

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

Estudio de los efectos y teoría de la Sedentarización del dibujo animado
Yu-Gi-Oh en niños de 7 a 8 años, del Colegio Suger Montano.

Trabajo de tesis presentado por:

INGRID RIVERA GARCÍA

Previo a optar el título de
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesora de tesis:

M.A. Mónica García

Guatemala, julio de 2008

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

Director
Gustavo Bracamonte

ÍNDICE GENERAL

	Página
Introducción.....	i
Resumen.....	ii

CAPÍTULO 1

1. Marco Conceptual

1.1 Tema.....	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación.....	4
1.4 Planteamiento del problema.....	4
1.5 Alcances y Límites	5

CAPÍTULO 2

2. Marco Teórico

2.1 Comunicación.....	6
2.2 Estructura de la comunicación	6
2.3 Elementos	7
2.4 La televisión y el dibujo animado.....	8
2.4.1 La televisión	8
2.4.2 Lenguaje en Televisión.....	10
2.4.3 El poder de la televisión	11
2.5 El dibujo animado	13
2.5.1 Generalidades del dibujo animado Yu-gi-oh.....	14
2.5.2 Características de los dibujos animados	15
2.5.3 Formas de presentación.....	16
2.6. El niño y su desarrollo	17
2.6.1 El niño	17
2.6.2 Desarrollo del niño.....	17
2.6.3 El niño y la televisión	20
2.7 Conociendo los efectos de la televisión.....	22
2.7.1 Efectos de la televisión.....	23
2.7.2 Efectos en la órbita del comportamiento	23
2.7.3. Efectos en el campo del saber	24
2.7.4. Efectos en el campo de las opiniones y de actitudes	24

2.8 Teoría de la sedentarización.....	25
2.9. El funcionalismo y su método.....	26
2.9.1. Paul Lazarsfeld.....	28
2.9.2. Los líderes de opinión.....	29

CAPÍTULO 3

3. Marco Metodológico

3.1 Método o tipo de investigación.....	30
3.2 Objetivos.....	31
3.3 Objetivo General.....	31
3.4 Objetivos Específicos.....	31
3.5 Técnicas.....	32
3.6 Instrumentos.....	32
3.7 Población.....	32
3.8 Muestra.....	32

CAPÍTULO 4

4. Presentación de datos y análisis de resultados.....	33
Conclusiones.....	50
Recomendaciones.....	52
Referencias bibliográficas.....	53
Anexos.....	56

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Director

Gustavo Bracamonte

CONSEJO DIRECTIVO

REPRESENTANTE DOCENTE

Lic. Julio Moreno

REPRESENTANTE EGRESADO

Lic. Ramiro Macdonald Blanco

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Edgar Hernández
Estevens Mencos

SECRETARIO

Axel Santizo

TRIBUNAL EXAMINADOR

M.A. Mónica García (Presidenta)
M.A. Regina Miranda
Dr. Wangner Díaz
M.A. José María Torres
Lic. Hugo Alfredo Gálvez Mejía
Lic. Luis Alexander Melgar (suplente)

Introducción

Este trabajo de investigación, plantea en forma general, los pros y los contras en torno a efectos de la programación televisiva. Los resultados son producto de un análisis realizado con niños comprendidos entre las edades de 7 a 8 años; que asisten al colegio Suger Montano.

En la actualidad algunos padres de familia no tienen tiempo para supervisar el contenido de los programas televisivos que ven sus niños, delegan a ellos mismos, o en otras personas (empleados, hermanos mayores, etcétera) la responsabilidad de elegir la programación y el tiempo destinado a ver la misma.

La mayoría de padres optan porque sus hijos pasen más tiempo frente al televisor, antes de orientarlos por otras actividades más beneficiosas tales como: practicar algún deporte, leer los periódicos, obras narrativas, poesía, adentrarse en actividades artísticas o simplemente jugar con amigos o compañeros.

Los niños encienden el televisor de su casa especialmente para divertirse; ésta les produce placer porque se identifican con los personajes y héroes. Por supuesto, la televisión también tiene efectos nocivos, puede provocar una actitud pasiva, el niño solamente recibe una serie de datos e informaciones que pertenecen muchas veces a realidades extrañas, que tienden a enajenarlo y enajenarla ya que se trata de una actividad meramente receptiva, no supone ningún esfuerzo y anula la iniciativa del niño.

Sin embargo, realmente, saben los padres qué contenidos son los que ven sus hijos en la televisión, qué efectos tienen los programas en el comportamiento de los niños, cuánto tiempo pasan frente al televisor.

De las anteriores razones, nace la inquietud de realizar un Estudio de los Efectos y Teoría de la Sedentarización, que generan en el perceptor infantil, las series de dibujos animados. En esta investigación se estudió y analizó el dibujo animado denominado: **Yu Gi Oh**.

Para determinar los efectos que causan las series de dibujo animado en los niños, que fueron objeto de estudio, se recurrió a técnicas e instrumentos metodológicos tales como: la encuesta y la ficha de observación.

Si en alguna medida se puede contribuir con los datos de este aporte, para abrir el camino a nuevas investigaciones en torno a efectos de la programación infantil, se habrá cumplido con el cometido porqué, de acuerdo con los datos obtenidos en el estudio documental, dado que existen pocos trabajos serios en torno a la materia.

RESUMEN

TÍTULO:

Estudio de los efectos y teoría de la Sedentarización del dibujo animado Yu-Gi-Oh en niños de 7 a 8 años, del colegio Suger Montano

AUTORA:

Ingrid Rivera García

UNIVERSIDAD:

San Carlos de Guatemala

UNIDAD ACADÉMICA:

Escuela de Ciencias de la Comunicación

PROBLEMA INVESTIGADO:

La programación televisiva para niños tiene bastante aceptación, incluso, para otras edades, ya que la misma, se basa en las diferentes etapas del ser humano.

Los infantes que ven televisión pasan varias horas recostados, acostados o sentados frente a ese aparato mágico, que los entretiene, informa, orienta, pero también los aliena, al no permitirles realizar otras actividades recreativas como: deportes, lecturas, arte o el juego.

Para realizar el presente estudio se tomó como base el Método Funcionalista. El funcionalismo es una corriente metodológica, cuyas herramientas y teorías se puede aplicar, para analizar el contenido de la programación de la televisión como medio comunicación social y de otros medios afines.

En otro orden, la teoría del sociólogo Gerald Maletzke, fue otra herramienta útil que se manejo para analizar los datos. El mencionado autor expone tres efectos en el campo de la comunicación social. Dichos efectos de la televisión, explica Maletzke, pueden ser en la órbita del comportamiento, en el campo del saber, el campo de las opiniones y de actitudes.

El doctor en comunicación Wangner Díaz, expone sobre la teoría de la Sedentarización, definiéndola como una situación negativa, que reduce la capacidad de pensar. En los seres humanos. Las teorías de Maletzke y de Díaz, ayudaron a dar respuesta a la pregunta que se constituyó en el eje de la investigación que realizamos, la cual literalmente dice:

¿Qué efectos de la televisión y de la teoría de la Sedentarización, se producen en los niños y niñas, de 7 a 8 años, del colegio Suger Montano, que ven la serie de dibujo animado: Yu Gi Oh?

INSTRUMENTOS:

Cuestionario y ficha de observación. La observación que se efectuó fue de los siguientes tipos: general niños y niñas de 7 a 8 años, y participativa, es decir, vieron el dibujo animado y respondieron a la encuesta realizada.

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA INFORMACION:

Se obtuvo información bibliográfica, especialmente en las siguientes instituciones: Escuelas de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad de San Carlos de Guatemala. También se consultaron tesis y documentos en las bibliotecas de las Universidades Rafael Landívar y Francisco Marroquín.

Asimismo, se aplicaron cuestionarios, a 35 niños y niñas comprendidos entre las edades de 7 y 8 años; inscritos en los grados de primero y segundo primaria, del Colegio Suger Montano; situado en 6 Avenida 11-39, zona 10, ciudad de Guatemala.

CAPÍTULO 1

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1. Tema

Estudio de los efectos y teoría de la Sedentarización del dibujo animado Yu-Gi-Oh en niños de 7 a 8 años, del Colegio Suger Montano.

1.2 Antecedentes

Se realizó una exhaustiva búsqueda de información que pudiera ayudar a confeccionar el marco teórico de esta investigación, asimismo, información que pudiera considerarse antecedentes inmediatos de la presente. A continuación se presenta un breve análisis de las tesis, que tienen relación, aunque indirecta, con el tema central de la tesis, pero no por eso, carecen de utilidad. Fueron pocos los trabajos que se encontraron respecto a este tema y se podría decir que son los únicos antecedentes que hay respecto a los efectos y la teoría de la sedentarización del dibujo animado.

En el año 2005, Mirna Karina Teos Castillo, presentó su trabajo de tesis titulado: *Análisis de Contenido de los Programas hablados*. Los principales objetivos que perseguía la estudiante Teos Castillo, fue aplicar el análisis de contenido al programa de televisión *Laura en América*. Además, se perseguía conocer los efectos sociales de la comunicación que se observan en el programa antes mencionado y observar los aspectos positivos y negativos de ese programa. Las dos primeras conclusiones del estudio fueron:

- a) El contenido del programa de Laura en América es Light (ligero) e inhabilita la forma de pensar y de crear nuevas opiniones y acciones;

- b) El programa Laura en América promueve la violencia, la morbosidad y la obscenidad.

