

6. ¿Qué canales de TV Nacional son de su preferencias?



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

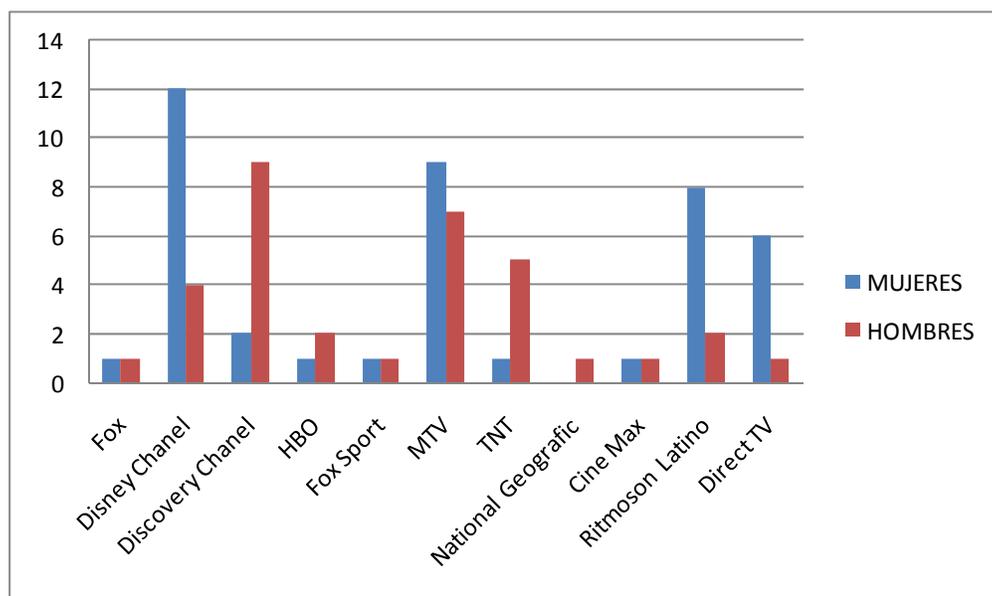
Un aspecto relevante en esta investigación es establecer la preferencia que tienen los y las adolescentes en ver los canales de televisión a nivel nacional como se puede observar en la gráfica No. 6 las mujeres son las que tienen un porcentaje muy alto (57%) en la preferencia de canal 7 esto se debe a que la programación diaria de este canal incluye telenovelas las cuales por incluir escenas de romanticismo atraen al sexo femenino, en contraste con los hombres que la mayoría prefiere el canal 13 y canal 3 (44% y 41% respectivamente). Hay que

mencionar que estos dos canales incluyen en su programación series, deportes (lucha libre, futbol, etc.), y otros temas de interes para el sexo masculino.

Se estableció que todos los encuestados cuentan con el servicio de televisión por cable, teniendo más variedad de programación durante todo el día, como se ha mencionado esta programación contiene documentales, música, películas, programación en vivo, etc.

GRÁFICA No. 7

7. ¿Qué canal de Tv Cable es de su preferencia?



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

Se puede observar en la gráfica no. 7 que la preferencia de las mujeres se inclina hacia los programas musicales como Disney Chanel (29%), MTV (21%) y Ritmosón Latino (19%), en la mayoría de videos musicales existen las escenas r3manticas y de sexualidad. Esto ocasiona que ellas tengan ideas equivocadas sobre los valores morales.

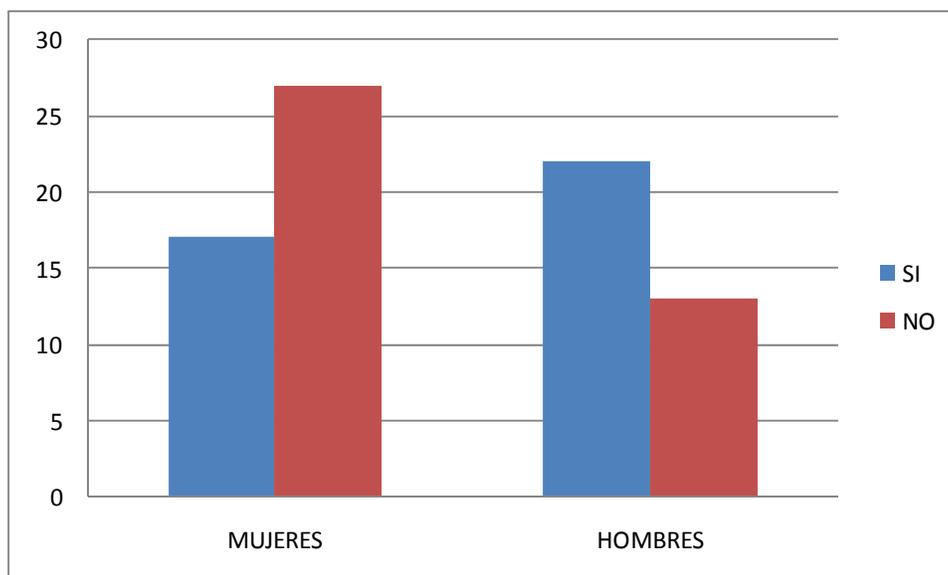
En el caso de los hombres su preferencia en alg3n canal de televisi3n es variada aunque 26% se inclinan en ver Discovery Chanel (programaci3n de documentales

y educativos), al 20% de ellos les gusta ver MTV y 19% les gusta las películas de acción y violencia en el canal TNT.

Las razones por las que los y las adolescentes prefieren ver los canales de televisión antes descritos, son porque les gusta (53%), les divierte (24%), les interesa (8%) y les informa (11%), el 4% restante tienen otras razones.

GRÁFICA No. 8

8. ¿Considera que la TV influye en la definición de sus opiniones?



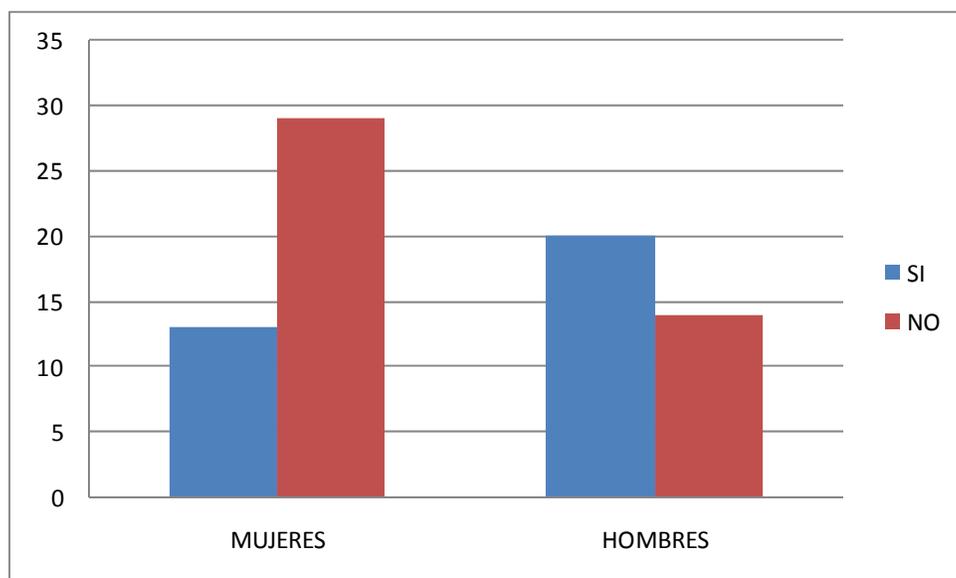
Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

El 53% de los adolescentes consultados no creen que la televisión les ayude a formar sus opiniones, pues consideran que son ellos mismos que han de pensar y opinar exclusivamente de sus propias vivencias. La gráfica no. 8 indica que las mujeres son quienes más rechazan que se dejen influir por el medio, o quizá no lo reconocen.

El 47% de los adolescentes que sí consideran la televisión como útil al momento de formar sus opiniones, afirma que les facilita mantener conversaciones con sus amigos y familiares, con esto se observa la relación que existe entre el consumo de televisión y las relaciones sociales.

GRÁFICA No. 9

9. ¿La TV le motiva a realizar acciones concretas en su entorno social?



