

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

TEMA:

Influencia del programa de televisión icarly.com, en el comportamiento de las y los adolescentes de nivel básico.

(Encuesta de opinión a estudiantes de 13 a 15 años, de 1ro. A 3ro. básico, del Instituto y Academia Práctica Comercial, de la ciudad capital de Guatemala)

PRESENTADO POR:

NIVIAN LUCRECIA TORRES COJ.

CARNÉ: 9510681

JORNADA NOCTURNA.

GUATEMALA, JUNIO 25, 2011.

Asesor de tesis:

Lic. Gustavo Morán.

INDICE

	PÁGINA
CARATULA	
RESÚMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
TÍTULO DEL TEMA	
CAPÍTULO I	
1 MARCO CONCEPTUAL	
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.4 JUSTIFICACIÓN	2
CAPÍTULO II	
2 MARCO TEÓRICO	4
2.1 ANTECEDENTES	4
2.1.2 LA TELEVISIÓN	8
2.1.3 TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN	8
2.1.4 EL USO DE LA TELEVISIÓN	9
2.1.5 LA PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN	9
2.1.6 EFECTOS DE LA TELEVISIÓN	10
2.1.7 TELEVISIÓN Y SOCIALIZACIÓN	11
2.1.8 TELEVISIÓN Y VIOLENCIA	12
2.1.9 TELEVISIÓN PRO SOCIAL	13
2.1.10 REPERCUSIONES CULTURALES DE LA TELEVISIÓN	13
2.2 LA ADOLESCENCIA	14
2.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS ADOLESCENTES	15
2.2.2 LA TRANSFORMACIÓN INTELECTUAL	16
2.2.3 LAS ADQUISICIONES BÁSICAS DE LA PERSONALIDAD DURANTE LA ADOLESCENCIA	17
2.2.4 ASPECTOS CLAVES DE LA ADOLESCENCIA	17
2.2.5 LOS CONFLICTOS GENERACIONALES EN LA ADOLESCENCIA	18
2.2.6 LA LIBERTAD DEL ADOLESCENTE	19
2.3 LOS JÓVENES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	20
2.3.1 EL USO Y CONSUMO DE LOS MEDIA EN LOS ADOLESCENTES	21
2.3.2 LOS ADOLESCENTES Y LA TELEVISIÓN	21
2.3.3 PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS ADOLESCENTES	22
2.3.4 LOS ADOLESCENTES Y EL SEXO EN LOS MEDIOS DE COM.	23
2.4 ADOLESCENTES ADICTOS A LA T.V. Y VIDEOJUEGOS SON	

	MENOS CERCANOS A SU FAMILIA	24
2.4.1	JÓVENES ADICTOS A LA TELE, FUTUROS FIELES DE LA COMIDA BASURA	26
2.5	LOS HIJOS ETERNOS. ADULTOS ADOLESCENTES	27
2.5.1	FUTUROS ADULTOS	28
2.6	INFLUENCIA	29
2.7	COMPORTAMIENTO	30
2.8	PROGRAMA DE TELEVISIÓN ICARLY.COM	30
2.8.1	ANTECEDENTES	30
2.8.2	CONTENIDO DEL PROGRAMA	30
2.8.3	PERSONAJES PRINCIPALES	31
2.8.4	ACTORES SECUNDARIOS	32
2.8.5	ANTAGONISTAS Y RIVALES	34
2.9	PELÍCULAS Y ESPECIALES	34
	CAPÍTULO III	
3	MARCO METODOLÓGICO	35
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	35
3.2	OBJETIVOS	35
3.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	36
3.4	POBLACIÓN Y LA MUESTRA	36
4	ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS	36
4.1	PRESENTACIÓN GRÁFICA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES	37
4.2	ANÁLISIS DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES	38
	CONCLUSIONES	47
	RECOMENDACIONES	48
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
	ANEXOS	52

RESUMEN:

Tema:

Influencia del programa de televisión icarly.com en el comportamiento de las y los adolescentes de nivel básico.

Autora:

NIVIAN LUCRECIA TORRES COJ.

Universidad:

De San Carlos de Guatemala.

Unidad académica:

Escuela De Ciencias de la Comunicación.

Formulación del problema:

¿Influye el programa de televisión icarly.com en el comportamiento de las y los adolescentes de nivel básico de un instituto privado ubicado en la zona 1 de la ciudad de Guatemala?

Resultados:

La televisión influye en todas las edades, pero de manera especial en la adolescencia, (13 a 15 años).

En este trabajo se indagó a un total de 73 estudiantes (33 mujeres y 40 hombres) comprendidos entre los 13 y 15 años, pertenecientes a un centro educativo privado de la ciudad capital de Guatemala, sobre sus hábitos televisivos con respecto al programa icarly.com siendo éstos los grados de primero a tercero de educación secundaria.

Instrumentos:

Se utilizó como instrumento la encuesta. Los resultados demuestran que los alumnos debido a su edad y a sus responsabilidades no dedican más de cuatro horas diarias a ver los programas de televisión; los horarios están comprendidos entre las 19:00 y 21:00 horas.

INTRODUCCIÓN:

En Guatemala, como en todo el mundo, los medios de comunicación son esenciales en nuestro diario vivir, inciden en nuestra formación, no solamente porque sirven para entretenernos sino también para aprender y, sobre todo, para estar comunicados de lo que pasa a nuestro alrededor.

Este estudio se refiere al comportamiento que los adolescentes adquieren por la influencia de los programas que ven por televisión.

La televisión es un medio de comunicación de masas el cual penetra en la mayoría de los hogares de todo el mundo, no existe distinción alguna, es considerada un fuerte medio porque está integrada por imágenes y voz.

Éstas características de la televisión influyen en los adolescentes, creando estereotipos que en el futuro se convertirán en discriminación en toda la sociedad. La televisión presenta falsas identidades, monótonas y vacías, que anulan en los jóvenes su identidad propia y los convierten en una parte más del "desastre masificador".

La televisión utiliza diversas estrategias en los programas que transmite, siendo uno de ellos icarly.com donde se observa la intención de cambiar actitudes y comportamientos en los televidentes por medio de la repetición incidente del mismo mensaje.

El fenómeno también es observable en las telenovelas, haciendo que algunos adolescentes imiten los actos y/o actitudes de sus personajes favoritos.

TÍTULO DEL TEMA:

Influencia del programa de televisión icarly.com, en el comportamiento de las y los adolescentes de nivel básico.

(Encuesta de opinión a estudiantes de 13 a 15 años, de 1ro. A 3ro. Básico, del Instituto y Academia Práctica Comercial, en la ciudad capital de Guatemala)

CAPÍTULO I

1. MARCO CONCEPTUAL.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Se considera que los adolescentes dedican buena parte de su tiempo a observar los programas de televisión sin la previa autorización de los padres, siendo ésta una de las principales causas del cambio de su comportamiento, no tomando en cuenta las consecuencias a las que estarán sometidos en la edad adulta.

La escasa vigilancia y la poca atención de los padres hacia sus hijos es uno de los principales problemas en este cambio conductual.

La necesidad que los adolescentes tienen de ver la televisión y ciertos programas, es impactante, pues los padres consideran que hoy en día la dependencia que los niños y adolescentes tienen de la televisión es inevitable, porque ésta entretiene e informa, más no ven el daño que hacen a sus hijos.

Por la escasa vigilancia que tienen hacia ellos, no se dan cuenta que los programas de hoy en día ya no son como los de antes, que en algunos casos instruían y eran menos violentos, ahora la mayoría aunque sean caricaturas o programas familiares solo hablan de violencia, mal comportamiento, desobediencia, e imitaciones tanto en la forma de vestir como en la forma de comunicarse con las personas de su misma edad y con los adultos, creyendo que todo lo que ven en la televisión es digno de imitar.

En el instituto privado donde se hizo el estudio de campo, se logró observar que los alumnos de nivel básico encuestados tienen ciertos comportamientos que son imitaciones de programas televisivos como el investigado, tanto en su forma de hablar como en la forma de tratar a sus compañeros de salón, esto nos da a conocer que sí hay influencia del comportamiento y/o conducta de los adolescentes, máxime si no son orientados correctamente por un adulto que pueda decirles que no deben imitar modas, costumbres o comportamientos de personajes de la televisión.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

¿Influye el programa de televisión icarly.com en el comportamiento de las y los adolescentes del nivel básico del instituto y academia Práctica Comercial, ubicado en la zona 1 de la ciudad de Guatemala?

Lo que se pretendió con este trabajo fue comprobar si el **programa de televisión icarly.com** influye en el comportamiento de las y los adolescentes de nivel básico del Instituto y Academia Práctica Comercial, de la ciudad de Guatemala.

Este estudio se realizó en el segundo trimestre del año 2010 en dicho establecimiento, que imparte educación del ciclo básico.

1.4 JUSTIFICACIÓN:

El interés de este tema surge a consecuencia de la conducta que puede observarse en muchos jóvenes, la cual va tomando de alguna manera direcciones equivocadas o distintas, las que regularmente son aceptadas por la sociedad o el medio donde se desenvuelven, ésta puede atribuirse a distintos factores como; la familia, la escuela o simplemente el hecho de pasar mucho tiempo viendo la televisión, donde la mayoría de veces los programas son agresivos.

Todos los medios de comunicación social tienen un impacto mayor por su penetración, sobre todo la televisión que ha logrado romper las barreras del espacio y la distancia.

Este tema está relacionado con la conducta de ambos géneros porque comúnmente los programas son presentados por la televisión a los adolescentes.

Se ha dicho que la televisión influye en el aprendizaje; por lo que se desea investigar si su programación influye en el comportamiento de las y los adolescentes.

Los problemas de conducta que se tratan en este estudio proporcionan datos de interés a las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Así también servirá de guía para futuras investigaciones proporcionando información didáctica para el personal docente que se interese en la temática que relaciona la conducta del adolescente con respecto a los programas de televisión.

Esta investigación contribuirá a comprobar si realmente el programa de televisión icarly.com interfiere o no en el comportamiento de los y las adolescentes.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 ANTECEDENTES:

Más de tres horas de televisión diarias podrían causar dificultades de aprendizaje en los adolescentes.

A esta conclusión llega Villasmil Jonathan, (1,999:14-18), el autor comenta que el tema de la televisión es y ha sido tratado de muchas formas por varios investigadores de distintos lugares y países. La televisión es un medio de comunicación de masas que penetra en la mayoría de los hogares de todo el mundo, no existe distinción alguna, llega a ricos y pobres, y es considerada un fuerte medio porque integra imágenes y voz.