Carmen R. Estrada, en 1994, presentó su trabajo titulado: *Televisión y los niños de 5to. Grado primaria de la ciudad de Guatemala*. Los temas centrales de dicha tesis son: Comunicación y televisión, la televisión y los niños. Entre las principales conclusiones destacan: La mayoría de los niños de este estudio ven televisión por espacio de una hora.

Los niños que dedican más tiempo a ver televisión tienen un rendimiento escolar más bajo que los que ven pocas horas. La Televisión masifica y estereotipa a los niños.

La televisión sólo reafirma modelos de conducta que ya han sido observados en el contexto personal de cada niño.

En el 2008, se publicó la tesis del autor Nestor Raciél Mazariegos, cuyo título es: *Análisis de contenido de Spots*. Los objetivos fueron: Establecer los elementos de contenido utilizados en la producción de anuncios radiales y la influencia que ejerce la doctrina cristiana en el receptor.

Entre las conclusiones a las que arribó el autor Mazarigios en su tesis, se pueden mencionar:

Los anuncios analizados utilizan técnicas persuasivas para ganar nuevos adeptos. Entre los principales elementos de contenido que utilizan los anuncios analizados son: la voz, efectos sonoros, efectos musicales.

Se han realizado estudios más formales acerca de la televisión y los efectos positivos o negativos que ésta produce en el ser humano. Sociólogos, psicólogos y comunicadores han expuesto diversas opiniones a cerca del tema.

Al referirse al mundo infantil, el pensador Schramm expone: *“La televisión es probablemente la más importante fuente de experiencia humana en las vidas de los niños y juntamente con el hogar y la escuela ha llegado a desempeñar un papel preponderante en su socialización.”* (1969:15)

Es importante mencionar que los efectos no duran por tiempo indefinido; el licenciado en Psicología Alex Melgar, en una entrevista realizada por la autora de la presente investigación, manifiesta: *“Es tan sólo el tiempo que está de moda determinado programa. Pero al hablar del sedentarismo al que están expuestos los niños a pasar varias horas puede afectarles físicamente y emocionalmente. No hacen otras actividades: deporte, pintar, leer y jugar”.* (Fragmento de entrevista 2007).

El Dr. Wagner Díaz (1996:38), es el autor intelectual de la teoría de la sedentarización; acuñó el término para referirse al reglamento de las actividades de ocio tales como: leer, hacer deporte o pasatiempos. La licenciada en Comunicación Social Rosa Idalia Salguero, también experimentó dicha teoría con un grupo de adolescentes. Salguero en su estudio determinó que los adolescentes invierten tres horas de lunes a viernes y cinco horas los fines de semana para ver televisión. También indica la autora citada: *“La modificación del comportamiento del adolescente respecto a la televisión se evidencia en el desplazamiento de escuchar música y hacer deporte”.* (2001:61)

Gerhard Maletzke (1976:190) explica: *“que los niños que se dedican intensamente a los mensajes de estos medios se hunden frecuentemente de un modo tal en la acción observada, que ya no reparan ni atienden a sus alrededores”.*

1.3 Justificación

El niño ve más horas televisión conforme aumenta su edad. Como se ha evidenciado anteriormente, investigadores se han preocupado por analizar diferentes propuestas de dibujos animados: Dragón Ball Z, los Simpson y otras programaciones de este medio de comunicación que emiten mensajes que producen efectos en los niños y un cambio de comportamiento durante el tiempo que está de moda el dibujo animado.

Por lo anterior, la autora de esta tesis, se ha preocupado por hacer un estudio de los efectos y teoría de la Sedentarización del dibujo animado *Yu Gi Oh*.

A causa del tiempo que los niños le dedican importante parte de su tiempo a ciertos programas, se tiene como consecuencia la falta de recreación como: deporte, leer, arte y jugar.

1.4 Planteamiento del problema

¿Qué efectos de la televisión y de la teoría de la sedentarización, produce en los niños y niñas de 7 a 8 años, del Colegio Suger Montano, el dibujo animado Yu – Gi – Oh.?

A través de esta investigación se determina qué efectos produce el dibujo animado Yu – Gi - Oh en los niños, se tomó como base modificaciones del comportamiento detalladas a continuación que expone Maletzke (1976:269)

- 1) En el comportamiento
- 2) En el saber
- 3) En las opiniones y actitudes
- 4) En la órbita emocional
- 5) En las esferas profundas de lo psíquico

Asimismo, establece las actitudes adquiridas y reflejadas por el hecho de ver el dibujo animado como el tiempo que pasan sentados frente al televisor. Por lo anterior, surge esta interrogante, a la cual se le dará respuesta en el desarrollo de esta investigación.

¿Qué efectos de la televisión y de la teoría de la Sedentarización, se producen en los niños y niñas, de 7 a 8 años, del colegio Suger Montano, que ven la serie de dibujo animado: Yu Gi Oh?

1.5. Alcances y límites

Para cumplir con los objetivos de este estudio se toma un capítulo del dibujo animado Yu – Gi - Oh para determinar los efectos y el sedentarismo que se manifiestan en los niños al ver el dibujo animado durante el tiempo que se transmite.

Para que se cumplan los objetivos de esta investigación, se desarrollará el trabajo de campo en el Colegio Suger Montano, la muestra de la población a los niños de 7 y 8 años que cursan primero y segundo grado de educación primaria.

CAPÍTULO 2

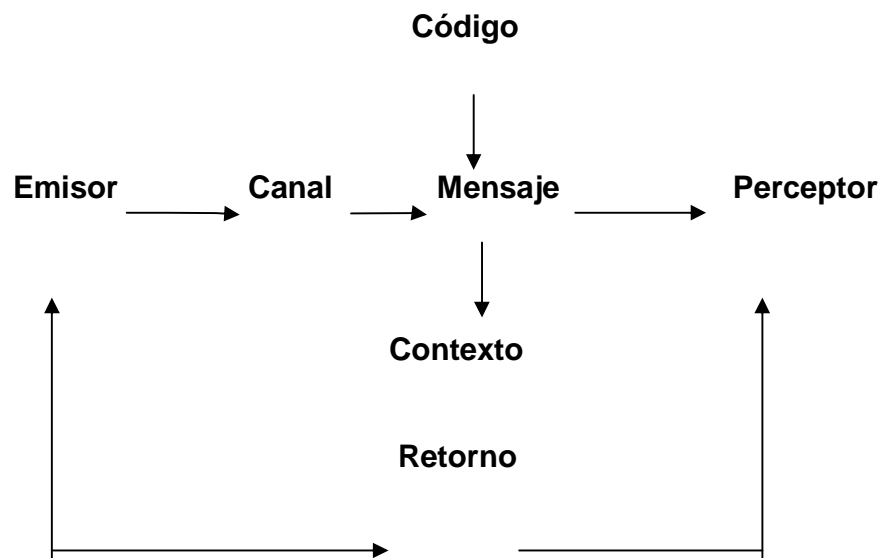
2. MARCO TEÓRICO

El Proceso Comunicativo

2.1. Comunicación

Desde los inicios y en la actualidad el hombre, por medio de los sistemas de comunicación intercambia con otras personas ideas, palabras, gestos, creencias, sentimientos, etcétera.

2.2 Estructura de la comunicación



2.3. Elementos

Emisor

Es quien trasmite información al perceptor o varios perceptores, en este caso el emisor es el dibujo animado Yu- gi- oh.

Perceptor

Es quien recibe el mensaje, lo decodifica y lo analiza, por ejemplo, en el dibujo animado Yu-gi-oh, quienes cumplen el papel de perceptores son los niños y las niñas, (activos)

Mensaje

El licenciado en comunicación Carlos Interiano (1,995:35), expresa: el mensaje es elemento objetivo del proceso lo que el emisor estructura y llega a los sentidos del perceptor, el cual solo se produce si responde a un determinado código.

Canal

El canal es la herramienta que utiliza el emisor para transmitir los mensajes. En esta investigación el canal es la televisión.

Código

Es la forma de comunicar por ejemplo, el idioma en la caricatura es el castellano, asimismo, las señales para invocar a los monstruos.

Contexto

El contexto es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado período histórico.

Un mensaje con marcada referencialidad, sería aquel que tome en cuenta suficientes elementos para ubicar al destinatario o perceptor de la información, en un sitio o contexto determinado; en un ambiente, en el cual el perceptor se sienta plenamente ubicado e identificado, mientras que un mensaje que contenga baja referencialidad será más difícil la decodificación dado a la polisemia y ambigüedades que pueda generar en la mente del perceptor.

Por lo mismo, el contexto de la serie analizada en esta investigación, es agradable y con alta referencialidad, el perceptor se siente atraído y le encuentra sentido y significación para su mundo, en este caso, el mundo infantil.