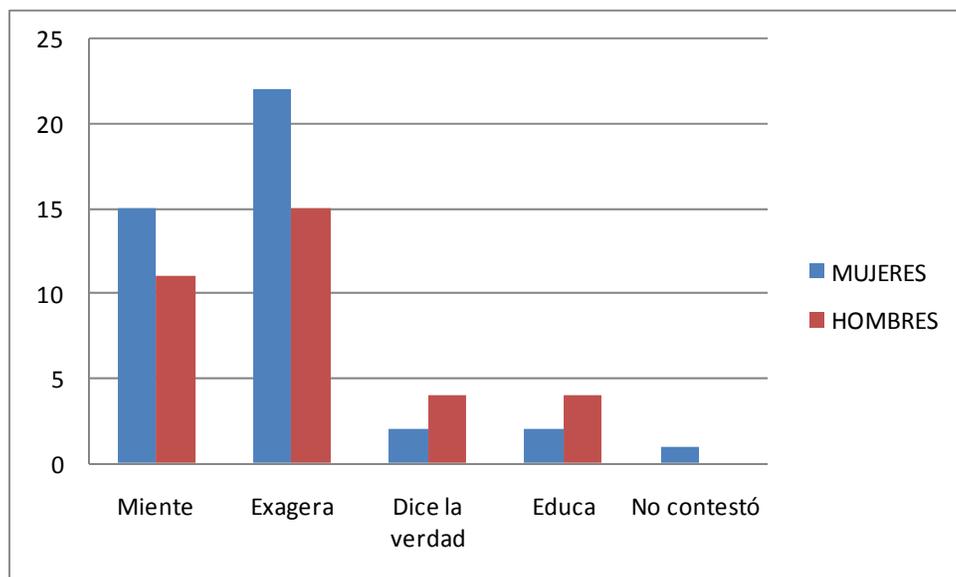
Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

El 57% de los adolescentes consideran que la televisión no les motiva a realizar acciones en bienestar para su entorno social (ecología, ayuda humanitaria, asistencia social, solidaridad, etc.) Las mujeres en un porcentaje mayor (67%) consideran que la televisión no les motiva a este tipo de acciones, ya que como se mencionó anteriormente la programación que ellas prefieren es más de entretenimiento y la pauta publicitaria es mayor durante el horario en que ellas ven la televisión.

El 43% de los adolescentes realizan acciones para el bienestar social de su comunidad, afirmando que la televisión los motiva a actuar de esa manera. Los hombres (61%) son quienes más realizan estas acciones. Considerando que son ellos quienes ven programas televisivos como documentales, educativos, ecológicos, etc.

GRÁFICA No. 10

10. ¿Cómo considera a la TV?



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

Los y las adolescentes son el grupo social más receptivo de los programas televisivos, utilizando este medio de comunicación como ocio (36%), y como medio de información (46%), es preocupante establecer que los adolescentes solamente utilizan a la televisión como un medio de educación en un 18%.

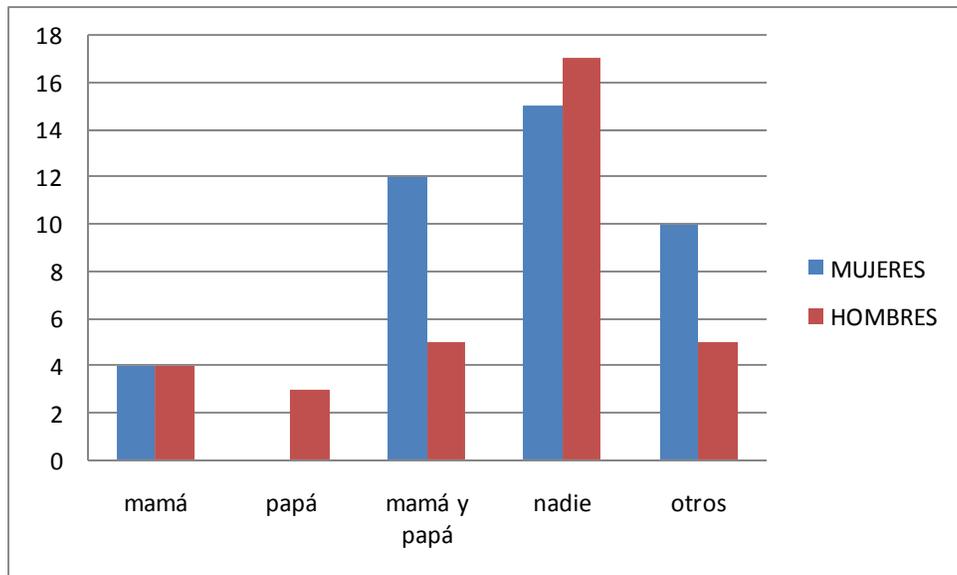
Consideran que la televisión es un medio que miente y exagera en su contenido de su programación (34% y 49% respectivamente). Actualmente en algunos canales de televisión existe programación educativa e informativa para la formación de los adolescentes, sin embargo de acuerdo a la investigación un menor porcentaje (8%) considera que la televisión contribuye a su educación y/o formación.

Los padres de familia pueden influir en la relación del adolescente con la televisión, deben ser agentes de mediación directa de los contenidos televisivos, donde ellos puedan intervenir en las opiniones y actitudes de sus hijos. El simple

hecho de ver los programas televisivos con los padres tiene efectos positivos sobre las relaciones familiares.

GRÁFICA No. 11

11. ¿Quién supervisa lo que ve en la TV?



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

En este caso el 43% del total de los encuestados no son supervisados por sus padres, lo que ocasiona que ellos sean más vulnerables al contenido televisivo. El 22% de los padres de los adolescentes si supervisan lo que sus hijos están viendo en la televisión. El 20% de los adolescentes ven televisión en presencia de otros familiares como abuelos, tíos, hermanos mayores y primos. Se debe resaltar que un menor porcentaje, es supervisado por alguno de los padres; la mamá 11% y el padre 4%.

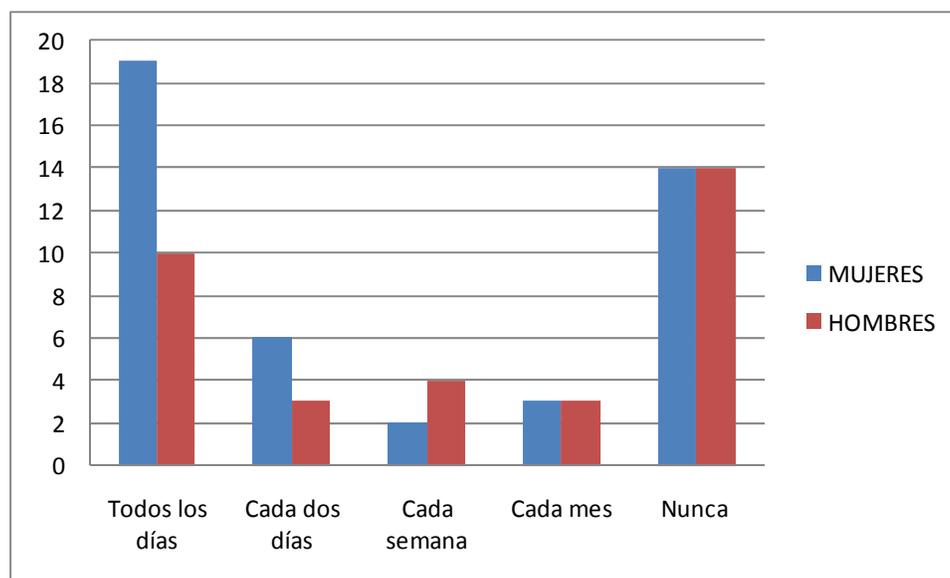
Los adolescentes opinan en un 40% (13 mujeres y 17 hombres) que la televisión une a la familia y el 60% restante opina lo contrario.

La comunicación es un aspecto relevante en el seno de la familia y la incidencia de la televisión. Se ha mencionado que aquellos adolescentes que tienen un alto

nivel de comunicación con sus padres interpretan mejor los mensajes de los programas televisivos, mientras que los que pertenecen a familias con un menor nivel de comunicación muestran reacciones negativas ante el contenido de los programas.

GRÁFICA No. 12

12. ¿Con qué frecuencia habla del contenido de la TV con sus padres?



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

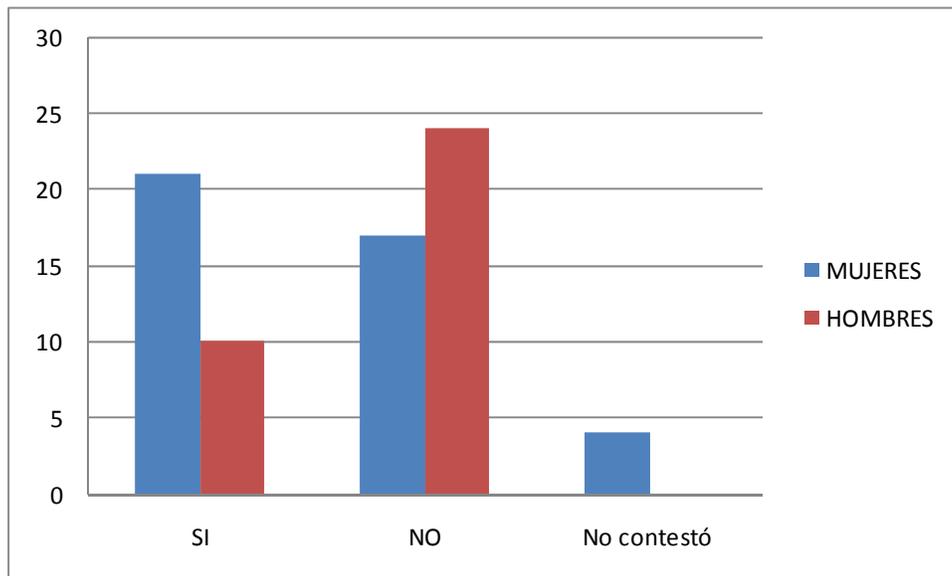
Los y las adolescentes que hablan con sus padres todos los días del contenido de lo que ven en la televisión corresponde al 45% (19) para las mujeres y 29% (10) para los hombres, estos resultados reflejan que las mujeres son las que tienen una mayor comunicación con sus padres. Por otro lado el 33% (14) de mujeres y 41% (11) de hombres afirman que no hablan con sus padres de la programación de la televisión, porcentajes que son preocupantes porque reflejan la ausencia de comunicación entre padres e hijos.