Sin embargo, por poseer esas características y por tener la facilidad de llegar a la mayoría de la población se ha transformado en un arma de doble filo dada la calidad de programación que transmite sin considerar que, en la mayoría de los casos sus espectadores son niños y jóvenes que no tienen un adulto para que los oriente en relación a los temas que allí se desarrollan.

Villasmil también nos dice que la televisión posee la peculiaridad de presentar estímulos visuales y auditivos, los cuales son más efectivos por sí solos, por ello es un medio sumamente eficaz en comparación con los demás medios de comunicación social. La televisión se impone sobre otros medios, porque se le permite un espacio en los hogares y en la vida diaria, llegando a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier persona en nuestra época.

Cuando la televisión se utiliza para fines educativos es bastante eficaz en lograr la atención y memorización sobre el material que presenta.

Para Villasmil la televisión posee tres categorías que son:

1. ESPACIO-TIEMPO 2. PARTICIPACIÓN 3. RAPIDEZ

Espacio-tiempo, porque ella posee cierta efectividad en cuanto a la percepción, aprendizaje y memorización, esto tiene gran aplicación a nivel educativo.

Participación: mientras mayor participación mayor serán las influencias.

Rapidez: La televisión es un medio rápido, esto impide que el comunicador pueda dedicar el suficiente tiempo para que el mensaje sea comprendido y meditado por el receptor.

De lo anterior se puede decir que el autor considera que mucho del contenido transmitido por televisión es inadecuado para la correcta educación del ser humano, porque impide la atención a sus tareas diarias.

Más de cuarenta años de investigación han llegado a la conclusión de que la exposición repetida a niveles altos de violencia en los medios de comunicación les enseña a algunos niños y adolescentes a resolver los conflictos interpersonales con violencia y, a muchos otros, a ser diferentes a esa solución.

Por otro lado Alvarado (1986: 5-8), en su tesis "Mensajes Informativos por televisión", plantea que bajo la responsabilidad de los medios de comunicación y a una edad cada vez más temprana, los niños están recurriendo a la violencia, no como último sino como primer recurso para resolver los conflictos.

Aunque no todos piensan lo mismo, porque los receptores o espectadores reaccionan de acuerdo con el tratamiento que hagan del contenido transmitido.

Este mismo autor menciona las palabras de Álvaro Contreras V., quien al respecto dice: "...este valioso elemento de difusión de ideas, viola la intimidad del hogar con material nocivo e intrascendente que lejos de estimular las corrientes educativas, sirve como funesta escuela de corrupción o de vicios".

Calderón y Díaz, (1991: 28) en su tesis: “La programación de la televisión guatemalteca y su relación con el proceso de formación de la personalidad”. Menciona que los mensajes transmitidos por la televisión determinan la estructuración de los fundamentos básicos de la personalidad.

Se dice que los mismos mensajes son consumidos en forma pasiva y sin una conciencia crítica.

La formación de la personalidad de un individuo se hace esclava de la información que recibe, porque no reflexiona ni critica objetivamente, sino lo hace inconscientemente, dando como resultado el individualismo egoísta, olvidando la socialización de los individuos.

Comenta García (1995: 5) que a opinión de muchos investigadores, la televisión es el invento que ha logrado instalarse en los hogares e influir sobre las sociedades, ningún otro ha logrado la aceptación que ésta ha tenido en lo que va del siglo.

No solo los investigadores opinan sobre la influencia que tiene la televisión hacia la sociedad, también los padres creen que este medio de comunicación ha logrado distraer casi en un 100% la atención, tanto de adultos como en adolescentes, creando irresponsabilidades en estos últimos.

Según Martínez (2002: 14-15-18) Las personas que se dedican al estudio de la semiótica, refieren que las actitudes y condiciones de vida que tienen los niños y adolescentes son determinantes para el impacto que producen en ellos los programas de televisión, y el contenido de los programas infantiles será usado de un modo diferente por cada adolescente ya que tienen distintas clases de amigos. Los niños que acuden a la televisión con más frustraciones y una agresividad latente son más probables que recuerden actos agresivos.

De lo anterior se puede decir que ciertos programas de la televisión son inadecuados para los niños, independientemente de los amigos que estos tengan, porque si ven violencia, con violencia actuarán ellos.

La pérdida de identidad nacional a través de la televisión, es provocada por la influencia del cable. Loarca (1995: 51) Derivado de esto, las personas, sobre todo los jóvenes adoptan costumbres de otros lugares, desean tener la forma de vida que ven en la televisión, cambiando sus hábitos familiares e individuales, adquieren modelos nuevos, vocabulario diferente, etc.

El autor menciona que es la televisión por cable la que provoca estas reacciones, aunque de alguna manera se reconoce que mucha de la programación transmitida por los canales nacionales es de origen extranjero.

Aldana (2001: 35-36) asegura que uno de los grupos más afectados por la televisión, son los adolescentes ya que se encuentran en una de las etapas más determinantes de su vida, puesto que en ella se dan las más bruscas transformaciones físicas, psicológicas, sociales y emocionales y la televisión más que reorientar estas transformaciones las distorsiona de tal manera que aleja al adolescente de la realidad y sin darse cuenta cae en un mundo de apariencias, lleno de frustraciones y desórdenes emocionales.

Loarca y Aldana, coinciden en que la televisión se proyecta a los adolescentes espectadores con una gran dosis de falsedad, aludiendo a cosas sin fundamento, estableciendo estereotipos de imagen, encontrando en estos mismos distintas formas para que el o la adolescente cambie no sólo en sus actitudes, sino también en su aspecto personal.

Comentarios como: “silencio estoy viendo televisión”, “déjame en paz, ve televisión”, “estoy ocupado, veo televisión”, etc., se escuchan con frecuencia en el vocabulario de los adolescentes, reduciendo al mínimo la comunicación interpersonal entre los miembros de la familia, y hasta con sus propios padres.

Para luego poner en práctica la violencia y/o agresividad que ven en los programas televisivos

En general se habla de conducta, personalidad, etc., adquiridas a través de la programación transmitida en televisión, aspectos ligados a la educación en el desarrollo de la sociedad.

2.1.2 TELEVISIÓN

Según la página (http://www.oei.es/tic/guía_tv_v9) la palabra "televisión" se forma de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). La televisión es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que puede realizarse mediante ondas hertzianas o por redes.

El "*poder*" de la pequeña pantalla es tan grande que incluso ha llegado a cambiar las costumbres familiares de la mayor parte de las sociedades del mundo, con su progresiva implantación, hemos podido vivir en directo algunos de los acontecimientos más importantes de los últimos años.

De alguna forma se puede comparar el nacimiento de la televisión, con el de Internet, que quizás sea el único competidor con ciertas garantías de llegar a alcanzar o incluso superar al complejo mundo de la televisión.

2.1.3 TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Romero, Milagro, en la página (<http://www.medialooks.com>) comenta que desde los años 50, la televisión se ha convertido en el medio de comunicación por excelencia y su importancia no ha dejado de crecer en todo el mundo, su historia se remonta

varias décadas atrás, y no es comparable de momento con ningún otro sistema de comunicación. Su influencia en los más variados aspectos de la vida es algo que se ha convertido en una realidad más que evidente.

2.1.4 EL USO DE LA TELEVISIÓN.

Ballesta, et al. (2003: 88-90-92-94) establece en su texto “El consumo de medios en los jóvenes de secundaria” que el impacto de las llamadas Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación en los denominados medios de comunicación de masas ha transformado profundamente no sólo su capacidad, velocidad de difusión y acceso a los contenidos, sino que también, ha cambiado su uso, percepción y efectos sociales sobre las audiencias.

No estamos ante una televisión generalista que pretende hacer una cultura de masas, estamos ante una televisión que cada vez quiere ser más una televisión a la carta, un medio que ha renunciado a conquistar a todo el público, y se refugia en un público especializado sea en canales deportivos, de cine o cualquier otro tipo.

Estamos ante una televisión que se nos presenta mucho más diversificada en su oferta, que comienza a segmentar a la audiencia en función del acceso mediante pago a unos contenidos más o menos a la carta, pero también ante una televisión que se consume cada vez de una forma más individual a la par que resta protagonismo al diálogo dentro de los hogares.

2.1.5 LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN

Morales (2001: 12) en su tesis “Conductas del género femenino aprendidas por los adolescentes a través de la televisión” dice que la mayor parte de la programación de televisión, son series creadas y producidas en Norte América, de donde abundan historias policíacas cargadas de violencia.

Por otro lado se encuentran las telenovelas mexicanas, venezolanas, brasileñas y argentinas que generalmente contienen actitudes bobas, necias y escenas de adulterio.

Cabe mencionar que también las caricaturas y/o dibujos animados que supuestamente son presentados para niños llevan un mensaje subliminal, el cual los niños o adolescentes muchas veces no son capaces de interpretar, pero que lo imitan, sin tener conocimiento de su significado.

Continua mencionando Morales, que Guatemala es un país importador de programas de televisión, incluyendo de ella un 84% en sus transmisiones.

En su mayoría los niños muestran inclinación hacia aquellos programas de televisión donde el héroe casi siempre resulta agresivo, y vence al malo porque tiene más fuerzas que él; ésta violencia genera inestabilidad en la mente de los niños e indudablemente dañan su mente virgen.

La programación transmitida por televisión, de acuerdo con los mismos estudios realizados, se dice que provoca retrasos en el lenguaje, mata la capacidad creativa del ser humano convirtiéndolo en un ser pasivo extremadamente, y resta la comunicación. Además es muy común que el tiempo dedicado a ver televisión provoque ocio, inactividad laboral y la pérdida de prácticas deportivas, estéticas y otras.

2.1.6 EFECTOS DE LA TELEVISIÓN.

Según Rodríguez (2005: 3-4) la televisión influye en todas las edades, pero de manera especial en la infancia y la adolescencia, la parte más vulnerable del numeroso público expuesto, dada su incompleta formación ideológica, social, cultural y de valores.

Los adolescentes consideran que la televisión, como fuente de información es más importante que los profesores, los maestros, e inclusive los mismos padres.

Estudios que se han realizado a distintos grupos de estudiantes, aseguran que estos obtienen mayores calificaciones en los exámenes cuando leen más y ven menos televisión, su rendimiento académico llega a un nivel más alto, también cabe recordar que un niño o adolescente ve más tiempo la televisión que leer un libro a la semana.

También se dice que la cantidad de horas que los niños pasan viendo la televisión tiene una relación directa con su peso, siendo mayor la incidencia de obesidad entre los niños que pasan más horas frente al televisor.

El principal problema se relaciona con la pasividad física que la acompaña y el consumo de alimentos altamente calóricos que los comerciales promocionan cerca de nueve veces por hora.