2.4. La televisión y el dibujo animado

2.4.1. La Televisión

En la actualidad varias personas viven inmersas en el mundo de la televisión. La televisión, es uno de los inventos del siglo XIX. Es la conquista más moderna de la tecnología, y constituye dentro del campo de los medios de comunicación electrónica, igual que la invención de la imprenta y los tipos móviles fueron para la prensa impresa. Todos estos medios constituyen instrumentos muy útiles para la consecución del desarrollo y por ende, del avance científico.

Etimológicamente, la palabra televisión proviene del prefijo **griego** “Tele” que significa lejos, y del **latín** Videre, que quiere decir ver, en efecto, con este aparato se busca ver de lejos lo que ocurre a gran distancia, pero no sólo se ve, sino además se oye. Por eso los técnicos hablan de video y audio, términos que traducidos de latín, expresan una expresión lingüística compuesta **veo y oigo**. Significa que el perceptor frente al televisor de su casa, debe tener ojo y oído, bien claros, para manejar el metalenguaje que se utiliza en la televisión, prestado algunas veces de la música, de la estilística, de la lingüística, etcétera.

Al contrario de lo que algunos creen, el origen de la televisión se remonta al siglo XIX, al parecer en 1848, antes de la invención del teléfono. Este invento opera a partir del principio de la luz ilumina, convirtiéndose nuevamente en luz para producir una imagen.

En Guatemala, según datos obtenidos en el trabajo bibliográfico-documental, particularmente del autor Aldana (1990:20), se observa que el Canal 8, fue el primero que funcionó en la sociedad guatemalteca, sin embargo, la realidad en esa dirección, es que el trabajo experimental data de varios años atrás; se sabe que ya en 1953, se hablaba de la posibilidad de instalar en este país una estación de televisión.

Posteriormente, llegaron los demás canales entre ellos: canal 3, el 15 de mayo de 1956, canal 7, el 15 de diciembre de 1964, canal 11, inició sus operaciones oficialmente el 26 de octubre de 1966, canal 13 el 20 de septiembre de 1978, canal 5, el 1 de agosto de 1979, canal 21, el 27 de mayo de 1984, canales 4 y 10, considerados de muy baja potencia y que además, en la práctica, han sido absorbidos por la televisión mexicana, explica Aldana (1990:30).

2.4.2 Lenguaje en Televisión

La televisión es un código que abarca elementos orales y visuales, formando así un sistema de comunicación complejo y asociado. En tal virtud, los estudiosos del lenguaje han denominado lenguaje audiovisual a esa asociación de sonidos e imágenes que caracterizan a dicho medio.

El lenguaje audiovisual, a comparación del oral y escrito, necesita de atención total del ser humano. En la televisión se observan imágenes, sonidos, los cuales no se vuelven a ver igual que las palabras, se pierden el sentido si no se presta atención en ambas.

El lenguaje como sistema de signos que hace posible la comunicación entre los seres humanos, desempeña un papel decisivo en todas las etapas de la vida de éste, a juicio del autor Román Andel *“El lenguaje es un alimento del espíritu, decisivo en la niñez”* (2001:14). El niño de 5, 6 ó 7 años, según los psicólogos y especialistas en la materia, empieza a emplear el lenguaje y de esa manera a organizar su pensamiento. Si se le pide, por ejemplo, que piense un momento y recuerde las escenas de una serie de dibujos, juegos o de números, repetirá verbalmente, tomando en cuenta las imágenes que su cerebro captó y almacenó en el momento de ver el programa.

Para ejemplificar, los niños utilizan o imitan el lenguaje del dibujo para expresarse con palabras, como: yo invoco al monstruo mago oscuro, tengo más puntos, te envío al cementerio hasta que te salves.

El lenguaje es positivo cuando cumple la función de educar, sin embargo está influyendo en la conducta de los niños, en la familia y en las relaciones interpersonales en la escuela.

Ejemplo de lo anterior, es el caso de la masacre ocurrida en la escuela Columbine, en Colorado, Estados Unidos, en este hecho dos adolescentes se presentaron armados y con una gran pericia en el manejo de armas, mataron e hirieron a muchos de sus compañeros, según la página de internet www.publicasonline.com.

Así, quienes indagaron en la vida de estos jóvenes “descubrieron” que veían mucha televisión, escuchaban determinada música y tenían una gran habilidad en video juegos cuya trama era violenta. Todo código de comunicación lleva implícito ventajas y desventajas y la televisión no está exenta de esa regla.

Las personas tele-adictas desarrollan (sobre todo si son jóvenes o niños) un tipo de inteligencia inductiva, en contraposición a la deductiva y analítica logran percibir la realidad en forma más sintética. Adquiere más rapidez la actividad sensorial, sobre todo la visual y la auditiva. Se enriquece la capacidad de placer estético, así como la emotividad, lo cual es posible por qué en el medio televisivo a todo código de representación le corresponde un código de referencialidad del objeto o los objetos.

2.4.3 El poder de la televisión

La televisión ejerce un poder en el perceptor. El escritor Rodas, al respecto indica *“El poder que ejercen los mensajes de la programación de la televisión es casi hipnótico, anestesia las emociones positivas y reduce la capacidad de raciocinio”* (2001:12). Rodas, se refiere a los mensajes e imágenes que se transmiten por medio de ese sistema, cambian en algunas ocasiones la conducta, hábitos, formas de pensar de las personas.

Pero está en el perceptor elegir el tipo de programación que desea ver, en el caso de los niños los padres de familia pueden supervisar o clasificar el contenido que miran en la televisión.

En referencia al párrafo anterior los licenciados Camarena Luhrs y Andrés Valdez (Entrevista 2006) explican: *“para apreciar mejor los efectos de la televisión se considera que la propia capacidad del espectador, puede rechazar, los contenidos de los mensajes que recibe pero también esta a su alcance reestructurarlos y adaptarlos a su particular encuadre de la vida, y finalmente puede asumir los mensajes sin cuestionamiento desde una actitud pasiva, frente a la cual la televisión ha demostrado efectos hipnóticos, paralizantes del espectador.”*

La tendencia a adquirir información sobre acciones en general es más importante para establecer programas de entretenimiento. *“Las ventajas de utilizar películas para enseñar procesos biológicos o físicos pueden aplicarse en la televisión a los filmes documentales o instructivos. La habilidad para enseñar capacidades útiles en la enseñanza de oficios, laborales de artesanía o deportes”.* P. Marks Greenfield (1985:54)

Las funciones de la televisión son diversas, entre ellas encontramos: relajación, información, socialización, y evasión de la vida cotidiana. *“La función social se refiere a las experiencias sociales que tienen los niños, cuando ven en común un programa. Surge entonces materia de conversación, se intercambian ideas, se entiende que otra persona trate de imitar a un héroe de la televisión y, a pesar de su distinta procedencia social, hay algo que une a los niños”.* Rita Kohnstamm (1,991:151)

Por ejemplo, en el dibujo animado Yu-Gi-Oh, el niño y la niña, tienden a imitar a su personaje favorito, ello también se puede observar en el diario vivir; el niño trata de imitar al papá, en los gestos, la forma de expresarse, en la forma que camina y de igual modo la niña.

2.5 El dibujo animado

La caricatura surge en 1877, otros opinan que en 1895, simultáneamente con el cine. Aunque años atrás ya existía la pintura a través de murales, óleos y acuarelas dejando marca en la historia. En revistas y periódicos las historietas se hicieron populares y el dibujo era blanco y negro la mayor parte contenía temas políticos.

Emile Reynaud, creó el Praxinoscopio (aparato que consiste en adaptar una serie de trucos para crear en la retina humana diversas sensaciones) y así consiguió proyectar dibujos animados. El cine hizo un gran aporte dándoles vida a los personajes en la pantalla grande. Con la llegada de la televisión éstas alcanzaron éxito en la mayor parte de los continentes.

El dibujo animado tiene diversas formas estéticas de representarse, ya sea audiovisuales o visuales. *“Es necesario conocer su historia, el inicio como dibujo animado fue en Estados Unidos de Norte América en 1935 con la Compañía New Fun Comic y 1937 en Detective Comic. Mucho antes de que se inventara la televisión, los personajes o superhéroes libraban grandes batallas en folletines, episodios cinematográficos o en la radio”*. María Claudia Díaz Méndez (1998:7)

En la actualidad el cine y la televisión presentan dibujos animados en su programación, disfrutando de ellas adultos y niños. En Guatemala como parte del lenguaje cotidiano se le da también a los dibujos animados el nombre de caricaturas, pero éstos se diferencian de los otros géneros de dibujos en que son una sucesión de dibujos filmados en acetatos, cintas magnéticas y otros medios, logrando con ello movimiento al cual se le agrega una voz que da como resultado vida o animación tanto a los personajes como a su contorno, desarrollando de esta forma un programa narrativo.

2.5.1. Generalidades del dibujo Yu-Gi-Oh

Evolución de los dibujos animados

La historieta comenzó a desarrollarse en el periódico con mensajes políticos, al tener éxito internacional, nace la idea de trasladarla al cine dándole movimiento a los dibujos.

Con el tiempo, el cine fue desarrollándose y perfeccionándose, ya desde sus comienzos muchas de las historias se contaban divididas en capítulos obligando a los espectadores a concurrir semana tras semana al cine para no perder el hilo de la historia.