Durante la adolescencia es muy común la comunicación entre amigos, que entre sus propios padres ya que según ellos se comprenden mejor. Y el nivel de confianza es más alto, en la investigación se determinó que las mujeres son las que hablan más de contenidos de los programas de televisión con sus amigas

diariamente, afirmado por el 48% (20), y el 35% (12) de los hombres hablan con sus amigos.

GRÁFICA No. 13

13. ¿Conversa temas complejos como droga, sexo, delincuencia, presente-futuro, noticias, alcoholismo, homosexualidad, etc, a raíz de los programas de TV?



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

Actualmente en la sociedad guatemalteca aún existen tabúes sobre la comunicación de temas de sexo, droga, alcoholismo, homosexualidad, etc., entre padres e hijos, y esto se refleja en los adolescentes encuestados que hablan con sus padres, el 59% no incluyen este tipo de temas en la conversación, a raíz de los programas de televisión. El 41% restante si lo hace.

Los mensajes que se transmiten en los programas de televisión de los canales nacionales e internacionales, según la investigación poseen poco contenido relacionado a valores éticos y morales. La televisión hoy en día ha adquirido en la sociedad un papel muy importante en la socialización de los y las adolescentes, por tal razón en la investigación de campo se les preguntó a los adolescentes

sobre la frecuencia que ellos observan algunos valores en los programas que miran cada día, obteniendo los resultados expuestos en el cuadro no. 1.

En las preguntas del cuestionario que se realizó a los adolescentes se proporcionó una lista de valores éticos y morales para que ellos determinaran cuales observan con frecuencia en los programas de televisión.

CUADRO No. 1

VALOR ÉTICO Y MORAL	ADOLESCENTES SEXO FEMENINO						Total Entrevistados
	SIEMPRE	%	CASI SIEMPRE	%	NUNCA	%	
AMOR	12	29%	10	24%	20	48%	42
NOVIAZGO	10	24%	10	24%	22	52%	42
MATRIMONIO	6	14%	8	19%	28	67%	42
RESPONSABILIDAD	19	45%	9	21%	14	33%	42
FIDELIDAD	9	21%	14	33%	19	45%	42
SEXUALIDAD	7	17%	10	24%	25	60%	42
ALCOHOLISMO Y DROGADICCIÓN	11	26%	7	17%	24	57%	42
HONESTIDAD	26	62%	8	19%	8	19%	42

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

Hay que mencionar que las mujeres en su mayoría coinciden que nunca observan algún valor en los programas que miran, haciendo una excepción con los valores éticos de responsabilidad (45%) y honestidad (62%). Ellas opinan que la televisión muestra muchas escenas de violencia, injusticia, sexo, etc. Por lo que la televisión no es un agente promotor de valores.

Los adolescentes, hombres tienen una opinión variada en cuanto a los valores que observan en los programas televisivos.

CUADRO No. 2

VALOR ÉTICO Y MORAL	ADOLESCENTES SEXO MASCULINO						Total Entrevistados
	SIEMPRE	%	CASI SIEMPRE	%	NUNCA	%	
AMOR	7	21%	15	44%	12	35%	34
NOVIAZGO	8	24%	15	44%	11	32%	34
MATRIMONIO	0	0%	8	24%	26	76%	34
RESPONSABILIDAD	22	65%	8	24%	4	12%	34
FIDELIDAD	13	38%	6	18%	15	44%	34
SEXUALIDAD	7	21%	8	24%	19	56%	34
ALCOHOLISMO Y DROGADICCIÓN	9	26%	12	35%	13	38%	34
HONESTIDAD	20	59%	9	26%	5	15%	34

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

También se puede observar en el cuadro No. 2 que los valores que menos ven se refieren a la moral, siendo ellos el matrimonio (76%), fidelidad (44%) y sexualidad (56%).

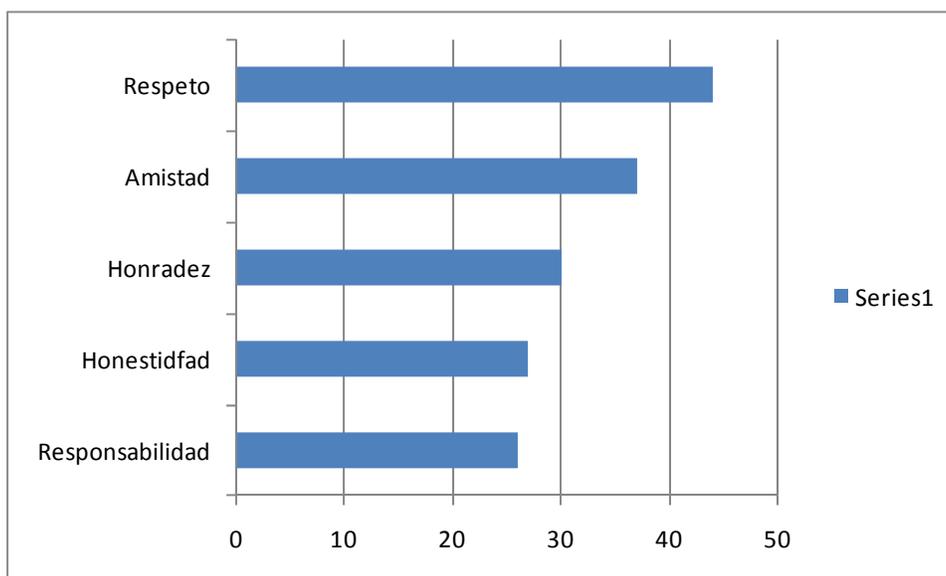
Se puede hacer referencia de que los hombres coinciden con las mujeres en que los valores que están más presentes en el contenido de los programas de televisión son la responsabilidad (65%) y la honestidad (59%).

Los valores que según los adolescentes están menos presentes dentro de la programación televisiva son el amor, noviazgo, alcoholismo y drogadicción, al contrario ellos mencionan que el alcoholismo y la drogadicción si están presentes como anti-valores.

Por lo expuesto anteriormente el 78% los y las adolescentes consideran que la televisión no es importante en la creación de valores éticos y morales, y el 22% difieren, afirmando lo contrario.

GRÁFICA No. 14

14. Valores con lo cuales se identifican más los adolescentes encuestados.



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

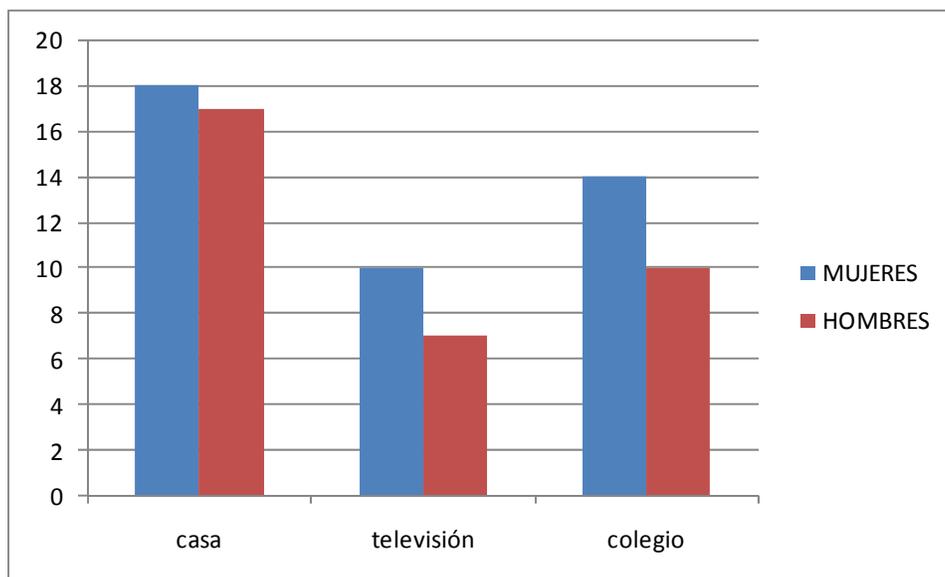
Como se explicó anteriormente la jerarquía de valores; el mundo de los valores es amplio, complejo y en permanente transformación. En cada época aparecen nuevos valores o los viejos valores cambian de nombre, todos los seres humanos son libres de escoger sus valores, darles el orden y la importancia que consideran correctos de acuerdo a su manera de pensar y su entorno social.

En la investigación se proporcionó una lista de valores éticos y morales en la cual, los adolescentes debían seleccionar cinco con los que ellos se sintieran más identificados, por orden de importancia.

Según la ponderación brindada por los adolescentes, se determina que los 5 valores con los cuales ellos se identifican más en cuanto al grado de importancia son, en 1er. lugar el respeto, en 2do. lugar la amistad, en 3er. lugar la honradez, la honestidad en el 4to. lugar y la responsabilidad en el 5to. lugar.

GRÁFICA No. 15

15. ¿En dónde ha aprendido los valores éticos y morales que aplica?



Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo. Febrero 2009

Se observa que el 46% de los adolescentes encuestados (18 mujeres y 17 hombres) dicen que sus valores fueron aprendidos en la casa. Así mismo el 32% (14 mujeres y 10 hombres) opinan que es en el colegio en donde se les inculca la práctica de los valores éticos y morales que practican en su entorno social. Sin embargo hay que resaltar que el 22% (10 mujeres y 7 hombres) consideran a la televisión como un medio importante en la formación de sus valores, es necesario remarcar aquí que los adolescentes encuestados, se encuentran entre las edades de 13 y 14 años; edad en la cual su capacidad de discernimiento o discriminación está en formación, esto hace que esté en una situación de fragilidad y desventaja porque no puede comparar lo que le presenta la televisión y la realidad de la vida cotidiana que todavía no ha experimentado. Puede provocar sin que el adolescente lo advierta, valores distorsionados y estereotipos.

4.2 Resultados del Focus Group con los padres de los adolescentes encuestados.

Se consideró importante realizar una entrevista a los padres de familia, con el objetivo de conocer y determinar su opinión acerca de “La influencia de la televisión en los valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años”; desde su experiencia personal.

Técnica: Focus Group

Lugar: Auditorium, colegio ubicado en la zona 4 de Mixco. Guatemala.

Fecha: Viernes 6 y viernes 13 de febrero de 2009

Dinámica: Se realizó una selección aleatoriamente (8 mujeres y 7 hombres) quienes asistieron a la primera cita previamente planificada y poco protocolaria en donde se realizó la presentación personal, del tema y de los objetivos. Posteriormente se llevó a cabo la segunda cita en la cual todos los participantes tuvieron la oportunidad de expresar su opinión, a través de la discusión y concesión sobre la televisión y los valores de los y las adolescentes.

Las conclusiones a partir del Focus Group, son las siguientes:

Tema: Aprendizaje a través de los contenidos televisivos:

En cuanto al aprendizaje a través de los contenidos televisivos solo un 2 % de los padres de familia coincidió en decir que sí observan mecanismos de aprendizaje positivo en sus hijos adolescentes, a partir de los programas televisivos. Sin embargo admitieron que los adolescentes son especialmente selectivos en lo que imitan y lo hacen tanto con modelos reales como con personajes de la televisión. Los adolescentes no imitan tan fácilmente lo que ven, lo que aprenden en la televisión es más que imitación, ya que de la gran cantidad de conductas, imágenes, actitudes y valores a los cuales están expuestos, ellos eligen solo algunos. El 40% de los entrevistados considera la televisión como entretenida, divertida e interesante. Un 38% de los padres de familia en cuanto a

educación; se expresaron hacia la televisión como: “malísima” “desastrosa” “horrible”, porque transmite mucha violencia en su programación. Y el 20% la considera “inmoral”, ya que dentro de su programación y también en la publicidad predominan las escenas sexuales y de alcoholismo.

Tema: Contenidos que más preocupa en la programación televisiva:

Uno de los aspectos que más preocupa al 90% de los padres es que los adolescentes se estén volviendo insensibles ante la violencia, ya que ésta parece endurecer a los adolescentes, quienes al ver un acto violento, tienden a reaccionar con indiferencia, la violencia presentada en televisión contribuye a disminuir el interés de los jóvenes por ayudar a otras personas en peligro o buscar ayuda para hacerlo. Un padre de familia comentó:

“Cuánta más violencia vean nuestros hijos y cuanto menos los perturbe, tienen más probabilidades de ser tolerantes a la violencia en la vida real”.

El 10% de los padres considera que el tema que más les preocupa es la ausencia de moral en la programación, ya que se observan muchos programas de sexo y alcohol. Además de la publicidad acerca de estos temas.

Tema: La televisión transmite contenidos educativos:

El 20% considera que hay canales de televisión que transmiten programas educativos como “Nacional Geografic” que proyectan beneficios a los jóvenes, ya que enriquece su conocimiento acerca de diferentes temas.

El 35% de las personas participantes en el estudio opinan que no se observan programas con contenido educativo y cultural, por lo que, “el efecto de la televisión pro social es débil en nuestros hijos” En Guatemala son escasos los programas de carácter educativo y cultural, consideran que se debe al alto costo y la poca audiencia.

En general el 45% expresó que la televisión solo entretiene y no educa. Las frases espontáneas en el Focus Grupo al respecto fueron:

- ✓ “muestran la violencia que hay afuera, está hasta en los dibujitos animados”.
- ✓ “me molestan las malas palabras, que se digan por televisión”.
- ✓ “La tele hace que mi hijo sea rebelde”.

Tema: Tiempo que los adolescentes se dedican a ver televisión:

El 85% afirma que permiten que sus hijos, después de hacer las tareas del colegio vean el mayor tiempo posible de televisión para tenerlos entretenidos y alejados de los peligros que la violencia les podría proporcionar en las calles, ante la falta de sitios de recreación sanos y económicos u otros medios que les permita a los adolescentes utilizar mejor el tiempo. Entre los comentarios un padre de familia afirmó: “prefiero que mi hija vea televisión y no que salga a la calle”.

Un 15% de los participantes si controla el tiempo que sus hijos dedica a ver televisión.

Tema: influencia de la televisión en los valores de los y las adolescentes:

Los padres afirman en términos mayoritarios, (100%) “la televisión influye en el comportamiento de los jóvenes, ya que éstos aprenden actitudes como: el libertinaje, la rebeldía, la violencia, modas de vestir, lenguaje y las enseñanzas de algunas telenovelas”.

El 90% de los padres de familia se mostró de acuerdo en que deben evitarse escenas de violencia, sexo, lenguaje vulgar, la degradación de la mujer, la promoción de las adicciones y de cualquier forma de discriminación; en la programación televisiva.

Al finalizar la dinámica, los padres expresaron su satisfacción ante la investigación, ya que en la actualidad han observado degradación en los valores que practica la sociedad guatemalteca y como principales formadores de sus hijos sienten la preocupación y necesidad de informarse y educarse en valores. Y consideran que las instituciones educativas deben apoyar en la formación de estos, y además la televisión debe enfocar su programación a la cultura, sociedad y educación.

4.3 Entrevista a maestros que conviven durante la jornada de estudios, con los adolescentes encuestados.

La entrevista fue dirigida a profesores de educación media (hombres y mujeres) se llevó a cabo dentro de las instalaciones del colegio, en una sola sesión y en forma breve, con el objetivo de indagar a cerca de los valores que los maestros han observado en los adolescentes encuestados; así mismo actitudes pertenecientes a los programas televisivos. La entrevista se hizo a partir de los conocimientos que tienen los profesores acerca de los valores éticos y morales y la televisión como medio. Como muestra se eligió a 10 profesores, tomándolos en cuenta por su experiencia de más de 5 años en el trabajo docente, lo cual aportó mayor confiabilidad.

A continuación se describen los elementos más relevantes a los que se dirigió la entrevista de los maestros y maestras

1. ¿Cómo describe la función socializadora de la televisión?

- ✓ La Televisión es importante para la socialización de los adolescentes, según el grado de credibilidad y realismo que le otorguen a los programas que prefieren ver.
- ✓ Es una fuente de información y aprendizaje social, sin embargo si los programas de televisión que ven los adolescentes, no son

supervisados por un adulto; la función socializadora puede darse de manera negativa. Ya que los contenidos perderán su capacidad sociocognitiva.

2. ¿Cómo considera que la televisión incide en las opiniones y actitudes de los adolescentes?

- ✓ En la adolescencia, la televisión, sustituye a la familia y a la escuela o colegio en aspectos que resultan relevantes para la formación de los mismos, es un medio utilizado para aumentar la información acerca de los temas de interés y como medio de ocio.
- ✓ Prefieren pasar más tiempo frente al televisor que compartir con la familia, ya que difieren con las ideas paternas y escolares.
- ✓ Actualmente se observa en los adolescentes su forma de vestir, peinarse, expresarse en forma verbal y no verbal muy diferentes a las inculcadas en el seno familiar y en la escuela. Muestran rebeldía, y en ocasiones se observa en ellos actitudes muy similares a las de los personajes televisivos.

3. ¿Según su opinión, la televisión es importante en la creación de valores éticos y morales?

¿Por qué?

- ✓ La respuesta fue negativa, ya que los maestros consideran que los principales agentes para la creación de valores éticos y morales son y deben ser los padres, y en segundo lugar los maestros deben reforzarlos.
- ✓ Describen la televisión solo como fuente de información en temas referidos al ocio y la cultura moderna o electrónica.

4. ¿Cómo aplican los adolescentes con quienes usted trabaja los valores éticos y morales?

- ✓ Según el criterio de los maestros entrevistados cada vez son menos aplicados los valores éticos y morales por los adolescentes.
- ✓ En la mayoría de casos, los adolescentes son obligados o persuadidos a mantener las conductas adecuadas y mostrar los valores de respeto, cortesía, honradez, responsabilidad, etc. en el medio en donde se encuentran.

5. ¿Cuáles son los temas que según su criterio los adolescentes prefieren dentro de la programación televisiva, y por qué?

- ✓ Por la convivencia que tienen a diario los maestros y maestras con los adolescentes, afirman que ellos prefieren ver los programas musicales, de entretenimiento y fútbol. Porque les gusta, se entretienen y divierten sin necesidad de salir de casa.