Los niños y adolescentes ven la televisión como quieren, los padres a medida que el niño se hace mayor, ejercen menos control sobre lo que ve, esto se suma al hecho de que los padres están cada vez menos tiempo con ellos.

2.1.7 TELEVISIÓN Y SOCIALIZACIÓN.

Comenta Dominick (2000:42-43) que de todos los medios de comunicación masiva, la televisión es la que tiene el mayor poder de socialización. Debido a todo el tiempo que se le dedica a la televisión algunos autores han advertido sobre posibles disfunciones en caso de que la televisión se convierta en el canal principal de socialización.

Ya que la violencia es el principal contenido de muchos programas, se teme que los pequeños espectadores se socialicen con la aceptación de la violencia como método legítimo para resolver conflictos.

A las conclusiones que llega el autor se puede asegurar que el niño o adolescente es afectado psicológicamente, porque sus ideas o metas se ven truncadas por imitar lo que ve en la televisión, y si por ejemplo un niño o adolescente quería ser doctor o ingeniero cambia y cree que siendo policía o cualquier otra cosa, será invencible o poderoso.

Continúa Dominick diciendo que encuestas sobre televisión han demostrado que este medio también da a conocer las distintas profesiones que hay; por ejemplo en la década de los 70, las dos ocupaciones más comunes de los personajes femeninos eran ama de casa y oficial de policía.

2.1.8 TELEVISIÓN Y VIOLENCIA:

Según Muñoz, García en la pagina: www.svnp.es/documen/comunica.htm, en el tema “Niños adolescentes y medios de comunicación”, que la reiterada observación de escenas violentas en TV, repercute sobre la agresividad del niño, que comienza a registrarse ya a partir de los tres años de vida. Hay numerosos estudios que confirman que el alto índice de violencia televisiva interviene como factor importante en la determinación de las conductas masculinas y femeninas violentas.

Cuanto mayor sea el tiempo de exposición a programas televisivos violentos, mayor es el riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes.

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

Con esto el autor reitera lo que se dijo con anterioridad, que el nivel psicológico del adolescente se ve afectado muy profundamente por tanta violencia, lo cual genera violencia en su vida familiar y/o marital, cambiando su comportamiento hacia actos negativos.

2.1.9 TELEVISIÓN PRO SOCIAL:

También comenta que la televisión puede ser un poderoso medio de enseñanza o aprendizaje en valores pro sociales. La televisión es un formidable instrumento que puede favorecer la educación, la cultura, el ocio, la promoción de la salud, y una conducta favorecedora de la tolerancia, respeto y solidaridad.

La televisión no solo tiene programas o actitudes negativas, también en ella se encuentran cosas positivas, siempre y cuando se sepa utilizar o interpretar el mensaje que proyecta por medio de sus programas, ayudando al observador a tener un estilo de vida positivo, no solo en niños o adolescentes, sino también en toda la sociedad.

2.1.10 REPERCUSIONES CULTURALES DE LA TELEVISIÓN.

Dominick (2000:77-78) asegura que hoy en día hay un televisor en un 98% de los hogares, el cual permanece encendido alrededor de siete horas diarias, la televisión reemplazó a la radio como el medio de información y entretenimiento más importante del país y se volvió una fuerza cultural y social de gran trascendencia.

La televisión se ha vuelto un importante consumidor de tiempo. Dormir y trabajar son las dos cosas a las que una persona dedica más tiempo, y ver televisión es la tercera. Ahora se organizan convenciones y debates políticos en T.V; la publicidad gasta millones en comerciales, etc.

También influye en la sociedad, por ejemplo, en su forma de peinar, de vestir, en el lenguaje y sobre todo en los estilos de vida que aparecen en la T.V; extendiéndose en todo el país y el resto del mundo.

El autor tiene la razón en cuanto a las modas que se copian de la televisión, en el tiempo que el televisor pasa encendido y en que esta es una de las cosas que una persona mas hace en su vida.

Aunque hay personas que no van a trabajar por ver cierto programa de televisión, o por el fut ball, y se distraen con facilidad cuando tiene cerca un televisor.

2.2 LA ADOLESCENCIA:

Krauskopf, (2000: 21-23, 31, 50-52, 85,88) asegura que la adolescencia es la que constituye en nuestros tiempos un período de la vida donde con mayor intensidad que en otros se aprecia la interacción entre las tendencias del individuo y las metas socialmente disponibles.

Ha sido llamada también la “edad ingrata”, porque la transición entre el niño y el hombre maduro representa un período de reajustes y superación de dificultades, muy poco compatibles con la sana alegría y optimismo regocijado de las otras etapas, en las cuales el ser humano vive en esa aturrida de seguridad y confianza de la niñez o se orienta la relativa quietud del individuo formado.

Actualmente la mayor parte de los estudiosos del tema definen los límites de la adolescencia a partir de dos instancias diferentes. Consideran que esta se inicia con los cambios biológicos de la pubescencia y finaliza con la asunción de los derechos y deberes sexuales, económicos y legales del adulto.

La adolescencia no es solo el período crucial del ciclo vital, sino que es también el inicio de una nueva vida para el adolescente, donde cree y piensa que nadie lo comprende, que nadie lo quiere y empieza a tener actitudes rebeldes, como copiar modas, peinados y otro tipo de actitudes, alcanzan una nueva dirección en su desarrollo, alcanzan su madurez sexual, y asumen para si las funciones que les permiten elaborar su identidad y plantearse un proyecto de vida propio.

2.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS ADOLESCENTES.

White et al (1983:8-10) en su texto: “Cambios psicológicos y adaptativos en el Adolescente”, comenta que el adolescente tiene diversas características o cambios en cuanto a su crecimiento:

En el ámbito socio familiar

Se aleja del círculo familiar: esta actitud refleja la soledad o la incompreensión que el adolescente siente de parte de sus padres.

A nivel psicológico

Interacciona lo interior con lo exterior mediante un juego intelectual y una dialéctica de conflictos. Es la mayor característica de los adolescentes entre los 13 y los 15 años; también aspiran a ser elegantes y a tener cualidades estéticas, robustez y fuerza física, habilidades deportivas y buena presencia; dominio de sí mismos y sentido del deber; a ser inteligentes y leales, idealistas y activos, tolerantes y deseosos de que tengan buena opinión de ellos; realistas y originales.

A nivel afectivo

En este nivel, el adolescente canaliza sus sentimientos y afectos hacia fuera de casa, hacia los compañeros o adultos, o sea, hacia cuantas personas se interesen por él. En ese momento el adolescente necesita, más que nunca, ser ayudado, tener unos padres a la altura de su misión educadora.

Aquí es donde el adolescente no define si necesita amor de pareja o amor de padre o madre, y es así como las personas malas aprovechan la confusa mente de los jóvenes y los llevan por el mal camino, haciéndolos rebeldes con sus padres y con la sociedad.

En esos momentos experimenta una sensación de soledad, de tristeza y melancolía, acusa a los miembros de su familia de ser los responsables de su mal humor; siente necesidad de amar y de ser amado, pero se ve mediatizado por sentimientos de egoísmo y hasta por ciertos rasgos egocéntricos y de vanidad personal.

2.2.2 LA TRANSFORMACIÓN INTELECTUAL.

Krauskopf, (2000:16) comenta que diversos científicos han planteado explicaciones para esta modificación. La mayoría explica el desarrollo de la inteligencia como un proceso que atraviesa por estadios, en los cuales se superan etapas que van evolucionando desde el razonamiento pre lógico, mágico y concretista, hasta alcanzar el nivel de abstracción.

Dentro de esta concepción, la niñez es reconocida como el período de las operaciones concretas y la adolescencia es la etapa en la que se alcanzan las operaciones formales que caracterizan la capacidad de generalización y abstracción del adulto.

En relación con la transformación intelectual durante la adolescencia, en su mayoría los autores coinciden que en ese momento el adolescente necesita de mucho amor, comprensión y atención de parte de sus padres, por los cambios de carácter, emocional e impulsivo, agregando así el aspecto negativo que contribuye al desarrollo juvenil de las ideas.

Continúa comentado la autora; se destaca, que los adolescentes carecen de experiencias y que el adulto conoce el límite de sus ideas generales, ajustándolas a la realidad.

En efecto, el joven tiende a buscar nuevas posibilidades culturales que instrumenten su ajuste a la vida. Explora todas las fuentes posibles de estimulación sensorial.

2.2.3 LAS ADQUISICIONES BÁSICAS DE LA PERSONALIDAD DURANTE LA ADOLESCENCIA.

Krauskopf, (2000:21-23) asegura que la personalidad es una organización dinámica en la cual integran los hábitos, las actitudes, los sentimientos y las capacidades de un individuo, esto se traduce en modos de comportamiento que determinan su ajuste al medio.

Significa que los diferentes procesos psíquicos se interrelacionan e influyen, configurando un patrón individual que caracteriza las relaciones de la persona con el mundo y consigo mismo.

Desde el punto de vista psicológico son erróneas las calificaciones que se hacen de las personas cuando se dice que tienen mucha o poca personalidad, porque la personalidad se desarrolla a lo largo de la vida del ser humano, y se adquieren sus bases en la niñez y sus características se consolidan en la etapa adulta.

2.2.4 ASPECTOS CLAVES DE LA ADOLESCENCIA:

White et al. (1983) y Krauskopf (2000:31); están de acuerdo con algunos aspectos de la adolescencia:

Sexualidad: se establece fisiológica y culturalmente, la diferenciación de los roles sexuales.

Esquema corporal: deja de basarse en la valorización que de él hacen los familiares.

Autoestima: se evoluciona desde una valorización dependiente de las figuras parentales.

Destrezas intelectuales: se produce del descubrimiento de nuevas necesidades y la realización personal.

Individualización: se enfatiza fuertemente el sentido de sí mismo.

Autonomía: procura salir del “status” derivado que lo caracterizó en la niñez, para alcanzar la autonomía adulta.

Identidad: ésta no termina en la adolescencia, continúa estructurándose a través de los años.

Participación social: es una revisión de creencias y normas; elaboración de valores y nuevas relaciones interpersonales.

Proyecto de vida: deberá ponerla a prueba en la práctica concreta, para consolidar la elaboración de su identidad.

Personalidad: la diferenciación sexual, capacidad de abstracción, diferenciación del medio a través de la elaboración del “status” autónomo.

En estos y otros puntos de vista coinciden los dos autores, y en cuanto a nivel psicológico opinan lo mismo hacia los adolescentes, aunque cada individuo tenga diferente forma de ser aterriza en las mismas actitudes y concluye en su misma forma de actuar.