Según, datos obtenidos en la página de Internet, www.caricaturasjaponesas.com, cuando apareció la televisión, muchos de los géneros que se desarrollaron específicamente en la pantalla chica, como las telenovelas, recurrieron a estas mismas divisiones en capítulos, manteniendo en vilo a los televidentes por meses e incluso años.

Las novedades tecnológicas, especialmente las computadoras han marcado un antes y un después en la realización de este género, finaliza la mencionada página de Internet.

El contexto cultural y el avance tecnológico de Japón dieron un nuevo impulso a estos dibujos animados. Japón fue el primer país en hacer extensivo el uso de los robots industriales. Su población tiene una actitud muy positiva respecto de la tecnología a la que consideran símbolo de progreso y prosperidad.

El animé y los mangas (historietas) transmiten esta misma confianza en sus historias.

2.5.2. Características de los dibujos animados

Los dibujos animados son una forma de entretenimiento para niños y niñas, jóvenes y adultos, estas pueden ser divertidas, de acción y educación, poseen características entre ellas tres de las importantes:

- ✓ Debe pertenecer a una persona animal u objeto real, ya que la caricatura es una deformación y exageración de la realidad.
- ✓ Debe tener la apariencia, humor y características de la persona que se este retratando, porque es allí en donde se centra el humor del dibujo y las personas que reconozcan al retratado se reirán por ver sus características exageradas.
- ✓ El caricaturista debe reflejar las actitudes, gustos y apariencia real del retratado sin agregar rasgos del caricaturista.

El universo se divide en dos zonas distintas: En aquella que todo está relacionado con todo y en la que todo es posible, zona de la proyección del yo, de los simbolismos, de lo imaginario, del cuento; y las zonas de los elementos de lo real, de lo verdadero, en la que todo no es posible y para realizar algo en ella hay que tener en cuenta las propiedades de los objetos. Bascón J.R. (1978:38)

En relación con el dibujo animado Yu Gi Oh, se puede decir que los niños están conscientes de la realidad, pero que también utilizan la imaginación para imitar el personaje favorito a la hora de jugar. Muestran las características de líder por ejemplo: si tiene poder, como diversión y las expresiones para entretenerse.

2.5.3 Formas de presentación

Los primeros ejemplos de dibujos animados, que se encuentran corresponden a los del antiguo Egipto, en ellos se pueden observar representaciones caricaturescas a través de graffiti tales como: Asnos, leones, cocodrilos, monos, serpientes, etcétera.

En el renacimiento fue la época donde floreció el Arte Medieval, la evolución del dibujo durante este período viene marcada por la tradición de la imprenta, que supuso alcanzar los logros fundamentales para este género y otra forma de ser presentada, asimismo se hizo más popular, según, datos obtenidos en la página de Internet www.icaro.com

En el siglo XIX viene determinada por la invención de la litografía 1,796 por sus creadores Alloys Senefelder. La litografía supone un giro importante, ya que hasta entonces, el artista dejaba sus dibujos en manos del grabador las reproducciones; ahora el artista trabaja directamente sobre el soporte controlando por este motivo hasta el último momento todo el proceso de reproducción.

Posteriormente el dibujo se presentó en el cine y se hizo más popular con la llegada de la televisión. Así termina una parte de las formas en que se ha presentado el dibujo animado a través del tiempo.

Actualmente, con la computadora se materializa el principio de la animación: los programas contienen herramientas con las cuales se dibuja el movimiento mediante la definición de trayectoria, velocidades y aceleraciones, datos que el lector puede ampliar en la página de Internet www.caricaturajaponesas.com

2.6. El niño y su desarrollo

2.6.1 El niño

La niñez es la primera etapa que vive el ser humano; durante este desarrollo, existen cambios en características, físicas, psicológicas y sociales. Según el doctor Guillermo Firman, “Su personalidad se encuentra en proceso de construcción” (Entrevista 2006). En ese mismo orden, el psicólogo Frank del Rosal, señala: *“La niñez constituye una etapa muy frágil que debe tratarse con esmero, el ser humano capta en esa etapa de su existencia una serie de estímulos, informaciones y emociones que serán decisivas en su futuro proceder”.* (1999.91)

2.6.2. Desarrollo del niño

Antes de nacer inicia, según los psicólogos, el desarrollo del ser humano, continúa en la niñez y en la adolescencia. El ser humano es especial, el desarrollo físico puede concluir en una etapa específica, pero el espiritual e intelectual no se detiene.

En la etapa de niño, el ser humano aprende a hablar, a relacionarse con los demás, se forma el carácter. Piaget, opina: “1) *Se cree que son varios los factores que influyen en el crecimiento del niño a través de las etapas sucesivas del desarrollo intelectual entre ellos figuran: El ejercicio y la actividad con objetos.*2) *El descubrimiento de los aspectos sobre salientes de la experiencia.*3) *Las experiencias lógico-matemáticas” (1986:30)*

Helen Bee (1977:283) explica que otro período del desarrollo humano, que también merece atención y cuidados, es el comprendido entre los siete y los doce años, porque es una etapa de consolidación de valores y de la personalidad. Entre tanto, el pensador Freud lo llama el período de latencia porque la sexualidad parece estar sumergida o reprimida. Piaget denomina este período, el de las operaciones concretas acentuando los cambios graduales que tienen lugar en su personalidad. Sin embargo, estas exposiciones de los nuevos entendimientos importantes que el niño realizó a los seis o siete años, tendrán repercusiones en su vida de adulto.

En este período, al que nos hemos venido refiriendo, las habilidades de clasificación se vuelven más complejas y el niño es capaz de captar la clasificación múltiple (el hecho de que un objeto dado pueda pertenecer a más de una categoría a la vez, por ejemplo, que un gorrión pertenezca a la categoría de pájaro y también a la categoría animal). El razonamiento inductivo es también más eficiente pero es poco lo fundamentalmente nuevo que se agrega.

El desarrollo físico también está en una especie de altiplanicie. El niño continúa creciendo pero el ritmo de crecimiento de los siete a los doce años es mucho más lento que en los años anteriores o posteriores. Las relaciones con los compañeros continúan centradas en grupos de un solo sexo y hay poco cambio en todo ese período. Las capacidades preceptuales no evolucionan en una forma considerable.

Agrega Helen Bee que en la única área donde parece haber algún cambio es en el desarrollo moral. Otra investigación que se consultó es la del autor Kohlberg; él indica que durante este período se llega al primer nivel (las etapas 1 y 2) del desarrollo moral y que la transición al segundo nivel ocurre, al menos en algunos niños hacia el final de este período. Kohlberg también subrayó el hecho de que las etapas del desarrollo moral, a pesar de estar estrechamente ligadas al desarrollo cognoscitivo están menos relacionadas con la edad como lo están las etapas del desarrollo cognoscitivo.

No debe sorprender el hecho que existan períodos largos de tranquilidad, jovialidad y aventura. En efecto, todo el progreso del desarrollo parece estar conformado por una serie de períodos críticos, seguidos por períodos lentos cuando el niño parece descansar, recuperar y solidificar ganancias.

Al mayor cambio que ocurre a los dos años, le siguen tres años de consolidación y a los cambios importantes de los cinco a los siete le siguen tal vez, cinco; estos períodos no están vacíos pues existen cambios pero a un ritmo más gradual

Jean Piaget, al respecto de las etapas de la vida del ser humano indica: *“De los siete a los doce años se constituye en los niños juegos reglamentarios, caracterizados por ciertas obligaciones comunes que son las propias del juego”*. (1986: 35).

Al respecto del dibujo Yu Gi Oh, que fue objeto de análisis, se puede decir que sus propios códigos y sus reglas de combinación son análogas a un juego de cartas, al comparar lo indicado por Jean Piaget, el niño se identifica con el dibujo animado, por los colores, las ganancias que le promete en el puntaje de cada carta, al ajustarse o cumplir con el reglamento.

La serie reúne una configuración especial, las posibilidades combinatorias, la interrelación de formas, las figuras, es decir que tiene una sintaxis icónica espacial, en otras palabras, que tiene una serie de impactos visuales que atraen la atención de niños, niñas y también de los mayores.

2.6.3 El niño y la televisión

El niño es un usuario precoz, que ve más horas televisión conforme aumenta su edad y por lo tanto, se expone a ser afectado por la programación que ve. Él mira la televisión según la edad, el sexo y su capacidad intelectual. De acuerdo a la clase social, los niños de clase obrera ven más programas de entretenimiento y relacionados con la fantasía.

El nivel intelectual, en los niños que es más elevado, ven menos la televisión y son más selectivos que los de nivel bajo. Cabe destacar que la familia es también un factor determinante para la selección de los gustos televisivos infantiles, por ser una institución social reforzadora de valores y modelos de comportamiento.

Los niños encienden el televisor para divertirse, la fantasía les produce placer porque se identifican con los personajes y héroes. Los fines didácticos se incluyen en los programas de diferentes tipos y están encubiertos para evitar el rechazo del niño.

Los niños y niñas son generalmente, según Klapper Joseph (1,974:230), críticos legos, observadores sociales y ocasionalmente científicos sociales; han afirmado, durante más de una década, que ver cine, oír la radio y especialmente, ver la televisión, son ocupaciones pasivas que pueden anular el sentido crítico y las facultades creadoras del público.