6. Qué actitudes observa en sus alumnos, que según su criterio han sido aprendidas en los programas de televisión?

- ✓ La imitación de personajes es la más común, en relación a la moda, (vestuario, peinado y hasta su forma de caminar).
- ✓ También se observan actitudes violentas para resolver los conflictos entre ellos de forma física y verbal, la indiferencia ante situaciones de violencia en la televisión, ya que se acostumbran a ver este tipo de escenas.

7. ¿Cuáles son los antivalores que a menudo observa en sus alumnos?

Los anti-valores que más mención tuvieron durante la entrevista fueron:

- ✓ El irrespeto hacia las personas adultas y entre los jóvenes de menor edad.
- ✓ Irresponsabilidad en la realización de sus tareas.
- ✓ Deshonestidad, cuando se ven involucrados en una situación que según ellos les traerá problemas la verdad.
- ✓ Ahora también ya se observan jóvenes con preferencias hacia el cigarro y el alcohol, para ellos fumar y beber, es parte de la nueva moda.
- ✓ Hoy en día los jóvenes practican las relaciones sexuales a muy temprana edad, consideran que quienes no lo hacen están fuera de la nueva moda.

8. ¿Según su criterio, cómo influye la televisión en los antivalores que practican los adolescentes?

Coincidieron en que la televisión influye en la adquisición de estos anti-valores, ya que los jóvenes le dedican mucho más tiempo a este medio que a otras actividades, y además por la situación económica actual del país en la mayoría de hogares se ven obligados a trabajar ambos padres de familia, motivo por el cual los adolescentes ven la programación televisiva sin ninguna supervisión, sin ningún adulto que dirija los temas propuestos en la televisión.

4.2 CONCLUSIONES:

1. La importante y creciente cabida de la televisión en la sociedad guatemalteca, ha influido en la vida de todos sus miembros, sobre todo en los adolescentes, quienes son aquellos que pasan frente al televisor sin la supervisión de una persona adulta y responsable. Sin embargo esa influencia puede ser tanto negativa (violencia, estereotipos, etc.) como positiva (programas culturas, que le permiten conocer el mundo) Esta influencia depende de cómo adquiera e interpreta la información el o la adolescente. Sin embargo como resultado de la investigación se concluye que este medio influye en la modificación de valores éticos y morales ya que los jóvenes le dedican mucho más tiempo a este medio que a otras actividades como se visualiza en la gráfica No. 4 de la entrevista a los adolescentes.
2. Al ver los programas televisivos sin una adecuada canalización, conlleva a que los jóvenes vayan modificando su sistema de valores, que se le enseña en la familia, colegio y parcialmente los grupos de amigos con quienes conviven diariamente, con ese cambio también modifican sus juicios de valor y por lógica su comportamiento. Según los datos de las entrevistas y encuestas realizadas en el trabajo de investigación, cada vez son menos aplicados los valores éticos y morales por los adolescentes.. Los valores éticos y morales que a menudo se modifican a través de estos mensajes son: la tolerancia, ya que se promueve la solución de conflictos por medio de la violencia, el respeto; evidenciándose como vicio hacia personas adultas y menores a ellos, responsabilidad, honestidad, y sexualidad, practicándola a muy temprana edad por permanecer dentro de la moda; el matrimonio y fidelidad que son los valores que de acuerdo a la entrevista a los adolescentes aparecen menos en la programación televisiva (cuadro No. 1 y No. 2)

3. Las conductas adquiridas por los adolescentes a través de la televisión son la moda (vestuario, peinado), las expresiones que utilizan para comunicarse son extranjerismos y barbarismos. De acuerdo a la entrevista a maestros la actitud que muestran los y las adolescentes se asemejan a los personajes televisivos. Así mismo se determinó por medio del focus grupo realizado a los padres de familia que la violencia, alcoholismo y sexualidad a temprana edad son también actitudes que adquieren los y las adolescentes a través de la programación y publicidad transmitidas por la televisión. La Televisión produce en los adolescentes comportamientos violentos. Igualmente produce actitudes y comportamientos negativos que se pueden expresar en libertinaje, falta de autoestima, imitación de formas de vestir, hablar, actuar, entre otros.

4. La influencia de la televisión en el posicionamiento de valores en la mente de los y las adolescentes es poca ya que los mensajes que se transmiten en los programas de televisión de los canales nacionales e internacionales, según la investigación no posee mucho contenido relacionado con valores éticos y morales. Con poca frecuencia los adolescentes observan valores como el matrimonio, fidelidad, sexualidad, responsabilidad, honestidad y respeto en los programas televisivos que son de su preferencia, así como en la publicidad. Como resultado de la investigación se determinó que la televisión no es un medio que contribuya al posicionamiento y práctica de valores. Los adolescentes no consideran que este medio sea educativo en cuanto a valores, lo que se mostró en la gráfica No. 15 que señala que solo el 22% de los adolescentes encuestados consideran que la televisión ha contribuido al aprendizaje de los valores que practican.

5. La influencia de la televisión sobre los valores éticos y morales en los y las adolescentes es positiva en aquellas familias donde la comunicación a cerca de los programas televisivos entre padres e hijos es abierta, así mismo en los adolescentes que ven menos televisión y en quienes son más selectivos en la programación. Los programas de televisión que más ven los adolescentes contribuyen significativamente en la influencia de valores morales, en términos sexuales a través de telenovelas y los videos musicales. Apoyan con elementos para la relación de parejas, por tanto, valores como la virginidad, fidelidad, matrimonio, alcoholismo y sexualidad sufren modificaciones en la conciencia colectiva de los y las adolescentes. Igualmente las películas fomentan el comportamiento violento de los jóvenes.

4.3 RECOMENDACIONES:

1. Los responsables de los contenidos televisivos deben asumir su rol como agentes socializadores y destinar un número determinado de horas de transmisión televisiva a la difusión de la cultura y educación. Y es el Estado a través de las formas de presión bajo la ley, quién debe obligar a cumplir esta imposición para todas las televisoras nacionales a cambio de permitir el uso de la señal. El exigir normatividad ética a la televisión no se está negando el indeclinable derecho a la libertad de expresión, pero ese derecho lleva consigo la obligación de acatar la libertad ajena, el bien ajeno y el legítimo propósito de lograr el bien en todos los sentidos.
2. Los y las adolescentes deben aprender a organizar el tiempo ante el televisor, y cambiar de forma equilibrada el consumo televisivo con otras formas de invertir el tiempo.
3. Aprovechar los contenidos televisivos para conversar y comprender críticamente la realidad son pautas que se deben aplicar en todas las familias guatemaltecas, y tomarlas de ejemplo a sus vidas para que puedan ejercer efectos pedagógicos saludables en la adolescencia.
4. Que las instituciones educativas sean gestoras de una televisión con mayor calidad en sus programas, que contribuyan a la formación de valores éticos y morales en los y las adolescentes. Así que la televisión sea una herramienta que mejore la vida de las personas promoviendo conductas pro social mediante programas culturales y educativos.
5. Los padres de familia tiene gran responsabilidad en la cantidad y calidad de televisión a la que están expuestos sus hijos y deben poner ciertos límites y/o reglas, además de promover una vida familiar con más conversación e interacción entre sus miembros.

6. Los maestros deben servirse de la televisión como un instrumento para conocer a sus alumnos adolescentes, para potenciar la comunicación y entendimiento con ellos. También deben utilizarla como un medio para tratar temas que de otro modo les resultaría difícil abordar, como: sexo, alcohol, drogadicción, homosexualidad, noviazgo, sexualidad, etc.

7. Se recomienda que la institución educativa en donde se llevó a cabo la investigación, cree un programa de valores éticos y morales en donde se integren a los tres agentes que participan en el proceso enseñanza-aprendizaje: alumnos, padres y maestros; a través del cual se promueva y oriente el uso de la televisión como medio de educación y formación integral y pro social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aldea López, Eliana. 2008. La evaluación en Educación en Valores. Obtenido el 20 de marzo de 2008 en www.campus-oei.org.
2. Arnold Gesell, 1998. "El adolescente de 10 a 16 años". Buenos Aires, Editorial Paidoxs 234 p.
3. Barillas de León, Diana Maricel, 2003. La televisión y la Comunicación masiva. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación 61 p.
4. Bermejós Berros, Jesús. 2006 Mi hijo y la Televisión. Madrid, España. Editorial Pirámide. 260p.
5. Bolívar, Antonio. 1995. La Evaluación de Valores y Actitudes. Madrid, España. 216 p.
6. Bosello, Anselmo P. 1995. Escuela y Valores. La educación Moral, Madrid, España. p. 152.
7. Bravo Nina. 1995. Valores Humanos. Santiago, Chile. Red Internacional del Libro. P. 167
8. Carrera Llorenc. 1997. Educación en Valores. México. 327 p.