2.2.5 LOS CONFLICTOS GENERACIONALES EN LA ADOLESCENCIA:

Cambio social y lucha generacional.

Continúa Krauskopf (2000:85-88) comentando respecto a los conflictos que se crean en la adolescencia, y opina que se dan en sociedades en las que el encuadre cultural se apoya en la perpetuación de las tradiciones. Los adolescentes, por medio de su identificación con el rol de los adultos se integran a la sociedad aunque les cueste una parte de su ego, porque para ellos todos los adultos los odian o viven en contra de ellos.

Aspectos psicológicos del conflicto generacional:

La necesidad que tiene la y el adolescente de elaborar su desprendimiento de la infancia y de entrar al mundo adulto confronta a sus mayores con la validez de los modelos de vida que han desempeñado, y pone a prueba las posibilidades de una

verdadera comunicación, que exprese los problemas que afrontan ambas generaciones en la configuración de su papel en la sociedad.

En este lapso de desarrollo del adolescente los padres aceptan sin discusión lo que el adolescente piensa, dice o hace sobre su propia orientación para no sufrir la amenaza o el miedo de la pérdida de poder, afecto y estima de los jóvenes, y evitar que se conduzca por caminos equivocados.

2.2.6 LA LIBERTAD ADOLESCENTE.

Everet, (1974:9-13-53-54) en su texto “Conflictos y formación del adolescente”, comenta que el problema con el que hoy se enfrenta el padre de familia es el grado de libertad con que se desenvuelve su hijo y, consecuentemente, el ámbito que frecuenta. También consiste en conocer las fronteras de su propia autoridad paternal, la elasticidad con que puede ejercerla y hasta qué punto esa autoridad deja de serlo para convertirse en arbitrariedad.

Los aciertos o los errores de los padres en la educación de sus hijos desde la infancia son factores principales de la futura personalidad del adolescente y aún del hombre. El desamparo afectivo de que los padres hacen víctimas a sus hijos, es el más funesto e imperdonable de los errores criminales.

Continúa comentando; todo descuido en la formación intelectual o moral del niño y el adolescente es más excusable que la indiferencia afectiva.

Cuando el niño entra en la adolescencia descarta momentáneamente y sin mayores análisis los férreos lazos de sangre y afecto que lo unen a los suyos, y se convierte con avidez a nuevas experiencias vitales, a la penetración de un orbe diferente al del hogar.

Un hijo al que se ha enseñado a pensar y aún a evaluar personas y cosas, creencias y compromisos, tareas y sentimientos, es un hijo que permanecerá afectivamente más unido a sus padres que otros a quienes se ha dejado que se las arreglen por su cuenta.

2.3 LOS JÓVENES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Ballesta et al (2003:13-19-83) en su texto “El consumo de los medios en los jóvenes de secundaria” también comenta que la presencia de los medios de comunicación se hace cada vez más latente en la sociedad de la información, convirtiéndose en poderosos canales de comunicación a través de los cuales fluyen mensajes, valores y estereotipos que configuran parte de la realidad personal, social, cultural y educativa de nuestros días.

Al analizar el papel de los medios de comunicación como difusores de determinados temas de interés está por determinar hasta qué punto esos medios de comunicación son exclusivamente instrumentos de información sobre la llamada actualidad puntual, y hasta qué punto están, también al servicio de los lectores y de sus intereses.

Los medios son importantes moldeadores de nuestras percepciones e ideas, son empresas de concienciación que no sólo proporcionan información acerca del mundo, sino que también la manera de verlo y entenderlo.

Esto se suma a la oferta creciente de televisión abierta y de cable o satélite, radio y prensa donde se manifiestan los intereses de una industria del ocio que produce continuamente nuevas herramientas y productos que los jóvenes consumen y van configurando su propia visión del mundo.

Los niños y los jóvenes actuales tienen una relación normal con las nuevas y viejas tecnologías de la información y aunque en general los padres opinan que en los medios de comunicación hay mucha violencia y sexo, muchos piensan que lo fundamental es la educación en casa, pero no se percatan que esta educación no es la idónea para sus hijos, porque no controlan lo que ven por televisión, y ellos no ponen interés en darles una educación como debe ser.

2.3.1 EL USO Y CONSUMO DE LOS MEDIA EN LOS ADOLESCENTES.

También asegura Ballesta, que para los jóvenes, el uso de los media tiene dos finalidades básicas, una lúdica y otra de relación con sus amigos e iguales.

La faceta lúdica nos aparece en el tipo de programas televisivos o radiofónicos preferidos por los jóvenes o en el tipo de lecturas que hacen más a menudo, como los mensajes en los móviles.

Cuando el autor menciona ésta fase se refiere a los programas con los que el adolescente se identifica, ya sea por su forma de ser o por la forma en que ha sido educado, y en cuanto a los móviles los jóvenes tienen mucha habilidad para mensajear en los mismos, porque es lo que mas pasan haciendo en su tiempo libre. La segunda característica en el uso y consumo de los media entre los jóvenes viene marcada por una utilización mayoritaria dentro del hogar y de forma individualizada.

En definitiva estamos ante consumos que se realizan en solitario por parte de los jóvenes, sin control de sus padres y en total ausencia de personas adultas. En los casos en que el uso y consumo de contenidos mediáticos se realiza en compañía, ésta se compone de amigos o hermanos y tampoco es lo habitual.

En esta segunda característica puede hacerse mención de los video juegos, que son a los que los adolescentes están acostumbrados sin la previa vigilancia de los padres o de un adulto, y que regularmente son usados con amigos o personas que no les importa que hagan.

2.3.2 LOS ADOLESCENTES Y LA TELEVISIÓN.

Según Villasmil (1999:10-11); no todos los jovencitos de quince años piensan como los adultos, y no todos los adultos alcanzan la etapa de las operaciones formales. Sin embargo, en la adolescencia el razonamiento deja de centrarse en lo obvio y adquiere consciencia en los aspectos más complejos.

Esta manera más profunda de ver la vida tiene una relación importante con la manera en que los adolescentes entienden los mensajes de los medios de comunicación. La televisión no es el medio adecuado para fomentar el desarrollo intelectual que produce un adulto reflexivo.

Los adolescentes necesitan saber que forman parte del continuo proceso humano, el aislamiento de la adolescencia se reduce cuando los adolescentes se vislumbran en el trabajo, con una familia o como parte de una comunidad. Esta es la razón por la cual a los adolescentes en ciertas ocasiones les interesan las películas y los programas de televisión que se refieren a las carreras profesionales, las relaciones y los problemas sociales.

En realidad, los medios de comunicación y en particular la televisión, no les proporcionan a los adolescentes las experiencias que les podrían ayudar a desarrollar sus procesos de pensamiento y a sentir que están en un mundo racional. Los padres que alimentan a sus hijos adolescentes a que piensen detenidamente modelándoles la reflexión y esperando que actúen de la misma manera, favorecen en ellos su desarrollo intelectual.

2.3.3 PREFERENCIAS TELEVISIVAS, EN LOS ADOLESCENTES.

Las preferencias televisivas de las y los adolescentes, según Ballesta et al (2003:88) se dividen así:

Las adolescentes se inclinan más en sus preferencias hacia programas como musicales, teleseries, humor, dibujos animados, cine, y concurso; y los adolescentes se inclinan por programas como el deporte, documentales, cine, o reality-show, así como de humor y dibujos animados. De los programas que ambos sexos menos se ocupan son las noticias, magazines y programas de debate.

Con esta evidencia podemos darnos cuenta de la existencia de dos modelos culturales, diferentes en razón del sexo a la hora de ocupar el tiempo de ocio de los jóvenes a pesar de su amplia coincidencia en otros aspectos como su interés por los dibujos animados el cine, etc.

2.3.4 LOS ADOLESCENTES Y EL SEXO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La base de todas las relaciones humanas exitosas es el respeto y afecto, a ésta conclusión llega Villasmil, (1999:20-25) en su texto “Influencia de los programas de TV en niños y adolescentes”; pero también asegura que es importante motivar a los adolescentes para que vean programas y películas que toman en cuenta esto. Desafortunadamente, los adolescentes suelen sentirse presionados a volverse activos sexualmente antes de conocer a fondo las bases emocionales de la sexualidad humana.

Los medios de comunicación han mostrado que la sexualidad procede de la intimidad emocional y no simplemente de la intimidad sexual, en general, los medios muestran el sexo como algo glamuroso, instintivo y lo que es más peligroso libre de riesgos.

Los adolescentes aprenden del sexo de una manera diferente de otros tipos de aprendizajes sociales, porque la información no procede de la participación y la observación, sino de otras personas y gran parte de esa información termina siendo falsa.

En cuanto a la difusión de información sexual, los padres, las escuelas y las instituciones religiosas difieren en cuanto a su disposición y grado de tranquilidad.

La negación de los padres contribuye en gran medida a limitar el acceso de sus hijos a la información sexual, al mismo tiempo que los adolescentes tienen relaciones sexuales a una edad cada vez más temprana.

Esta tendencia tiene implicaciones potencialmente devastadoras para nuestra sociedad, porque ya es un hecho bien documentado que los adolescentes más jóvenes están menos informados acerca del control de natalidad y la prevención de enfermedades de transmisión sexual, y además, tienen más probabilidades que los adolescentes mayores se involucren en relaciones sexuales sin protección.

Continúa comentando el autor, que como en la adolescencia los padres controlan menos a sus hijos y éstos tienen más acceso a los medios de comunicación y pocas fuentes alternativas de información sexual, no debe sorprendernos la importancia que tienen los medios en la socialización sexual de los adolescentes.

Desafortunadamente muy poco de lo que los adolescentes ven acerca del sexo en los medios de comunicación es respetuoso o sensato. En cambio los adolescentes están expuestos a un mundo sexual donde abunda la violencia y donde el amor y el compromiso suelen brillar por su ausencia.

Los medios de comunicación han sido excesivamente indiferentes en cuanto a la imagen que transmiten del sexo y sus consecuencias. Aproximadamente el 85% de todas las relaciones sexuales que muestra la televisión son entre parejas que no están casadas o que no tienen ningún compromiso.

2.4 ADOLESCENTES ADICTOS A LA TV Y VIDEOJUEGOS SON MENOS CERCANOS A SU FAMILIA.

Cuanto más tiempo pasan los adolescentes mirando televisión, jugando en la computadora o en video juegos, menos probable es que sean cercanos a su familia y amigos. Esto lo asegura la página www.eluniverso.com, del periódico "El universo", artículo publicado en el año 2010. Este mismo realizó un estudio en el cual analizó dos grupos de adolescentes en Nueva Zelanda, con 16 años de diferencia.