La comprensión de los mensajes aumenta con la edad, van aprendiendo a ver televisión cuanto más la ven.

La publicidad puede ser nociva para los niños porque les manipula, las imágenes y la forma de presentar los productos les hace desearlos pero ellos no saben que están intentando vender y los niños exigen a sus padres que se los compren.

Helen Bee (1977:219) expone: *“Qué efecto, si lo hay, produce esta avalancha de violencia en el niño, es posible que el niño sea agresivo, que golpee a su hermanito debido a esta exposición de violencia en la T.V. o el niño distingue la diferencia entre el contenido de lo fantástico de la T.V. y los encuentros en la vida real en su casa, con otras personas, en el juego o en la escuela”.*

En una investigación de muy amplio alcance relativa a la televisión en la vida de los niños, Himmelweit, Oppenheim y Vince encontraron que los *“aficionados a la televisión (definidos como aquel tercio de niños que pasa la mayor parte de tiempo ante la pantalla televisora) se desvían en varias direcciones de los niños “normales”, en su inteligencia se hallan por debajo del promedio, evidencian dificultades emocionales tales como miedo e inseguridad, tienen menos contacto con amigos y ejercen menos actividades que requieren una intervención activa propia, Maletzke (1976:189).*

La televisión, por su parte, al causar mayor impacto en el público, *“acentúa aún más sus efectos en uno y otro sentido, en especial cuando constituye un monopolio y más todavía, si su titular es el propio Estado ya que su pequeña pantalla constituye el medio más nocivo para ciertos sectores del público, especialmente para los niños y personas de escasa formación. De la Mota” (1988:245)*

En relación a lo anterior, la televisión hace que los niños no disfruten de otras actividades, como: deporte, leer, arte y jugar; aunque el nintendo es un juego, hace que el infante siga en actividad pasiva.

2.7 Conociendo los efectos de la televisión

Efectos

Todos los procesos de comportamiento y de vivencia susceptibles de ser observados en el hombre y que se derivan de las circunstancias que los perceptores en el campo de la comunicación social, se pueden ver afectados o favorecidos por determinados efectos endógenos o exógenos. Cabe insistir, que el sistema televisivo envía una serie de mensajes de contenido a un público heterogéneo, a través de una forma de comunicación unidireccional, utilizando códigos diversos tales como: auditivos y visuales, que llevan estímulos a los sentidos y pueden ejercer su influencia de diversas maneras sobre los individuos y los grupos sociales.

En sociedades como la guatemalteca, en vías de desarrollo y con tendencia capitalista, los mensajes de los medios de comunicación masiva ejercen efectos esencialmente negativos, colocando a unos y otros dentro del juego de la ley del más fuerte, como dice Mattelart: *“Es la ley de la competencia o de la jungla”* (1974:46)

2.7.1. Efectos de la televisión

Cómo puede distribuirse entre sí los efectos de la comunicación social son positivos o negativos. ¿De qué forma pueden distribuirse entre sí los efectos de la Comunicación Social? El escaso el número de tentativas de responder a esta interrogante es escaso. Si se habla por cierto, ocasionalmente, de efectos generales y especiales o de efectos de corta y de larga duración; de efectos relativos al tiempo de ocio, y por otra de influencias que resultan del mensaje mismo; más aparentemente, existe poca inclinación de provocar sistemática y teóricamente la interrogante relativa a las clases de efectos, Maletzke (1976:189)

En este estudio se explican tres clases de efectos. Los cuales corresponden a la taxonomía que propone Maletzke: Efectos en la órbita del comportamiento, en la órbita en el campo del saber y de opiniones y actitudes.

2.7.2 Efectos de la órbita del comportamiento

La Comunicación Social influye en el comportamiento del hombre de dos formas: por una parte, el hombre tan pronto se vuelve perceptor de la Comunicación Social, se dirige hacia el mensaje; para esta orientación, requiere de una cierta cantidad de tiempo que modifica la estructura de sus horas de ocio, por medio del mensaje y por su contenido, pueden activarse en el perceptor determinados modos de comportamiento.

Todo lo que muestra la televisión y los medios de comunicación es una forma de entretenimiento, pero a la vez como mensaje oculto, venden su publicidad utilizando a los niños como objeto, por medio del dibujo animado sacan a súper héroes que son utilizados como íconos para vender sus productos.

2.7.3. Efectos en el campo del saber

Las investigaciones sobre los efectos se afanan primeramente en descubrir los factores y momentos que participan en el proceso de la percepción y retención del saber, como por ejemplo: la dependencia que guarda este proceso con el contenido y la configuración de los mensajes con el respectivo medio, las características personales, sociales y de situación del propio perceptor, con su edad, sexo, inteligencia, erudición etc.

No hay duda que los hombres enriquecen su saber por medio de la Comunicación Social en donde recogen informaciones, hechos, fechas e interpretaciones en una palabra, que “aprenden”, Maletzke (1976:277)

2.7.4. Efectos en el campo de las opiniones y de actitudes

El tema de los efectos en el campo de las opiniones también ha sido tema que ha generado crítica y polémica en las distintas esferas de la sociedad.

La actitud *“es la predisposición de un individuo para evaluar algún símbolo o aspecto de su mundo de una manera favorable o desfavorable”* y la opinión *“es la expresión verbal de una actitud; más las actitudes pueden ser expresadas por una conducta no verbalizada”* Maletzke (1976:31).

Entre actitud y opinión existe un nexo recíproco que se distingue gradualmente por la intensidad de la toma de posición. Explica el licenciado en Psicología Alex Melgar (16 de junio de 2006) *“En la programación televisiva el destinatario joven se inclina siempre por el triunfador o vencedor. El triunfo alcanzado no se obtiene por méritos y por medios racionales, más bien, con violencia, engaño, mentiras etcétera.”* Es importante aclarar que también, se pueden reforzar por el medio televisivo los valores positivos entre ellos la solidaridad, el amor, la paz, la comprensión, entre otros.

2.8. Teoría de la Sedentarización

A través de la historia han surgido varias teorías respecto a la comunicación, éstas han sido un material muy valioso para poder comprender el alcance y poder de los programas de los medios de comunicación de masas. La licenciada Rosa Aldana, por ejemplo, en su trabajo de tesis, aplica la teoría de la sedentarización, propuesta por el doctor en comunicación Wagner Díaz, “El autor concibe al sedentarismo de dos formas: La primera, que la “televisión vía satélite por cable”, al desplazar a la televisión local “vía microondas”, induce a los cable-videntes a aumentar significativamente la sintonía a la pantalla de televisión.

La segunda, manera que se manifiesta la sedentarización es que se da un relegamiento de las actividades de ocio tales como: leer, hacer deporte y otras, este tiempo es ocupado en ver televisión. Se relaciona el efecto sedentarizante con un efecto sedantizante, porque reduce la participación del telespectador en acciones organizadas. Díaz (1996:30).

Es decir, que el sujeto sedentario reduce sus tareas cotidianas y pasa más tiempo frente al televisor, sentado o acostado televisor, y el efecto sedentarizante funciona como un calmante para el destinatario y en conjunto disminuyen la interrelación con los demás, aunque vean un programa al mismo tiempo y en el mismo espacio como la sala, el comedor, el dormitorio. Hay programas que anestesian las energías positivas y paulatinamente van formando seres individualistas, vanidosos, indolentes, intolerantes, racistas o machistas.

La teoría sedentaria se aplica a otros medios de comunicación como la radio y la prensa escrita pero en menor grado, la programación radial permite realizar otras actividades mientras se escucha, como conducir el automóvil, oficios domésticos en el caso de los adolescentes, hacer sus tareas y bailar “escuchando música” etcétera.

El medio impreso requiere de mayor esfuerzo y menor tiempo puesto que el grado de concentración que exige la lectura es mucho mayor que el hecho de ver televisión. De los medios mencionados, como se puede ver el que más tiende a producir el efecto sedentarizante es la televisión.

Los juegos y las diversiones le permiten al hombre descansar de las vicisitudes de la vida diaria. Este factor se aplica en especial a formas de diversión sedentaria, como asistir a juegos, ver televisión. Etcétera. *“En este caso el juego hace posible que el hombre descanse la mente y el cuerpo sin tener que recurrir al sueño Bischof, Ledford S. (1983:80).*

El ser humano, en su tiempo de ocio, pasa muchas horas viendo televisión deportes, solo como televidente y no los practica. En el caso de los niños dejan de realizar actividades recreativas, como: deporte, leer, arte y jugar; los disfrutan de forma sedentaria.

2.9. El Funcionalismo y su método

El funcionalismo se ocupa del estudio de la comunicación. Los principales exponentes de funcionalismo dicen que las funciones de los medios en la sociedad donde se desenvuelven son: informar, entretener, conferir status social, reforzar normas sociales y que estas normas cumplen un papel cohesionador en la sociedad en general.

Es una corriente de pensamiento que consiste en un conjunto de teorías que permiten orientar y explicar algunos fenómenos sociales. Parte del hecho que una sociedad tiene un conjunto de necesidades así como de instituciones para satisfacerlas individual y colectivamente.