9. Frondizi, Risieri. 1972. ¿Qué son Valores? Introducción a la axiología- México: Fondo de Cultura Económica. 236p.
10. Guerrero Neaves, Sanjuanita. 1998. Desarrollo de valores. Estrategia y aplicaciones. México. 142 p.
11. Guzmán Pérez, Evelyn Rebeca, octubre 2006. “Opinión y grado de identificación de los estudiantes de la carrera publicidad profesional de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, respecto a la campaña de valores de Prensa Libre”. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación. 74p.
12. Ruano Marroquín, Laydi Consuelo. 2005. Los Derechos Humanos en el Instituto Nacional de Educación Básica Carolingia, en la zona seis de Mixco, de 2003-2005. Tesis Maestría en Derechos Humanos. Escuela de Estudios Postgrado. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de ciencias Jurídicas y Sociales. 204 p.
13. López de Llergo, Ana Teresa. 2003. Quién fui, Quién soy y Quién seré. Editorial Trillas. Primera edición. México. 170 p.
14. López Quintas, Alfonso. 1991. Los jóvenes frente a una sociedad manipuladora: formación, creatividad y valores. Madrid, San Pío X. 157p.
15. Max Scheler, 1948. Ética, “Nuevo ensayo de fundamentación de un personalismo ético”. Tomo I. De la traducción de Hilario Rodríguez Sánz. Buenos Aires. 306 p.

16. Méndez, José María. 2001. Como educar en Valores. Madrid. Síntesis 174 p.
17. Ministerio de Educación Guatemala, 2004-2008. Estrategia de Educación en Valores y formación ciudadana APRENDO. Guatemala. 178 p.
18. Paya Sánchez, Montserrat. 1997. Educación en Valores para una sociedad abierta y plural: aproximación conceptual. Desclee. España. 207 p.
19. Rivero Yolanda. 2006 Televisión, Valores y Adolescencia. Disponible en <http://www.altavista.com> Obtenido el 3 de mayo de 2008.
20. Ross Stanger. 1996. Psicología de la Personalidad, actitudes y valores, México. 218p.
21. Sada Fernández, Ricardo. 2000. Curso de Ética general y aplicada. México. 284 p.
22. Sada, Ricardo. 1997. Curso de Teología Moral. Duodécima edición. Revisada y Aumentada. México. Ediciones Palabra, S.A. 331 p
23. Sánchez Vásquez, Adolfo. 1969. Ética, México. Editoriales Grijalbo, S.A. 243 p.
24. Sánchez Vásquez Adolfo. 1977. ETICA. México. Grijalbo. 13ª. Edición. 239 p

25. Trillo, Felipe. 2003. La Educación en Actitudes y Valores, Dilemas para su enseñanza y evaluación. México. Homosapiens. 142p.
26. Universidad del Istmo. 2009. Guatemala, Programa de Educación, ciudadanos en Valores, nqatoqí, Guatemala 45 p.
27. Zig Ziglar. 1985. “Cómo criar hijos con actitudes positivas en un mundo negativo”. México. Editorial Norma 254 p.

ANEXO 1

ESTUDIO DE VALORES

Instrucciones: A continuación hay una lista de valores. Debes ordenarlos según la importancia que les otorgues como guía principal de tu vida. Cada valor está impreso en mayúscula, de modo que pueda ser fácilmente captado y puesto en el recuadro correspondiente.

Estudia detenidamente los valores que aparecen y sitúa por orden cada uno según la importancia que les das en tu vida, desde el más importante (en el cuadro 1) al menos importante (en el último cuadro)

AMBICIÓN

TOLERANCIA

CAPACIDAD

ALEGRÍA

LIMPIEZA

PERDÓN

HONESTIDAD

AMOR

OBEDIENCIA

AUTOCONTROL

ESPIRITUALIDAD

RESPONSABILIDAD

CORTESÍA

AMISTAD

FAMILIA

SEXUALIDAD

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16

ANEXO 2

ITEMS DE LA ESCALA DE ACTITUDES	VALORACIÓN
Cuando estoy en un grupo de compañeros y amigos siempre intento que hagan lo que yo quiera.	1 – 2 – 3 – 4 – 5
Dar tu opinión, no sirve de nada porque nadie te hace caso.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
Es una pérdida de tiempo tener que ayudar a los demás, cuando yo también tengo mucho trabajo.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
Cuando se trata de trabajar soy el primero en llegar.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
Las reglas son hechas para quebrantarlas.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
Cuando creo que nadie me escucha, levanto la voz para llamar la atención de todos.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
Si estoy con mis amigos y amigas hago todo para impresionar.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
Defiendo mis ideas, sin importar si los demás están de acuerdo.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
Mis programas favoritos en la televisión son los de acción.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
Prefiero hablar de temas complicados con mis amigos y amigas y no con mis padres.	1 – 2 – 3 – 4 - 5
La televisión si que es divertida, con ella aprendo mucho de valores.	1 – 2 – 3 – 4 - 5

ANEXO 3

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TESIS-LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN-2009

ENTREVISTA A ADOLESCENTES

Objetivo: Identificar la influencia de la televisión en los valores éticos y morales de los y las adolescentes, en base a su dieta televisiva.

DATOS GENERALES

Edad: _____

Sexo: M F

Por favor, responda lo siguiente:

1. ¿Cuántos televisores hay en tu casa?

- | | |
|----------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 4 |
| <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 5 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> más de 5 |

2. ¿Tiene un televisor en su habitación?

- SI NO

3. ¿Cuánto tiempo al día ve la televisión?

De lunes a viernes:

- | | |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 15 min. | <input type="checkbox"/> 1 hora |
| <input type="checkbox"/> 30 min. | <input type="checkbox"/> Más de una hora |

Fines de semana:

- | | |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 15 min. | <input type="checkbox"/> 1 hora |
| <input type="checkbox"/> 30 min. | <input type="checkbox"/> Más de una hora |

4. ¿En qué horario ve televisión?

De lunes a viernes:

De 3 a 5 pm

De 7 a 9 pm

De 5 a 7 pm

De 9 a 11 pm

Fin de semana:

De 7 a 9 am

De 3 a 5 pm

De 9 a 11 am

De 5 a 7 pm

De 11 a 1 pm

De 7 a 9 pm

De 1 a 3 pm

De 9 a 11 pm

5. ¿Qué canales de tv son de su preferencia?

Nacionales:

3

11

7

13

Cable:

Fox

MTV

Disney Chanel

TNT

Discovery Chanel

National Geographic

HBO

Cine Max

Fox Sport

Ritmoson Latino

OTRO: _____

6 ¿Por qué prefiere ese canal?

Me gusta

Me interesa

Me divierte

Me informa

Otros

7. ¿Qué tema prefiere ver en los programas de televisión?

- | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ficción | <input type="checkbox"/> Musical | <input type="checkbox"/> cómico |
| <input type="checkbox"/> Educativo | <input type="checkbox"/> Reality show | <input type="checkbox"/> series |
| <input type="checkbox"/> Documentales | <input type="checkbox"/> Noticieros | <input type="checkbox"/> otros |
| <input type="checkbox"/> Deportes | <input type="checkbox"/> Romance | |

8. ¿Considera que la televisión influye en la definición de sus opiniones?

- SI NO

9. ¿La televisión le motiva a realizar acciones concretas en su entorno social?

- SI NO

10. ¿Cómo considera a la televisión?

- | | |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Miente | <input type="checkbox"/> Dice la verdad |
| <input type="checkbox"/> Exagera | <input type="checkbox"/> Educa |

11. ¿Cómo utiliza la televisión?

- Medio de ocio
- Medio de información
- Medio educativo

12. ¿Quién supervisa lo que ve en la televisión?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Mamá | <input type="checkbox"/> Mamá y papá |
| <input type="checkbox"/> Papá | <input type="checkbox"/> otros |
| <input type="checkbox"/> Nadie | |

13. ¿Considera que la televisión es positiva en la unión de la familia?

- SI NO

¿Por qué? _____

14. ¿Con qué frecuencia habla del contenido de la televisión con sus padres?

- Todos los días Cada mes
 Cada dos días Nunca
 Cada semana

15. ¿Con qué frecuencia habla del contenido de la televisión con sus amigos(as)?

- Todos los días Cada mes
 Cada dos días Nunca
 Cada semana

16. ¿Conversa temas complejos como droga, sexo, delincuencia, presente-futuro, noticias, alcoholismo, homosexualidad, etc. A raíz de los programas de televisión?

- SI cual? _____
 NO

17. ¿Qué otras actividades distintas a ver televisión realiza durante el día?

- Escuchar música Chatear por internet
 Hablar con mis padres Leer
 Actividades con amigos Otras

18. ¿Con que frecuencia observa de los siguientes valores éticos y morales en los programas televisivos?

	Siempre	Casi siempre	Nunca
Amor			
Noviazgo			
Matrimonio			
Responsabilidad			
Fidelidad			
Sexualidad			
Alcoholismo y Drogadicción			
Honestidad			

20 ¿Considera que la televisión es importante en la creación de valores éticos y morales?

SI

NO

21. Seleccione cinco valores con los cuales usted se identifica más, califíquelos en escala de 1 a 5 puntos. De menor a mayor importancia.

Honestidad

Justicia

Respeto

Lealtad

Perdón

Gratitud

Verdad

Humildad

Responsabilidad

Disciplina

Tolerancia

Empatía

Agradecimiento

Honradez

Puntualidad

Prudencia

Cooperación

Trabajo

Confianza

Compasión

Amistad

Amor

Paz

Sencillez

Generosidad

Fe

Esperanza

Consideración

Cooperación

Bondad

22. ¿En dónde ha aprendido los valores éticos y morales que aplica?