El primer grupo de 976 adolescentes pasó un día en una unidad de investigación cuando tenía 15 años, en 1987 o 1988, para establecer cuánto tiempo pasaban mirando televisión en un día escolar y su relación con sus padres y compañeros. El segundo grupo, de más de 3.000 jóvenes que cumplieron 14 o 15 en 2004, fue estudiado cuando había más videojuegos y computadoras disponibles para los jóvenes, aunque no tantas como actualmente.

El grupo completó cuestionarios en sus escuelas para estudiar cuánto tiempo pasaban mirando televisión, DVDs o videos; cuánto usando una computadora para algo que no fuera hacer tarea domiciliaria y cuánto tiempo estaban en los juegos de su computadora o en una consola como XBox, Playstation o Nintendo.

Al segundo grupo también se le preguntó cuánto tiempo pasaban leyendo o realizando tareas escolares. Qué tan cercanos eran a sus amigos y familia fue estudiado con el mismo cuestionario que el usado 16 años antes.

En el primer grupo, que solo miraba televisión, los investigadores descubrieron que por cada hora adicional que pasaban mirando televisión "había un 13% de aumento en el riesgo de tener un bajo apego a los padres y un aumento de 24% de tener bajo apego con sus compañeros".

Los hallazgos fueron similares 16 años después, pero solo en relación a sus padres. Por cada hora extra pasada mirando televisión o jugando en una computadora o videojuego, había 5% más probabilidad que los adolescentes tuvieran menos apego a su padres.

Los investigadores descubrieron que los adolescentes que pasaban más tiempo leyendo o realizando tareas domiciliarias, eran más cercanos a sus padres.

"Dada la importancia del afecto por los padres y amigos para la salud y desarrollo de los adolescentes, hay preocupación sobre los altos niveles de tiempo que pasan los adolescentes frente a la pantalla."

Con el rápido avance de las opciones con base en pantallas para el entretenimiento, la comunicación y la educación, son necesarias investigaciones en curso para monitorear el efecto que estas tecnologías tienen en el desarrollo social y psicológico y el bienestar físico entre los adolescentes".

2.4.1 JÓVENES ADICTOS A LA TELE, FUTUROS FIELES DE LA COMIDA BASURA.

Según la página www.elmundo.essalud.com, citada por Lucio, Cristina, (2009), pasar horas y horas frente a la tele en plena adolescencia no sólo aumenta las posibilidades de hacerse de varios kilos de más y un especial gusto por el sedentarismo; también puede convertirte en un futuro amante de la comida basura.

Es lo que sugiere ésta página en un reciente estudio, cuyos resultados muestran que el tiempo que dedica un adolescente frente al televisor durante su juventud, está muy relacionado con la calidad de su dieta en la edad adulta.

Esta investigación, publicada en la revista "International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity", comenzó por analizar los hábitos alimenticios y el número de horas que pasaban viendo la tele un grupo de 564 alumnos de primaria (12 años como media) y otros 1.366 estudiantes de secundaria (15 años de media) estadounidenses.

Cinco años después de ese primer análisis, los investigadores repitieron las pruebas a cada participante, utilizando diferentes cuestionarios.

Al cruzar los datos, comprobaron que existía una relación entre el número de horas pasadas delante del televisor en la infancia y la adolescencia y la calidad de la dieta registrada cinco años después.

“Los estudiantes que, estando en Secundaria, decían ver la tele más de cinco horas al día, tenían [de adultos] los hábitos alimentarios menos saludables”, explican en su trabajo los investigadores, quienes detallan que esto se traducía en una menor ingesta de frutas, verduras, cereales y alimentos ricos en calcio y un mayor consumo de aperitivos, comida rápida y bebidas azucaradas.

“La adolescencia es un periodo crítico para el desarrollo en el que los individuos comienzan a tomar sus propias decisiones sobre cómo alimentarse”, comentan los autores, quienes reclaman la puesta en marcha de iniciativas que promuevan estilos de vida más saludables y un uso racional de la televisión.

En éste, como en el artículo anterior los autores coinciden en que los adolescentes prefieren comer cualquier cosa para no moverse del televisor, y no comer comidas saludables y ricas en vitaminas, esto da como resultado la obesidad en algunos niños y jóvenes que no tienen disciplina en su alimentación y menos una extrema vigilancia de parte de sus padres.

2.5 LOS HIJOS ETERNOS. ADULTOS-ADOLESCENTES:

Continúa Di Segni comentando que los hijos eternos son adultos por edad y por experiencia, pero no aceptan ubicarse en un lugar diferente, respecto de los jóvenes, en lo que hace a responsabilizarse por ello y ponerles límites. Gestaron la cultura adolescente o, en diferentes momentos, se sumergieron en ella.

Han declarado su juventud eterna y la sostienen como sea: con el esfuerzo de gimnasia y dietas; con el dinero destinado a cirugías, cremas y camas solares; con ropas en talles y moda pensada para los más jóvenes; con un estilo totalmente informal, y copiando la jerga adolescente en su comunicación; viviendo en la noche o bien haciendo difíciles articulaciones para ganarse la vida de día y no perderse la fiesta de noche.

Éste tipo de reacción no se ve en distintas clases sociales, y es el resultado de horas frente al televisor, porque el ahora adulto no ha salido de la etapa de la juventud y no le importa gastar y gastar para sentirse y lucir como un adolescente. Esta es una transición psicológica de la cual al individuo le ha costado salir por haberse enfatizado mucho en programas, modas, y actitudes que vio en televisión en su etapa de adolescente.

2.5.1 FUTUROS ADULTOS:

Según Di Segni, (2002:62-66-88) en su texto “Adultos en crisis, jóvenes a la deriva” comenta que en todos los sectores sociales los chicos crecen conociendo una rica diversidad de grupos familiares que, en décadas anteriores, solo habían aparecido en los mas humildes: familias tipo, grupos mono parentales con madres o padres al frente, grupos poli parentales en los que conviven hijos de diferentes matrimonios.

Conviven con diferentes modelos adultos en los hogares, en las escuelas, en los clubes y en los barrios.

Con una enorme cantidad de información disponible a través de la televisión, revistas, diarios, computadoras, internet y libros, que no necesariamente saben o quieren aprovechar. Con un desarrollo artístico y publicitario de la imagen que los hace expertos en su decodificación. Y con una mezcla de represión y desinhibición con respecto a la sexualidad.

Respecto a éste tema el autor hace énfasis que en tiempos anteriores éstas reacciones solo se veían en las familias humildes, pero en la actualidad ésta reacción ya no ve clase social, y menos estatus económico. El bombardeo publicitario y de programación televisiva es ahora para todos, grandes y chicos, rico y pobres, quienes comparten parte de su vida con personas ajenas a su familia o amigos adoptando modas y costumbres ajenas a ellos.

El abandono y la poca atención de los padres hacia sus hijos, ha permitido a los medios de comunicación, sobre todo a la televisión a adentrarse en la vida cotidiana de los jóvenes, en algunas veces para orientarlos pero en la mayoría de veces para desviarles sus pensamientos y creencias, por la convivencia que tienen éstos con personas ajenas a su familia.

2.6 INFLUENCIA:

Según el diccionario enciclopédico Océano Uno Color, (2003:865); es la habilidad de ejercer poder (en cualquiera de sus formas) sobre alguien, de parte de una persona, un grupo o de un acontecimiento en particular.

Pero la página www.wikipedia.com, asegura que la influencia se presenta en las interrelaciones 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 grado de influencia ejercida.

La influencia utiliza métodos flexibles, entre los cuales se destaca el poder de convencimiento, para su aceptación y deja a criterio del sujeto, quien decidirá si aceptarla o rechazarla.

Los dos documentos coinciden que la influencia no obliga a las personas a hacer las cosas, si el ser humano decide toma las actitudes que ve en otros lados o sigue siendo el mismo de siempre.

2.7 COMPORTAMIENTO:

El comportamiento o conducta como se le llama también, según el diccionario de psicología de Friedrich; (1981:178-179) es la actividad física de un organismo vivo, observable por otro individuo, a diferencia del curso de la actividad psíquica interior. En esta se incluyen procesos vivenciales como los intelectivos y volitivos. También es el conjunto de normas de reacción o respuestas extremadamente complejas de un organismo a los estímulos recibidos de su medio ambiente.

2.8 PROGRAMA DE TELEVISIÓN ICARLY.COM

2.8.1 ANTECEDENTES:

Carly, es una chica de 13 años que por accidente se convierte en una súper estrella al presentar su propio show en internet mejor conocido como iCarly. Ella y su mejor amiga Samantha, convierten una aburrida tarea de escuela en un increíble show en un sitio de Internet, después de que su amigo Freddie filtra un video de una de sus travesuras, así deciden generar su propia página web.

La popularidad que logra rápidamente el sitio convenció a Carly de aliarse con Sam (su co-presentadora) y Freddie (su productor) y luego convertir iCarly en un show semanal en donde ellos tienen la oportunidad de hacer y decir lo que quieran. Durante la emisión de la serie, los espectadores pueden dirigirse al sitio web para subir su propio contenido, el cual puede ser usado en un futuro episodio de iCarly. .

2.8.2 CONTENIDO DEL PROGRAMA:

iCarly es una comedia de televisión de Estados Unidos, nominada a los Premios Emmy en la categoría de series infantiles, también nominada a lo Teen Choice Awards 2009 en la categoría de "comedia", y ganadora en los Kids Choice Awards en la categoría de "Programa de tv favorito".

Se estrenó el 8 de noviembre de 2007; en Latinoamérica el 16 de abril de 2008, en la actualidad se transmite en Nickelodeon. El programa fue presentado por "Nickelodeon Reino Unido" en Semana Santa de 2008. Salió al aire en Nick Australia en mayo de 2008. Actualmente es una de las producciones más exitosas de Nickelodeon en toda su historia con un rating promedio de 7.5 millones de espectadores. ICarly es también el primer programa de Nick en que la audiencia pueda enviar clips de vídeo a la página web oficial, la página contiene videos creados por los personajes del show así como los videos enviados por los fans.

2.8.3 PERSONAJES PRINCIPALES:

Carly Shay

Es una niña amigable, linda y cariñosa de pelo oscuro y liso, ojos oscuros, altura promedio que estudia en un colegio normal con sus dos amigos, Freddie Benson y Sam Puckett, vive en la pequeña ciudad de Seattle. Es muy famosa gracias a su web show llamado iCarly (i= Internet, y Carly por su nombre) que hace con sus amigos Freddie (que esta profundamente enamorado de ella, aunque esta siempre le repita que solo serán amigos) y Sam (Su mejor amiga desde hace 7 años.)