Entre los exponentes del funcionalismo, se mencionan a Lazarsfeld, Schramm, Berelson, Berlo y otros más, no son los únicos que han estudiado la comunicación desde el punto de vista funcionalista.

Lo que si es cierto es que han sido ellos quienes abrieron la brecha y señalaron el camino con mayor claridad para realizar cualquier investigación los cuales permiten conocer otros detalles importantes de la comunicación social a través de los medios masivos.

Los sociólogos más importantes dieron origen al término “funcionalismo”, a fines del siglo XIX son: Stuart Mill, Durkheim, Sorokin y Merton. A partir de esta palabra, surge, por primera vez en la historia de la sociología, el estudio de los medios de masas y sus efectos en el público. Es en Estados Unidos en donde se realizan las primeras investigaciones.

Asimismo, Laswell y Paul Lazarsfeld con sus teorías aportan los elementos básicos para otros estudios de base funcionalista, en las áreas antropológicas y sociológicas.

El funcionalismo como modelo teórico para analizar el contenido de los mass media, comenzó a tomar relevancia, (dado que se encuentra presente en toda actividad de la vida cotidiana de una sociedad), surgieron muchos autores que se interesaron por ella. Aunque muchos solamente complementaron las proposiciones de sus antecesores.

Sin embargo, aquí debe tomarse en cuenta la industrialización de los medios de comunicación y de la sociedad, lo que produce una disfunción narcotizante, sobre todo con la actividad desarrollada durante el tiempo libre donde los consumidores de los mensajes son dependientes de ellos (los medios) ya que están presentes en todos lados: sala, comedor, dormitorio, almacenes, restaurantes, instituciones de servicios, universidades, escuelas y en el dormitorio de niños y niñas, jóvenes y de toda la familia, etcétera.

2.9.1.El teórico Paul Lazarsfeld

La caracterización funcionalista de los medios de comunicación se resume en dos grandes funciones sociales y una disfunción:

- a) Función de conferir prestigio: la posición social de personas, acciones o grupos se ve prestigiada y enaltecida cuando consigue atraer la atención favorable de los medios;
- b) Función de reforzar las normas sociales: al dar publicidad a las conductas desviadas se acorta la distancia entre la moralidad pública y las actitudes privadas, ejerciendo presión para que se establezca una moral única;
- c) Disfunción narcotizante: los medios disminuyen el tiempo dedicado a la acción organizada; el hombre “informado” tiende a considerarse participante, cuando en realidad no desarrolla acción social alguna: conoce los problemas pero no actúa para resolverlos, agrega Toussaint (1991:15).

2.9.2 Los líderes de opinión

Existen muchas definiciones de líderes de opinión, se dice que personas accesibles y gregarias que ocupan posiciones en la comunidad son consideradas como adecuadas para darles competencia especial en ciertos temas. Por ejemplo: sacerdotes, políticos y líderes comunitarios; estos tienen contacto con informaciones provenientes del exterior, las mismas les llegan a través de los medios de masas a los cuales prestan exagerada atención, también, esta información puede ser obtenida a través de viajes o visitas entre otros.

Los líderes están bajo la influencia de los medios apropiados en la esfera que encabezan; por ejemplo: los líderes de modas leen más revistas de modas; los políticos leen más revistas de política, etc.

Los líderes de opinión se encuentran distribuidos en las diferentes clases y ocupaciones. La influencia sobre ellos de la radio, los periódicos, revistas, etc., es mayor que en los demás miembros de la comunidad.

El liderato de opinión es específico de un campo dado, por ejemplo, quienes son líderes en política no lo son en deporte.

Los líderes no se desvían mucho de las normas de los grupos que conducen; son fieles a ellos con especial coherencia. Los mejores líderes son hombres que viajan por el mismo camino que sus seguidores, pero van un poco más adelante. Por ejemplo, para los niños los líderes en este caso son los personajes del Dibujo Animado.

CAPÍTULO 3

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Investigación

Descriptiva

Se describieron los elementos esenciales de la serie y luego, con el apoyo de los conceptos teóricos, se determinaron los efectos que produce la televisión a través del dibujo animado Yu Gi Oh, en niños de 7 y 8 años, del Colegio Suger Montano.

Seguidamente, se analizó los efectos en materia de teoría de la sedentarización, del dibujo en mención, en la muestra objeto de estudio.

Documental

Para la realización del marco teórico se buscaron referencias bibliográficas de diferentes autores y en distintas bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Universidad Rafael Landívar y Universidad Francisco Marroquín.

Metodología

- a) Observar el fenómeno.
- b) Observar el cambio de comportamiento de los niños al ver los dibujos animados.
- c) Formular el problema ¿Qué efectos de la televisión y de la teoría de la sedentarización que produce en los niños y niñas, el dibujo animado Yu-Gi-Oh?
- d) Analizar el problema y seguir el procedimiento utilizado por Rosa Aldana.

- e) Realizar investigación documental y recolección de los datos a través de una encuesta y una ficha de observación.
- f) Organizar los datos obtenidos, clasificarlos y ordenar los resultados estadísticos.
- g) Conclusiones.

3.2 Objetivos

3.3 Objetivo General

- Estudiar los efectos y la teoría de la sedentarización que produce la televisión a través del dibujo animado Yu-Gi-Oh en los niños y niñas, de 7 a 8 años del Colegio Suger Montano.

3.4 Objetivos Específicos

- Describir las actividades recreativas que el niño cambia por la televisión
- Observar los gestos, postura, sonidos, comentarios, del niño escenas del programa que cambiaron algo en el comportamiento de los niños, durante el tiempo de transmisión del dibujo animado Yu-Gi-Oh.
- Indicar cuanto tiempo dedican los niños a la televisión

3.5 Técnicas

- Técnicas de investigación bibliográfica.
- Navegación en Internet.
- Entrevista
- Previo al estudio de campo se realizó una prueba piloto, del 15 de junio al 15 de julio, al grupo de alumnos del Colegio Suger Montano, que cursan preparatoria y a alumnos de Primero Primaria.

3.6 Instrumentos

- Fichas de investigación bibliográfica y de contenido.
- Encuesta
- Observación general y participante.

3.7 Población

Un total de 85 niños de nivel primaria, del Colegio Suger Montano, situado en 6 Avenida 11-39, zona 10, departamento de Guatemala.

3.8 Muestra

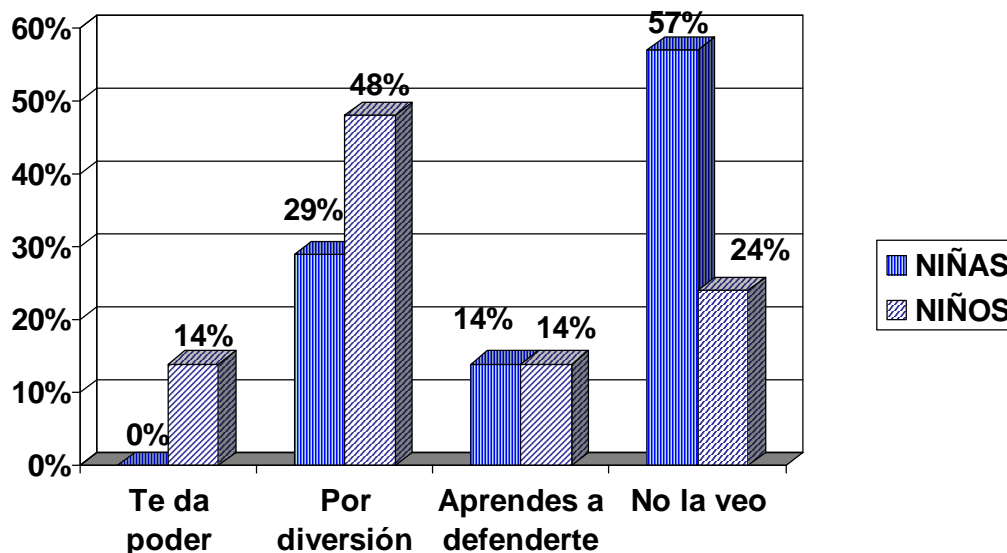
Niños y niñas, de 7 y 8 años, un total de 35 de primero sección "A" y segundo, sección "C" de nivel primario del colegio Suger Montano que ven el dibujo animado Yu-Gi-Oh, en la programación de la tarde. El Estudio fue realizado durante el período del 15 de junio al 15 de julio. En ese espacio se procedió, principalmente, a realizar las encuestas y la observación, así como la proyección del dibujo animado al grupo de muestra elegida.