Casa

Calle

Televisión

Colegio

ANEXO 4

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TESIS-LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN-2009

ENTREVISTA DIRGIDA A MAESTROS Y MAESTRAS

Objetivo: Indagar a cerca de los valores que los maestros han observado en los adolescentes encuestados; así ismo actitudes pertenecientes a los programas televisivos, a partir de los conocimientos que tienen los profesores acerca de los valores éticos y morales y la televisión como medio.

1.	¿Cómo describe la función socializadora de la televisión?
2.	¿Cómo considera que la televisión incide en las opiniones y actitudes de los adolescentes?
3.	¿Según su opinión, la televisión es importante en la creación de valores éticos y morales? ¿Por qué?
4.	¿Cómo aplican los adolescentes con quienes usted trabaja los valores éticos y morales?
5.	¿Cuáles son los temas que según su criterio los adolescentes prefieren dentro de la programación televisiva, y por qué?
6.	Qué actitudes observa en sus alumnos, que según su criterio han sido aprendidas en los programas de televisión?
7.	¿Cuáles son los antivalores que a menudo observa en sus alumnos?
8.	¿Según su criterio, cómo influye la televisión en los antivalores que practican los adolescentes?

ANEXO 5

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TESIS-LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN-2009**

FOCUS GROUP DIRIGIDO A PADRES DE FAMILIA

Objetivo: conocer y determinar su opinión acerca de “La influencia de la televisión en los valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años”; desde su experiencia personal.

TEMA	APORTES	CONCLUSIÓN

Observaciones: _____

ANEXO 6

7

guía Prensa Libre : Guatemala, 20 de abril de 2008

DOMINGO

PELÍCULAS DEPORTES ESPECIALES INFANTIL NOTICIAS

20 DE ABRIL

CANALES	17:00	17:30	18:00	18:30	19:00	19:30	20:00
GUATEVISION	Joshua's Heart	Expedicion GT	Todo Sobre Ruedas		Acción	Claro, Conciso	Noticiero Guat.
AXN NETWORK	Run Lola Run	CSI		Lost (SS)			Dirty Sexy Money (SS)
CINE CANAL ESTE	** Conocen a Joe Black (1998) Brad Pitt, Anthony Hopkins.				*** El Diabolo se Viste a la Moda (2006)		
CINEMAX	** Las Locuras de Dick y Jane (2005)		Hollywood		Helmer Son	Cabeza de Perro (2006, Drama)	
DE PELICULA	Romeo-Julietta	** La Seducción (1980, Drama) Katy Jurado.			** Dos Tipos de Cuidado (1953) Jorge Negrete.		
EI ENTERTAINMENT	Kardashians	The Soup	Latin Billboard Music Awards		Latin Billboard Music Awards	Latin-Awards	
FILM ZONE	** No Somos Ángeles (1989) Robert De Niro, Sean Penn.				Juego Nuclear (2003) Katherine Heigl.		
FOX	*** Star Wars	Episodio III: La Venganza de los Sith (2005)			Los Simpson	Los Simpson	Name Is Earl
HALLMARK	Secretos-Pas.	La Casa del Misterio			** La Verdadera Historia de Hamlet (1994)		
HBO	Amor, Sexo	** Descarriados (2005, Suspense) Clive Owen, Jennifer Aniston.			*** Deja Vu (1997, Romance)		
SONY	My Boys	Samantha Who	Ugly Betty "Brothers" (SS)		Grey's Anatomy (SS)		Housewives
TNT	** Matrix Revoluciones (2003) Keanu Reeves, Laurence Fishburne.					Sports	
UNIVERSAL	Brothers	Psych		Monk		** El Castigador (2004, Acción)	
XEW TV	Acción		Noche de Estrellas				Vecinos
A&E MUNDO	La Mujer Biónica "Hermandad"		NUMB3RS "Riesgo Calculado"		La Mujer Biónica "Contracara"		A&E Music
ANIMAL PLANET	Cría De Campeones		Las Criaturas de Nick Baker		Ruud Cazador de Insectos		Las Travesías
CNN EN ESPAÑOL	Mirador Mundi	En Familia	Mirador Mundi	En Efectivo	Mirador Mundi	Deportes CNN	Mirador Mundi
DISCOVERY	Survivorman		Eco Tec		Maravillas de la Naturaleza		La Tierra
HISTORY	**** The Last Emperor (1987) John Lone.		Maravillas Modernas		Ciudades Ocultas "Londres"		
P&A	American Chopper (SS)		Fear Factor (SS)		Extreme Makeover		Dirt "Secretos"
CARTOON	Teatro Cartoon "Los Chicos del Barrio/Operacion Cero"				Tom y Jerry	Bugs Bunny	Lab de Dexter
DISCOVERY KIDS	Bob	Jakers!-Winks	Backyardigans	Cook Yeung	LazyTown	Hi-5	Barney-Amigos
DISNEY	Viajes Fantasticos		** La Vuelta al Mundo en 80 Dias (2004, Aventura) Jackie Chan, Steve Coogan.				
NICKELODEON	Sobrevivencia	Naked	Mr. Meaty (S)	Naked Brothers Band		Excursiones Senales	
WARNER	Supernatural	Chuck (SS)		Gossip Girl (SS)		Pushing Daisies (SS)	
ESPN	Euro 2008 Pre.	Béisbol Esta	Béisbol de las Grandes Ligas New York Mets en Philadelphia Phillies. (SS)				
ESPN2	SportsCenter		Fútbol Picante				
FOX SPORTS	Fútbol Inglés (Diferido)				Fox Gol México		Diario-Sports
CASA CLUB	Shabby Chic	Chef at Home	Cookworks	Belleza-Inst.	Cocinar	Kristina	Rebecca, Asi
DISCOVERY HEALTH	Espacio Vital	Nosotras	Central Bebes	Llegada Bebe	Niñera S.O.S. "Familia Lorimor"		Medicina Extr
CANALES	20:30	21:00	21:30	22:00	22:30	23:00	23:30
GUATEVISION	DxTV		Libre Encuentro		Noticiero Guat.	DxTV	
AXN NETWORK	Damages		CSI		*** Run Lola Run (1998) Franka Potente.		
CINE CANAL ESTE	Diablo se Viste	* Junto a Ti (1999, Comedia) Melissa Joan Hart.			El Hacker (2005) Eugene Byrd, Ali Larter.		
CINEMAX	Cabeza de	* 10th and Wolf (2006, Drama) James Marsden, Giovanni Ribisi.			*** Princesas (2005, Drama)		
DE PELICULA	Dos Tipos	Otro Caso de Violación (1991, Drama) Miguel Ángel Rodríguez.			Ellos Trajeron la Violencia		
EI ENTERTAINMENT	Latin-Awards	Mil Preguntas, una Estrella	Girls of the	Girls of the	Naked Wild On	Naked Wild On	
FILM ZONE	Juego Nuclear	** Romasanta (2004, Terror) Julian Sands, Elsa Pataky.			Young and Seductive (2003)		
FOX	Help Me Help	*** La Era del Hielo (2002), John Leguizamo			Dexter Partes de cuerpo. (SS)	Tiempo Final	
HALLMARK	Hamlet	Robin Hood		Las Hijas de McLeod		Una Vida de Dicha (1995)	
HBO	*** Deja Vu (1997, Romance) Stephen Dillane.		Capadocia		** Amor, Sexo y Suspense		
SONY	Housewives	Daily Show	Lil' Bush (SS)	Ugly Betty (SS)		Grey's Anatomy (SS)	
TNT	** Golpe Bajo: El Juego Final (2005, Comedia) Adam Sandler, Chris Rock.				** Kid, Puños de Calcio (2004)		
UNIVERSAL	** El Castigador (2004, Acción) Thomas Jane.		*** Hellboy (2004, Fantasía) Ron Perlman, John Hurt.				
XEW TV	Vecinos	La Jugada		GEM		Expresiones	Encadénate
A&E MUNDO	A&E Music	NUMB3RS "Riesgo Calculado"		La Mujer Biónica "Contracara"		NUMB3RS "Riesgo Calculado"	
ANIMAL PLANET	Las Travesías	Osadías de Mike y Mark	Reino, Suricato	Calle Lémur	Infomrci	Infomrci	
CNN EN ESPAÑOL	En Efectivo	Mirador Mundi	Deportes CNN	En Familia	Escenario	En Efectivo	Economía
DISCOVERY	La Tierra	Historias de Ultratumba		Índice de Maldad		La Tierra en 100 Años	
HISTORY	Las Glorias del Antiguo Egeo	Inventos de la Antigüedad		Maravillas Modernas		Ciudades Ocult	
P&A	Dirt "Secretos"	Cambiamos Esposas		Descabellados (SS)		Videos Asombrosos	
CARTOON	Chicas	Coraje-Perro	Duelo Xiaolin	Joven. Titanes	Justicia	Hombres X	Batman
DISCOVERY KIDS	Pinky Dinky	Toddworld	Charlie y Lola	Plaza Sésamo	Dragon Tales	Peep	Thomas-Amigo
DISNEY	**** Toy Story (1995) Voices of Tom Hanks.		** La Vuelta al Mundo en 80 Dias (2004, Aventura) Jackie Chan.				
NICKELODEON	Skyland	Clarissa (SS)	Duele Crecer	ALF	Locos Addams	Munsters	Hechizada
WARNER	Californication	Two/Half Men	The L Word (SS)		Gossip Girl (SS)		Daisies
ESPN	Béisbol	Sportscenter: Int'l. Edition		Fútbol Italiano Serie A			
ESPN2	Fútbol Picante	Fútbol Picante		SportsCenter (SS)		SportsCenter (SS)	
FOX SPORTS	Diario-Sports	Fútbol de Primera				Fox Sports Noticias	
CASA CLUB	EnCasaLucy	Hell's Kitchen		Party Mamas	Chef at Home	Belleza-Inst.	Cocinar
DISCOVERY HEALTH	Medicina Extr	Enigmas Médicos		Milagros Médicos		Central Bebes	Llegada Bebe