Samantha Puckett

Es la mejor amiga de Carly y co-anfitriona de iCarly. Aunque también de Freddie, pero su relación es hostil (por parte de Sam).

Sam es argumental, sarcástica, terca y, a veces intimidante, aunque según Carly, Sam es linda y divertida, claro, por que es su mejor amiga.

Sam está casi siempre en el apartamento de Carly para alejarse de su familia.

Tiene una hermana gemela llamada Melanie, que vive fuera del Estado y es su polo opuesto. Sam es también un elemento perturbador y muy perezoso, y como resultado tiene a menudo problemas con el Director Franklin y otras figuras de autoridad, en especial la Srta. Francine Briggs.

Freddie Benson

Es el productor de iCarly y vecino de Carly que vive al frente, donde permanece con su madre sobre-protectora, que hubiera preferido una hija. Él está súper enamorado de Carly, aunque ella no esta enamorada de él, ella quiere que solo sean amigos.

Freddie ha tenido una novia, su nombre es Valerie, pero terminaron porque ella trata de acabar con iCarly.

Freddie tiende a confiar en Spencer (hermano mayor de Carly) como figura masculina de más edad. Puede hacer casi cualquier cosa por un ordenador (Razón por la cual es el productor técnico de iCarly) y tiene un talento natural para la esgrima.

Freddie gusta de Carly y quería su primer beso con ella, pero su primer beso se lo dio con Sam y por más que ellos se odien temen admitir que el beso les gustó un poco.

Spencer Shay

Tiene 26 años de edad y es el hermano mayor, así como tutor legal de Carly. Él es un artista de profesión y escultor.

Es ridículo, extraño, e inmaduro (a veces avergüenza a Carly), ha demostrado a los demás que es un tutor responsable. Fue a la escuela de Derecho durante tres días y su poco conocimiento de la ley de vez en cuando ha demostrado ser útil para Carly. Las esculturas de Spencer suelen encender en llamas.

2.8.4 ACTORES SECUNDARIOS

Gibby Cornelius

Gibby es un compañero de clase de Carly, Sam y Freddie. Es físicamente inmaduro para su edad, un poco gordo y cuando se emociona le gusta quitarse la camisa.

Calceto

Calceto es el amigo de Spencer, y Spencer esta emocionado de lo que le vende. Aunque nunca aparece en el programa es mencionado en muchos episodios El es el que le vende a Spencer sus calcetines brillantes.

Jeremy

Él es un niño con sobrepeso que siempre parece tener un mal resfriado.

Sra. Benson

La Madre de Freddie es neurótica y sobre protectora. Lo fastidia constantemente y siempre le recuerda usar shampoo dos veces, cambiar su ropa y su cepillo de dientes. Ella cree que Spencer es una figura paternal irresponsable y una mala influencia sobre su hijo.

Director Franklin

Es el director de la escuela secundaria a la que asisten Carly, Sam y Freddie. Él no duda al aplicar disciplina sobre los estudiantes problema (especialmente, Sam), pero lo hace de una manera justa e infantil en lugar de estricta.

Él sobresale por su manera de ser justa. Él es el único personaje adulto que no está representado de forma cómica, inepta y negativa.

Amanda "Mandy" Valdez

Ella se auto-proclamada "fan #1" de iCarly. Ella es neurótica, hiperactiva y odiosa. Su fanatismo por iCarly sobrepasa los límites de la obsesión.

Sus padres son hippies y su padre ha dejado a la familia. A ella le gusta usar sombreros y una extraña máscara de pato. Se siente atraída por Spencer.

2.8.5 ANTAGONISTAS Y RIVALES

Nevel Papperman

Es un niño de 11 años y un hacker que dirige el crítico nevelocity.com, un sitio web que describe, sugiere y hace comentarios sobre otros sitios web.

Shelby Marx

Es una luchadora profesional y muy popular, tiene 15 años, ella reta a Carly a una lucha amistosa.

Srita. Briggs

Es la profesora de inglés en la escuela a la que asisten Carly, Sam y Freddie.

Lewbert

Es el portero del edificio en el que Carly, Freddie y Spencer viven. Tiene una gran verruga en su mejilla izquierda y es muy Idiota.

Sr. Howard

Es el profesor de Carly, Sam y Freddie, es muy retrógrado y duro con sus alumnos, especialmente con Sam, a quien odia porque ella lo molesta mucho.

2.9 Películas y Especiales

"iCarly en Japón: "Salgo con un chico malo": "Yo peleo con Shelby Marx":

"Me Salgo de iCarly": "Salve Tu Vida":

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

INDUCTIVO- EXPLORATIVA

INDUCTIVO.

Porque se realizó la investigación con el estudio de casos; es decir de particular se llegó a lo general. Se utilizaron encuestas para establecer parámetros que ayudaron a determinar el comportamiento de los adolescentes.

EXPLORATIVA:

Porque se efectuó una investigación de campo para determinar si la hipótesis se comprueba o no.

CUANTITATIVA:

Porque se explican y controlan fenómenos a través de un enfoque de obtención de datos numéricos.

3.2 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Determinar la Influencia del **programa de televisión icarly.com** en el comportamiento de las y los Adolescentes de nivel básico del Instituto y Academia Práctica Comercial, de la ciudad de Guatemala.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- a) Establecer si se identifican con el programa de televisión icarly.com
- b) Verificar en qué horario prefieren para ver sus programas favoritos.
- c) Comprobar el tiempo que un adolescente usa diariamente para ver televisión.
- d) Comprobar el cambio de conducta del adolescente respecto a determinado programa de televisión.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

TÉCNICAS:

Dentro de ésta se encuentra el estudio de casos, así también el cuestionario servirá para la investigación de campo a través de una encuesta.

INSTRUMENTOS:

Fichas bibliográficas de resumen.

Encuestas.

3.4 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

POBLACIÓN:

El universo a estudiar en ésta investigación sería institutos públicos y privados de la zona 1 capitalina.

MUESTRA:

Se utilizó la técnica del azar con un sorteo de diez establecimientos, saliendo favorecido el Instituto y Academia Práctica Comercial, ubicado en la zona 1 capitalina.

TIPO DE MUESTRA:

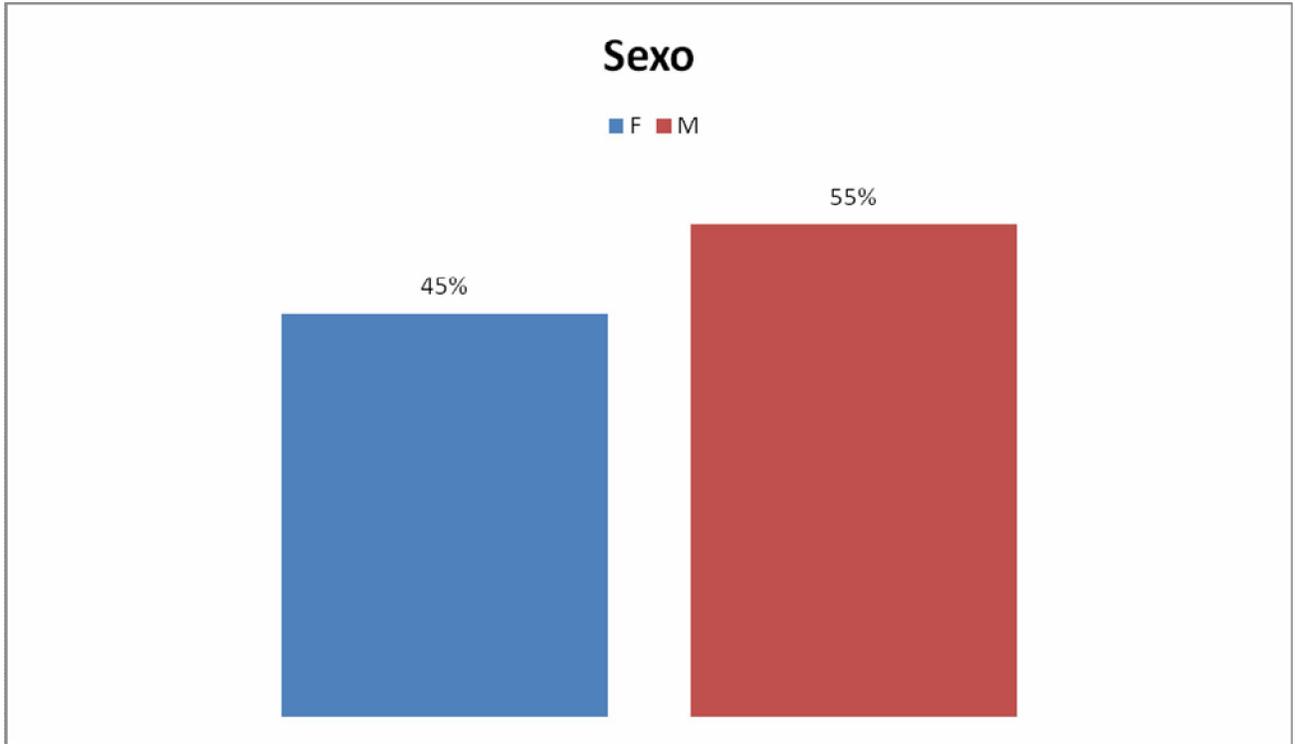
Es una muestra obtenida bajo control de tipo intencional ya que se tomó como población representativa.

4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS:

Se utilizó la herramienta que nos brinda la estadística, a través de la recolección de análisis e interpretación de datos.

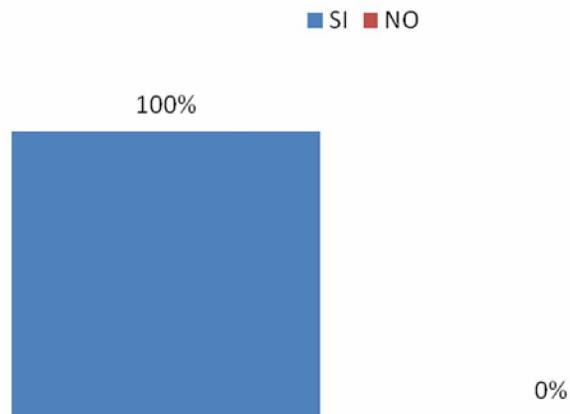
4.1 PRESENTACIÓN EN GRAFICAS, Y ANÁLISIS DE RESULTADOS ENCUESTAS A ESTUDIANTES.

4.2 Análisis de encuestas a estudiantes.



Lucrecia Torres. I.A.P.C.