CAPITULO 4

4 Presentación de datos y análisis de resultados

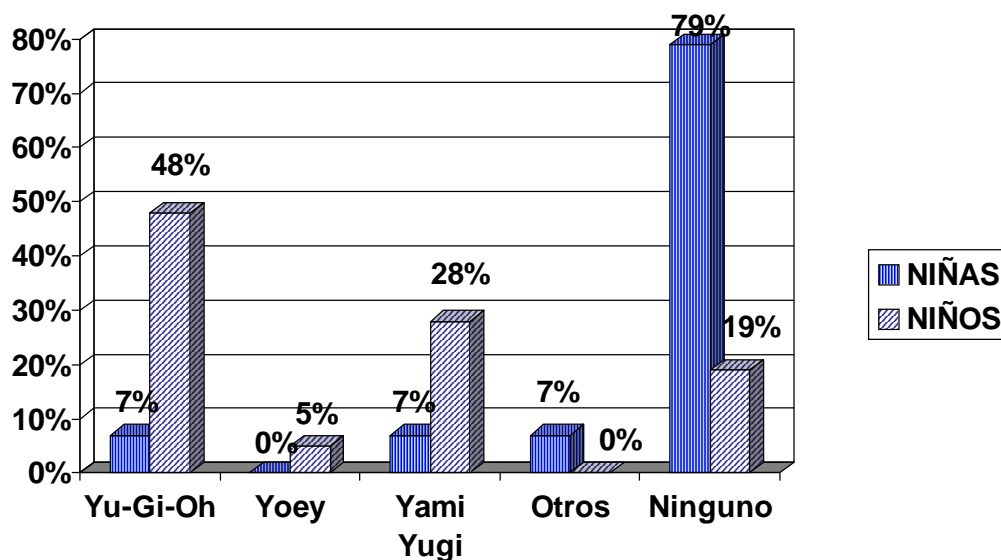
A continuación se presentan los resultados del estudio de campo, en los que se trata de dar respuesta a los objetivos que se plantearon en el proyecto de esta investigación. El dibujo animado Yu-Gi-Oh, se proyectó a alumnos y alumnas comprendidos y comprendidas entre las edades de 7 y 8 años, estudiantes del Colegio Suger Montano. Seguidamente, se pasó la encuesta a los sujetos objeto de la muestra. Y los datos obtenidos, a través de los dos procedimientos, sirvieron de base para la elaboración de conclusiones. En las cuales, se ofrecen datos que pueden servir de base a futuras investigaciones, ya que, en las mismas también se encontrará información que dará la respuesta al problema investigado.

1. ¿Por qué miras el Dibujo Animado Yu-Gi-Oh



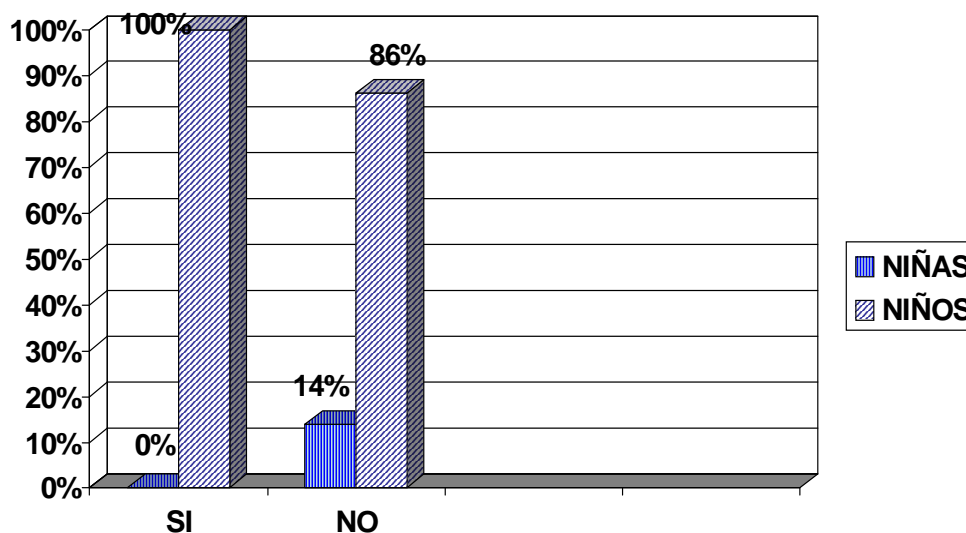
En los datos de la gráfica anterior, se puede apreciar el porcentaje de alumnos/as que ven el dibujo animado analizado. El análisis por sexo revela que un 50% de las niñas no ven el dibujo animado, y el otro, 50% si lo hace. Cabe resaltar que el 33% de niños expresaron que si ven dicho dibujo animado. Al preguntar las razones por las que ven el dibujo, las niñas expresaron que a través del contenido del programa aprenden técnicas de defensa personal y también les sirve de entretenimiento. El grupo de niños, indicó que ven dicho programa simplemente por diversión.

2. ¿Qué personaje te gustaría ser?



Al 87% de niñas no les gustaría representar a ningún personaje de dicha serie animada, y un 13%, respondieron afirmativamente. En el caso de los niños, el 44% quisieran ser Yami Yugi y el 56%, expresó que les gustaría ser otro personaje. Para Lazarsfeld, la influencia que ejercen los medios y los líderes en la toma de decisiones es determinante, hecho que puede incidir en el comportamiento de niños/as y jóvenes. Para, Rosa Aldana (2001:51), pocas veces la programación televisiva está encaminada a acercar al destinatario con los demás, proporcionando experiencias de otros y contexto tan distinto al propio, que aísla al ser humano de la propia historia y lo sumerge en un mundo enajenante.

3. ¿Crees que los personajes son reales?

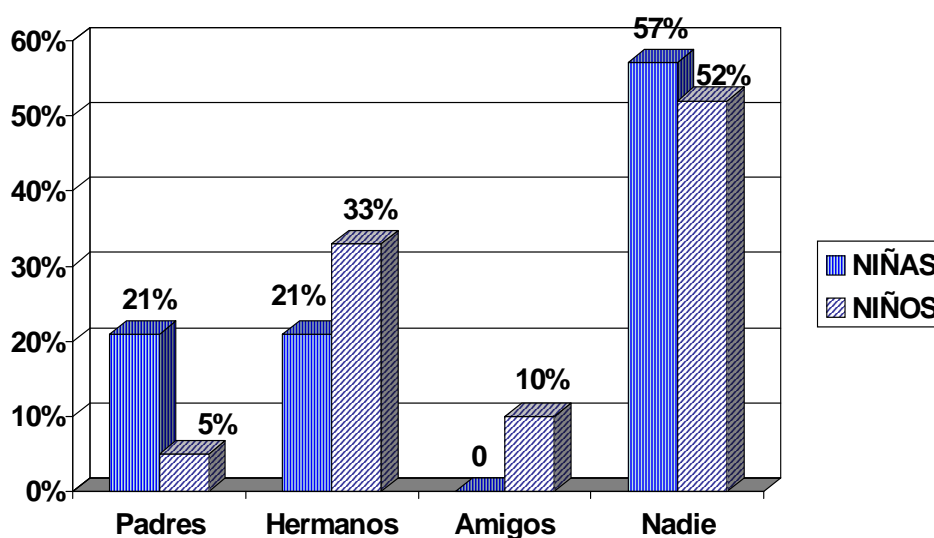


En el caso del sector femenino, el 100% de la muestra cree que los personajes no son reales. Los datos del grupo anterior coinciden con los del sector masculino, los niños, en un 99% no creen que los personajes de la serie existan en la vida real. Un 1%, expresó que los personajes de la serie en efecto, pertenecen a la realidad.

Casi toda la programación que ofrece la televisión, tiene como finalidad el entretenimiento, muchos programas tienen alguna similitud con la vida real, pero la mayoría pertenecen a la ficción, nos trasladan una serie de mensajes ocultos, que afectan la esfera del comportamiento, la del saber y otras. Uno de los efectos negativos en el dibujo animado es el hecho de que utilizan a los niños y niñas como medio para vender publicidad. Además contribuyen a alienar la mente de niños y niñas con la presentación de héroes que pertenecen, generalmente a la cultura anglosajona.

Algunos niños desean ser como los líderes principales de su programa favorito, en este caso Yu-Gi-Oh, y ello puede ser nocivo, al fomentar el individualismo y la competencia desleal.

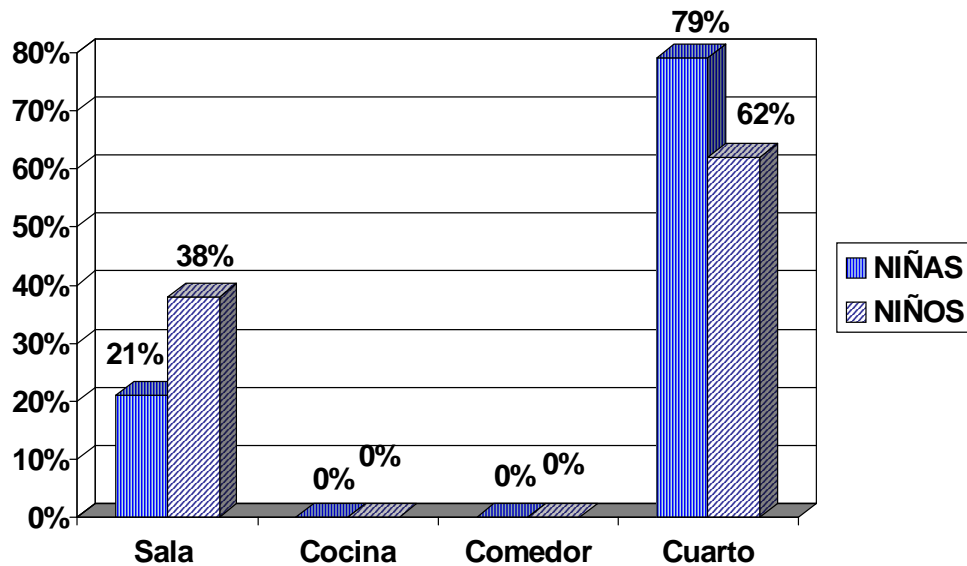
4. ¿Quiénes te acompañan cuando ves Yu-Gi-Oh?