DOMINGO

PELÍCULAS	DEPORTES	ESPECIALES	INFANTIL	NOTICIAS
-----------	----------	------------	----------	----------

20 DE ABRIL

CANALES	07:00	07:30	08:00	08:30	09:00	09:30	10:00	10:30	11:00	11:30
GUATEVISION	Razón	3 Déca	Rumores	Desayuno Alegre	Qué Locura			La Guerra de los Sexos		
AXN NETWORK	Las Ve	Law and Order		CSI: Miami (SS)	Las Vegas (SS)			CSI		Lost (SS)
CINE CANAL ESTE	En las Tinieblas (2006) Demi Moore.			Alvin y las Ardillas Contra				*** La Trampa (1999, Comedia)		
CINEMAX	Plague	Recto/Verso (1999) Smain.		* Soñar Despierta (1996)				** Ni Uno Menos (1999, Drama)		
DE PELICULA	Vengnz-Ramire		El Angel y Yo (1972) Germán Valdés.		Rosa Blanca (1961) Ignacio López Tarso.					
EI ENTERTAINMENT	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	Extreme Hollywood	Vive La Vie		Keep Up	Keep Up	
FILM ZONE	* Las Travesuras de Beaver		*** Un Detective Suelto en Hollywood		*** Casada con la Mafia (1988)					
FOX	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	** Ella Nunca se Niega (1992), Ellen Barkin			Vanished		
HALLMARK	** Un Príncipe Encantado (2001, Fantasía)			Una Vida de Dicha (1995) Douglas Hodge.				La Casa del Misterio		
HBO	*** El Ilusionista		La Leyenda de Rin Tin Tin (2007, Drama)			** Somos Marshall (2006), Matthew Fox				
SONY	Friday Night Lights		30 Rock	Rules	My Boys	Samantha	Grey's Anatomy (S)	Housewives		
TNT	*** Eterna Juventud		** Un Gran Mentiroso (2002)		Holly	*** Novato (2002, Drama) Dennis Quaid.				
UNIVERSAL	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	** El Santo (1997) Val Kilmer, Elisabeth Shue.					
XEW TV	En Familia				El Chavo Animado		Más Deporte	Fútbol Mex		
A&E MUNDO	InfomrcI	InfomrcI	La Mujer Biónica		La Femme Nikita	La Femme Nikita	La Femme Nikita			
ANIMAL PLANET	Natural	Kenny	Mamíferos		Animal	Animales	Animales	Aventuras	Natural	Animalia
CNN EN ESPAÑOL	Consulta	Globo	Economía	Efectivo	Aristegui	Destinos	Economía	Adelantos	Globo	Mundo
DISCOVERY	InfomrcI	InfomrcI	Mega Constr.		Cómo	Fun	Así Hace		Futuro	
HISTORY	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	Mega Desastres		Camioneros del		Camioneros del		Cami
P&A	InfomrcI	InfomrcI	Gran Mundo		Perder Para Ganar		Cambiemos Esposas		Super	Rumbo al
CARTOON	Chicos - Barrio		Chicos - Barrio		KND: Los Chicos del Barrio			Teatro Cartoon		
DISCOVERY KIDS	Hi-5	Jim Luna	Dragon	Backyard	LazyTown	Clifford	Peep	Harry	Pocoyo	Fifi
DISNEY	*** Dumbo (1941)		Mickey	Tigger	**** Toy Story (1995, Aventura)		Sustitutos		Padrinos	Phineas
NICKELODEON	Go Diego	Rocket	Cats	Familia X	Robot	Flamingo	Wayside	El Tigre	Bob	Neutron
WARNER	Two Men	Friends	Friends	ER (SS)	I Like	Notes	Two Men	Big Bang	Men	
ESPN	Fútbol Italiano Serie A (En Vivo)				Fútbol Italiano Serie A (Grabado)			Euro 2008 Pre.		
ESPN2	Fútbol Italiano							Vida ESPN		
FOX SPORTS	Show-Fórmula		Fútbol Inglés (En Vivo)						Minuto Cero (En Vivo)	
CASA CLUB	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	InfomrcI	Recortes	Pétalos	Renovation Rescue	Cookwrks	Chef	
DISCOVERY HEALTH	InfomrcI	InfomrcI	Nacim'	Bebé	Bebé	Central	Llegada	Llegada	Madres	Madre
CANALES	12:00	12:30	13:00	13:30	14:00	14:30	15:00	15:30	16:00	16:30
GUATEVISION	Guerra	Casos de Familia		** Camino a Casa (1989), Adam Horovitz			** Joshua's Heart (1990)			
AXN NETWORK	Lost (SS)	*** As Good as It Gets (1997) Jack Nicholson, Helen Hunt.			*** Run Lola Run (1998)					
CINE CANAL ESTE	*** Shrek (2001) Voices of Mike Myers.			** Aeon Flux (2005)			** Conocen a Joe Black (1998)			
CINEMAX	Ni Uno	*** Un Largo y Doloroso Camino (2005)			** Desayuno en Plutón (2005) Cillian Murphy.					
DE PELICULA	La Tumba del Atlántico (1992)		El Angel y Yo (1972) Germán Valdés.			Romeo Contra Julieta (1968)				
EI ENTERTAINMENT	Behind	Behind	Fashion	Fashion	El News Weekend	Daily 10	The Soup	Dr. 90210		
FILM ZONE	Casada		* Oveja Negra (1996) Chris Farley.		** Recuerdos de Amores Pasados (1995)			No So		
FOX	Murder Club		Bones		The Unit		Windfall	Grounded Star Wars		
HALLMARK	* Descuido de Amor (2000)			** Quiero Pero No Quiero (2004)			** Secretos del Pasado (2004)			
HBO	Hola Hermana, Adiós Vida			** Guardianes de Alta Mar (2006) Kevin Costner.			Amor, Sexo			
SONY	Ugly Betty (SS)	My Boys	Samantha	Friday Night Lights	Carpool	'Til Death	Scrubs	30 Rock		
TNT	*** Novato (2002)		Proyecto	Holly	*** Matrix Recargado (2003) Keanu Reeves.			Matrix		
UNIVERSAL	Detec	La Ley y el Orden		Héroes	Dr. House (SS)		Ley y Orden	Brothers		
XEW TV	Fútbol Mex		Duetos		Colombia: El Sabor		Limosneros con Garrote (1961, Comedia)			
A&E MUNDO	La Femme Nikita		* Collateral Damage (2002), Elias Koteas			La Mujer Biónica		La Mujer Biónica		
ANIMAL PLANET	Rough Diamond		Mamíferos		Escena-Crimen		AnimalExtremo	Videos	Videos	
CNN EN ESPAÑOL	Aristegui	Efectivo	Consulta	Destinos	Mirador	Aristegui	Mirador	Escenario	Mirador	Globo
DISCOVERY	Overhauled		Mythbusters: Caza		Cómo	Así Hace	Trabajo Sucio		A Prueba de Todo	
HISTORY	Cami	Camioneros del		Mega Desastres		The Master		**** The Last Emperor (1987)		
P&A	* El Único (2001) Jet Li, Carla Gugino.			** EDTV (1999) Matthew McConaughey, Jenna Elfman.			Rumbo al			
CARTOON	Teatro Cartoon		Pokémon	Ben 10	Duelo	Robotboy	Campame	Mono	El Chavo	Scooby
DISCOVERY KIDS	Poko	Roary	Mundo	Bruno	Louie	Wubbzy	Fabu	Wilbur	Hi-5	Mundo
DISNEY	Phineas	Phineas	Las Locuras del Emperador			Empera		Viajes Fantásticos		
NICKELODEON	Rugrats	Mikey	Phantom	Manual	Manual	Zoey 101	Zoey 101	Drake	Drake	Zoey 101
WARNER	Men	Cold Case (SS)	Without a Trace (S)	ER (SS)	Moonlight (SS)		Supernat			
ESPN	UEFA		Fútbol Italiano Serie A (En Vivo)			UEFA		Fútbol Italiano Serie A		
ESPN2	Surf		PBA Bowling			ESPN Radio Formula				
FOX SPORTS	Clásico del Domingo (En Vivo)			Expediente Fútbol			Copa de Campeones			
CASA CLUB	Maytte	De Mano	CasaLucy	Kristina	Rebecca	Moda	Joven	Recetas	Space	Rich Poor
DISCOVERY HEALTH	Niñera S.O.S.		Ángeles Adoles		10 Años	Modelo	-No Te lo Pongas!		-No Te lo Pongas!	