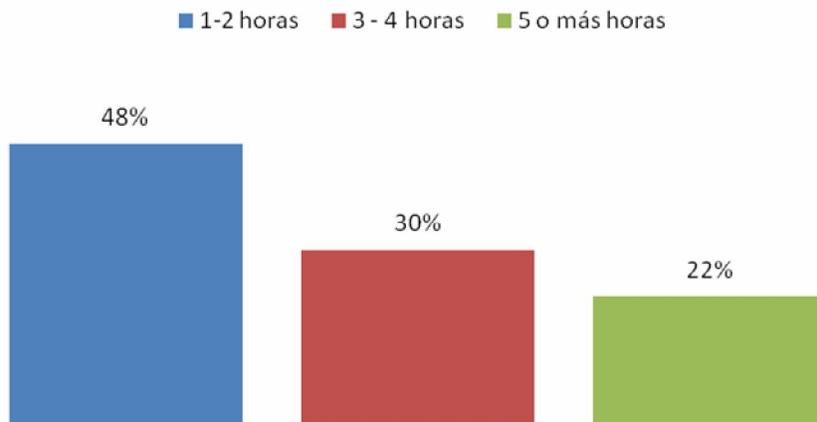
1. ¿Tiene televisión en su casa?



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

De acuerdo a la gráfica el 100% refiere que tiene televisión en su casa.

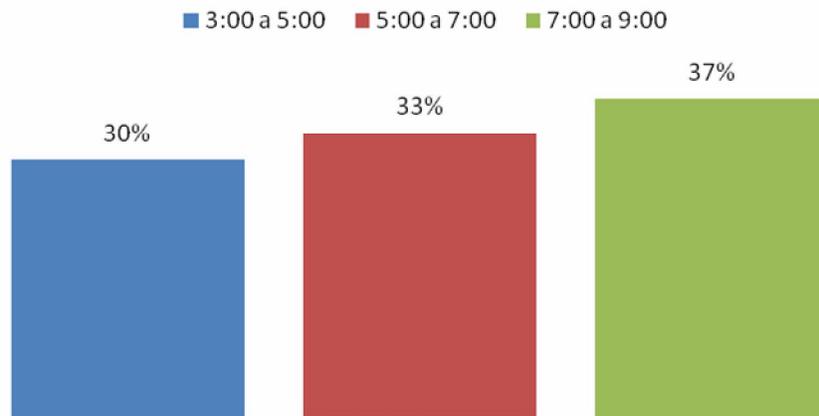
2. ¿Cuántas horas ve television al día?



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

A pesar que todos los y las estudiantes poseen televisión en su casa, el 48% ve la televisión solamente una o dos horas diarias, mientras que el 30% la ve en un periodo aparentemente normal, y solo el 22% tiene la oportunidad de hacerlo por mas de cinco horas.

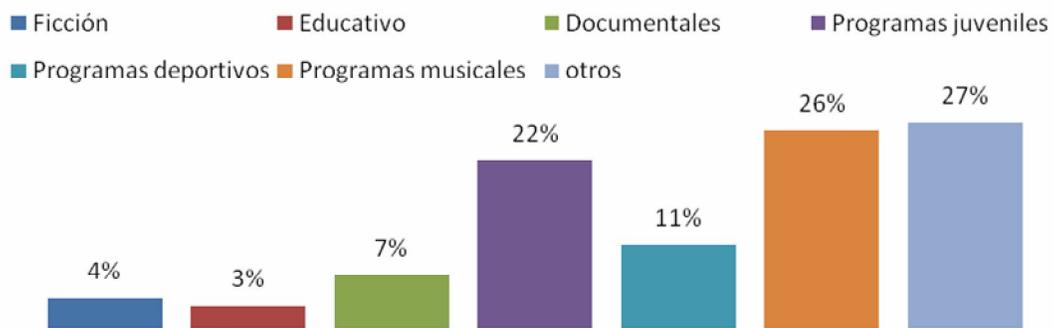
3. ¿En que horario ve televisión?



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

De acuerdo a la gráfica el 37% de las y los estudiantes encuestados ve la televisión en un horario novelesco, mientras que el resto lo hace en horarios de programas juveniles.

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



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

Esta gráfica nos permite observar que el 22% de los adolescentes tienen preferencia por programas juveniles, aunque el resto se divide en otro tipo de programación.

5. ¿Conoce el programa juvenil de televisión icarly.com?

■ SI ■ NO

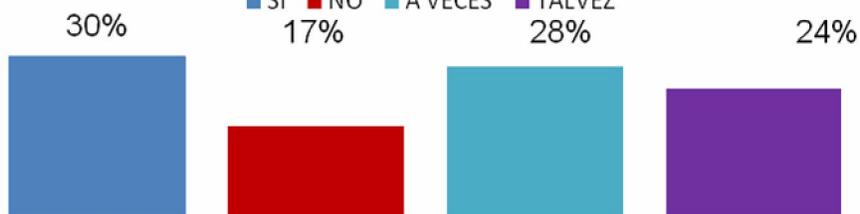


Lucrecia Torres. I. A. P. C.

De acuerdo a la gráfica podemos darnos cuenta que el 63%, o sea la mayoría de las y los adolescentes conocen este programa juvenil.

6. ¿Considera que el programa de televisión icarly.com influye en su conducta?

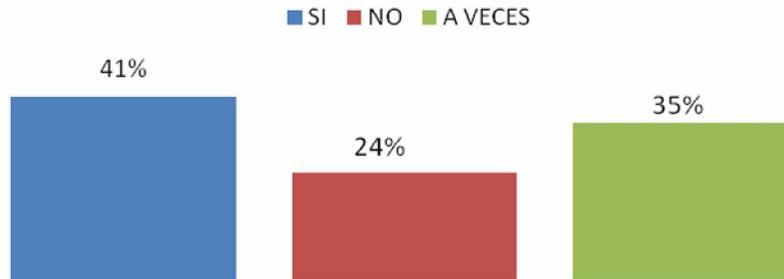
■ SI ■ NO ■ A VECES ■ TALVEZ



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

Esta gráfica confirma que las y los adolescentes consideran que el programa influye en su conducta, dando como resultado un 30% de positivismo.

7. ¿Considera que el programa de televisión icarly.com es positivo en cuanto a su comportamiento?



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

En esta gráfica se termina de confirmar la respuesta de la pregunta #6, con un 41% de positivismo de parte de los adolescentes, que el programa es positivo para ellos.

8. ¿Considera que el programa icarly.com, es importante para poder comunicarse con sus padres?



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

En esta gráfica se demuestra con un 41% que los adolescentes no consideran que el programa sea necesario para una buena comunicación.

9. ¿Cree que viendo icarly.com aprende nuevos conocimientos?

■ SI ■ NO ■ A VECES

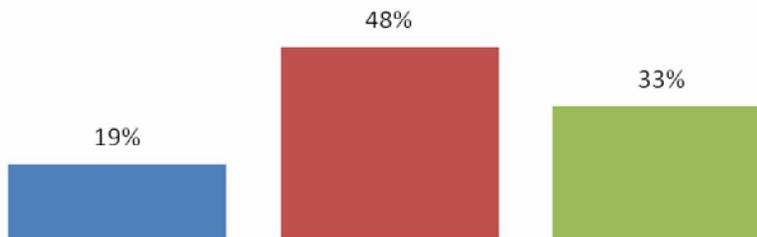


Lucrecia Torres. I. A. P. C.

Según la gráfica un 50% de los estudiantes encuestados afirma que regularmente aprende nuevos conocimientos del programa, en mención.

10. ¿Considera que la programación que ve en televisión es digna de ser imitada por su persona?

■ SI ■ NO ■ A VECES



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

Según la respuesta de las y los adolescentes en esta pregunta consideran que la programación en general que ven no es digna de ser imitada, pero según la pregunta #7 y #9 consideran que el programa estudiado es positivo en su conducta porque también aprenden también nuevos conocimientos con respecto a este.

11. ¿Es la televisión una herramienta positiva en el comportamiento de los y las adolescentes?

■ SI ■ NO

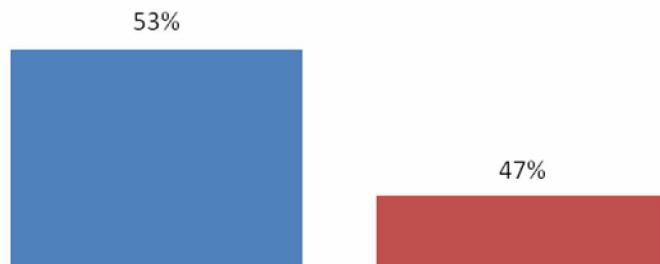


Lucrecia Torres. I. A. P. C.

En esta gráfica podemos observar que el 58% de las y los estudiantes consideran que la televisión es positiva en cuanto a su comportamiento, independientemente del programa de su preferencia.

12. ¿Considera que la televisión rompe la relación de comunicación entre padres e hijos?

■ SI ■ NO

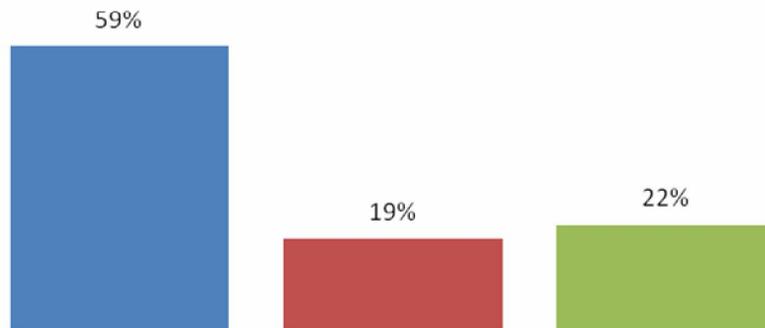


Lucrecia Torres. I. A. P. C.

En un 53% las y los estudiantes consideran que la televisión es positiva para su comportamiento, más no consideran que sea positiva para la comunicación que debe existir entre padres e hijos.

13. ¿Sus padres le orientan sobre cuales son los programas de televisión que puede ver de acuerdo a su edad?

■ SI ■ NO ■ A VECES

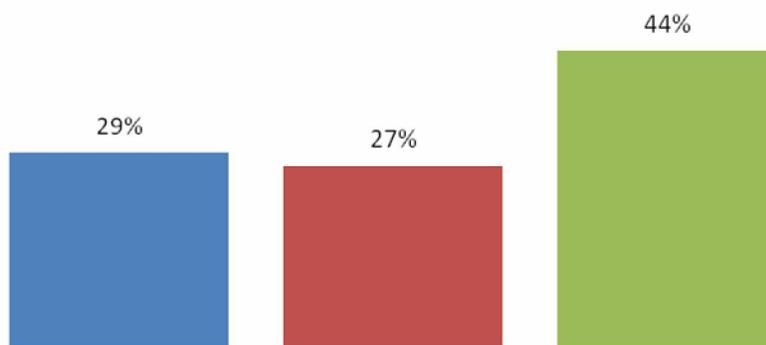


Lucrecia Torres. I. A. P. C.

Esta gráfica muestra que la mayoría de encuestados coincide que son orientados por sus padres en cuanto a la programación que pueden ver, dando paso a la ruptura en la relación entre ellos.

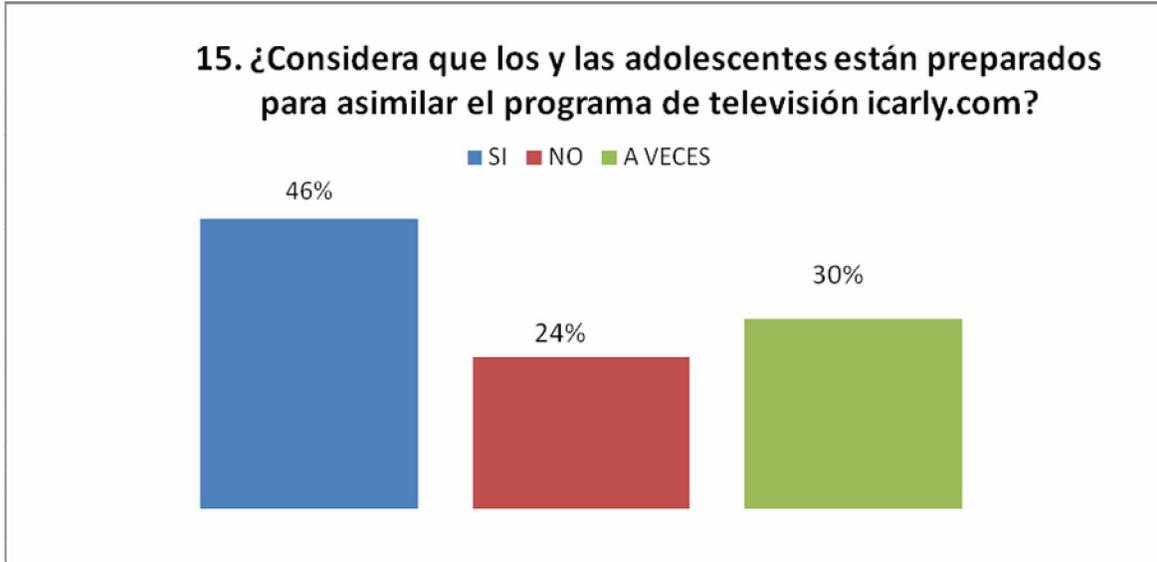
14. ¿Es la televisión un beneficio o un perjuicio para la formación de su comportamiento?

■ Beneficio ■ Perjuicio ■ ninguno



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

Las y los estudiantes encuestados consideran que la televisión no presenta para ellos ningún beneficio para su formación, dándose a denotar esto con un 44% en sus respuestas.



Lucrecia Torres. I. A. P. C.

Esta gráfica presenta la afirmación de las y los estudiantes en un 46% que si estan preparados para este tipo de programa juvenil, porque es la edad en que no les gusta que les corrijan o les den una opinión positiva.

CONCLUSIONES:

De acuerdo a la investigación del tema, Influencia del programa de televisión icarly.com en el comportamiento de las y los adolescentes, de nivel básico del instituto y academia Práctica Comercial, de la ciudad de Guatemala

- Se acepta el positivismo de la influencia del programa de televisión, respecto al comportamiento de los adolescentes de 13 a 15 años de nivel básico, según las respuestas otorgadas por los mismos.
- Los estudiantes de nivel básico que fueron objeto de estudio, aseguran que sí conocen el programa investigado y aceptan adoptar del mismo ciertos comportamientos.
- De acuerdo a nuestro análisis se llega a establecer que se rompe la comunicación padres e hijos, fomentando aislamiento y dependencia a la televisión.

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda a los adolescentes no perder la comunicación con sus padres, y no dar importancia a ciertos programas televisivos, aunque consideren que son importantes para su desarrollo juvenil.
- Se recomienda a los maestros dar una orientación positiva a sus alumnos, recordándoles que, la televisión si se sabe utilizar es una herramienta positiva para su aprendizaje.
- Se recomienda a los jóvenes ser positivos en su comportamiento, y no imitar las actitudes negativas que ven en la televisión.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

TESIS:

- 1- Aldana Salguero, Rosa Idalia. 2001. “Comportamiento y percepción del adolescente respecto a la televisión”. Tesis licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de ciencias de la Comunicación.
- 2- Alvarado Mendizábal, Jesús María. 1986. “Mensajes Informativos por televisión”. Tesis licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de ciencias de la Comunicación.
- 3- Calderón, Carmen y Silvia Díaz. 1991. “La programación de la televisión guatemalteca y su relación con el proceso de formación de la personalidad”. Tesis Licenciada en Psicología. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias Psicológicas.
- 4- García, Ingrid. 1995. “La influencia de los programas de televisión, y manifestación de los niños de 6 y 7 años”. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación.
- 5- Loarca, María Del Rosario. 1995. “Influencia de la televisión por cable en un sector de la zona 8 de Mixco, Ciudad San Cristóbal”. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación.
- 6- Martínez Aguilar, Irma Liset. 2002. “Análisis semiológico de los mensajes verbales e icónicos del programa de televisión Dragón Ball Z”. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación.
- 7- Morales Herrera, Corín Guísela. 2001. “Conductas del género femenino aprendidas por los adolescentes a través de la televisión”. Tesis Licenciada en Pedagogía. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de humanidades departamento de pedagogía.

TEXTOS:

- 8- Ballesta, Javier et al. 2003. “El consumo de medios en los jóvenes de secundaria”. Editorial CCS, Alcalá, 166/28028 MADRID.
- 9- Di Segni Obiols, Silvia. 2002. “Adultos en crisis. Jóvenes a la deriva”. 1ra. Edición. Buenos aires: centro de publicaciones educativas y material didáctico, 192 págs.
- 10- Dominick, R. Joseph. 2000. “La Dinámica de la Comunicación Masiva”. Sexta Edición. Impreso en México McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- 11- Everet, William. 1974. “Conflictos y formación del adolescente”. Editorial Central Buenos Aires. 1974
- 12- Krauskopf, Dina. 2000. “Adolescencia Y Educación”. 7ma. reimpresión, San José Costa Rica, Euned. editorial universidad Estatal A Distancia. Pags.252
- 13- Piga, Arturo. 1946. “Adolescencia y cultura”. Empresa editora zig-zag, s.a. Santiago de chile. 337 págs.
- 14- Villasmil, Jonathan. 1999. “Influencia de los programas de TV en niños y adolescentes” República de Venezuela, Instituto Universitario de profesionales gerenciales Editorial Caracas. Empresa editora Caracas.
- 15- Rodríguez Escámez, Adhámína. 2005. “Los efectos de la televisión en niños y adolescentes”. Grupo Editorial Comunicar, Huelva España.
- 16- White Delcompare, Zully et al. 1983. Monografía “Cambios psicológicos y adaptativos en el Adolescente”.

DICCIONARIOS:

17-Friedrich, Dorsch. 1981. "Diccionario de Psicología" Editorial Herder, S.A. Provenza 388, Barcelona España.

18-Diccionario enciclopédico. "Océano Uno Color", 2003. Editorial Oceano, Barcelona España.

E-GRAFIAS:

19-El Universo, Periódico. 2010. <http://www.eluniverso.com>, obtenido: 9-03-10 Guayaquil Ecuador.

20-Lucio, Cristina G. 2009 [http:// www.elmundo.es](http://www.elmundo.es) salud Obtenido: 09-03-10 MADRID.-

21-Muñoz García. F. "Niños, adolescentes y medios de comunicación". <http://www.svnp.es/Documen/comunica.htm> obtenido: 3-04-2010.

22-Principios básicos de la televisión como medio de comunicación. http://www.oei.es/tic/guia_tv_v9.pdf Obtenido: 15-03-10 Págs. 46

23-Romero, Milagros, "La televisión" <http://www.medialooks.com>, obt: 15-03-10.

24-<http://www.wikipedia.com>, diccionario virtual, obtenido: 02-05-10



ANEXOS





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TESIS-LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN 2010.

ENCUESTAS A ADOLESCENTES

Objetivo: Identificar la Influencia del programa de Televisión icarly.com, en el comportamiento de los y las Adolescentes de nivel medio.

INSTRUCCIONES: responda en el espacio en blanco según su opinión.

Sexo: Femenino____ M____ Edad: 13 A 15____ 16 ó mas____

1. ¿Tiene televisión en su casa? Si____ No____

2. ¿Cuántas horas ve televisión al día?

1-2____ 3-4____ 5 ó mas____

3. ¿En que horario ve televisión?

3 a 5____ 5 a 7____ 7 a 9____

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

Marque solo uno.

Ficción____

Educativo____

Documentales____

Noticias____

Programas juveniles____

Programas deportivos____

Programas musicales____

Otros____

5. ¿Conoce el programa juvenil de televisión icarly.com?

Si____ No____

6. ¿Considera que el programa de televisión icarly.com influye en su conducta?

Si____ No____ A veces____ Tal vez____

7. ¿Considera que el programa de televisión icarly.com es positivo en cuanto a su comportamiento?

Si_____ No_____ A veces_____

8. ¿Considera que el programa de televisión icarly.com, es importante para poder comunicarse con sus padres?

Si_____ No_____ A veces_____

9. ¿Cree que viendo icarly.com aprende nuevos conocimientos?

Si_____ No_____ A veces_____

10. ¿Considera que la programación que ve en televisión es digna de ser imitada por su persona?

Si_____ No_____ A veces_____

11. ¿Es la televisión una herramienta positiva en el comportamiento de los y las adolescentes?

Si_____ No_____

12. ¿Considera que la televisión rompe la relación de comunicación entre padres e hijos?

Si_____ No_____

13. ¿Sus padres le orientan sobre cuáles son los programas de televisión que puede ver de acuerdo a su edad?

Si_____ No_____ A veces_____

14. ¿Es la televisión un beneficio o un perjuicio para la formación de su comportamiento?

Beneficio_____ Perjuicio_____ Ninguno_____

15. ¿Considera que los y las adolescentes están preparados para asimilar este tipo de programa de televisión?

Si_____ No_____ A veces_____