La mayoría de niños y niñas que sirvieron como informantes en la presente investigación, ven solos la televisión, dejándoles a ellos la responsabilidad de seleccionar lo que ven, esto lo muestran los resultados obtenidos en el estudio de campo.

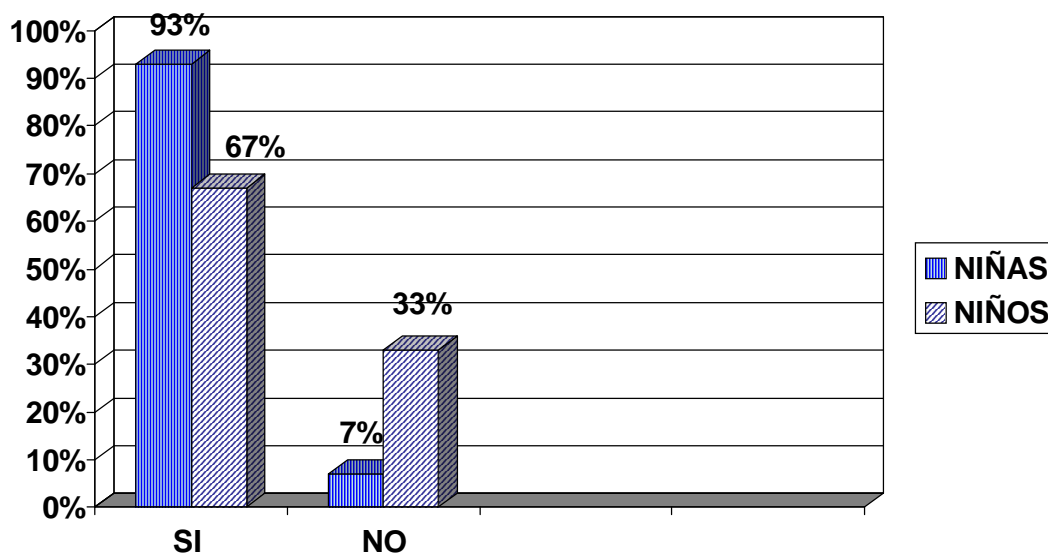
La familia es también un factor determinante para la selección de los gustos televisivos infantiles, pero muchas veces por falta de tiempo, no cumplen con su papel de orientar y ayudar al niño y niña a ser un receptor crítico de la programación de la televisión u otros medios.

5. ¿En qué lugar de la casa esta el televisor?



Los niños y niñas son dependientes en un buen porcentaje de los mensajes de los medios de comunicación social, la televisión está presente en todos los ambientes de la casa. Los datos del estudio realizado, muestran que el 79% de niñas y el 62% de los varones, dedican parte de su tiempo para ver el dibujo animado.

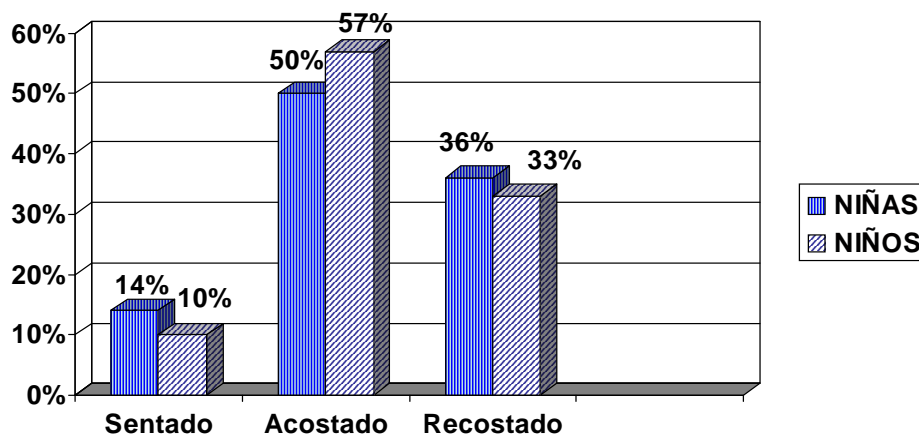
6. ¿Eliges tú el programa de televisión que ves?



En la actualidad, los padres de familia y las personas responsables de cuidarlos, no orientan al niño y a la niña a elegir un programa de televisión adecuado con su edad.

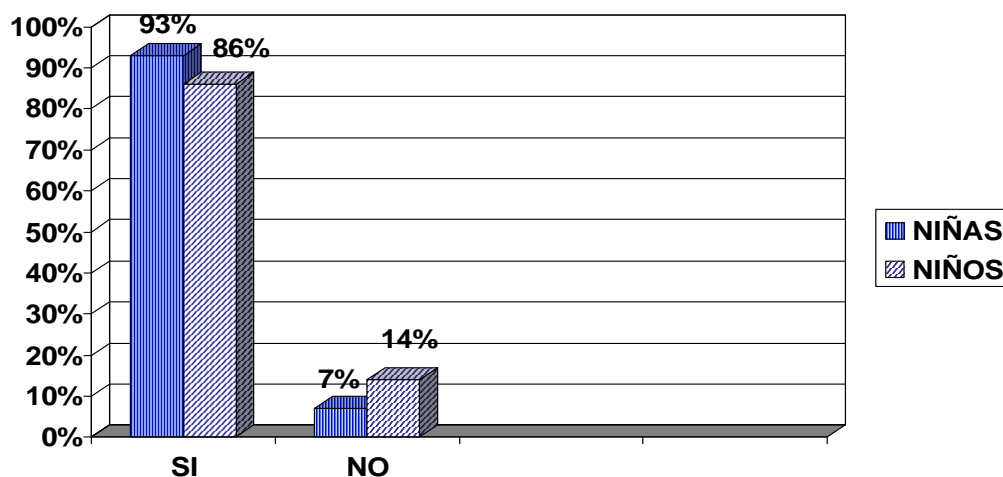
El 1% de niños, no elige el programa que ve y el 99% si lo elige. El 100% de las niñas eligen la programación televisiva, con ello se puede observar que los infantes encuestados deciden por sí mismos, los programas de la televisión que desean ver.

7. ¿Cuál es la posición más cómoda para ver televisión?



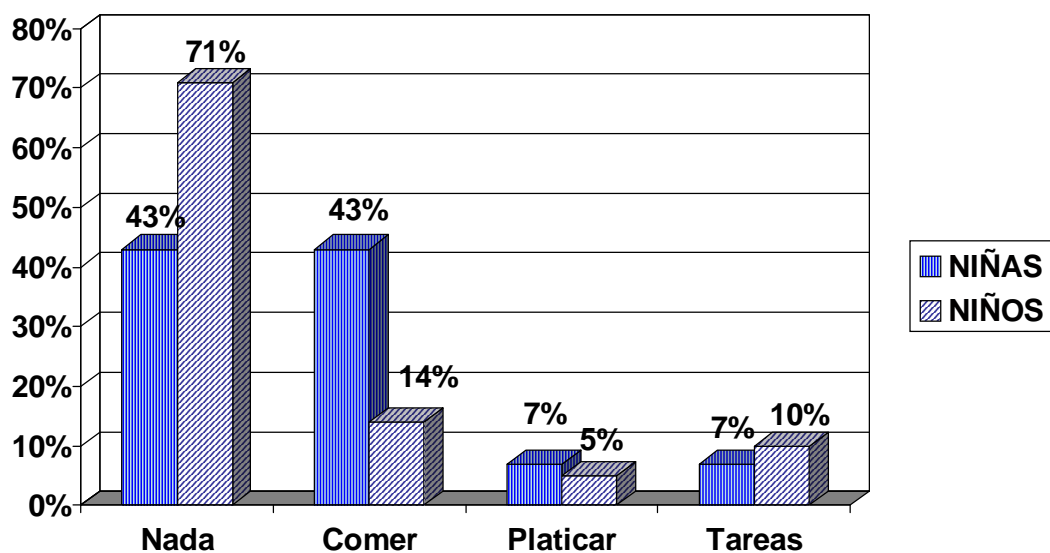
Los datos de la gráfica No. 6, son reveladores, a través de los mismos se establece que para el 62% de las niñas la posición más cómoda, para ver la programación de la televisión, es acostadas y el 38% recostadas. El 11% de los niños prefieren estar sentados, el 33% acostados y el 56% recostados. Aquí se observa que los niños buscan la forma más cómoda para ver la televisión, por las posiciones que sobresalen acostado y recostado, durante ese tiempo no realizan otra actividad, permanecen inactivos frente al televisor, lo que favorece la sedentarización y por ende, contribuye a la formación de seres actuantes pero no pensantes.

8. ¿Cambias de canal con un control remoto?



En los dos géneros, el 99% cambian con control remoto, es decir, siguen en la misma posición para cambiar de canal, el 1% se levanta para cambiar de canal. Cada vez se observa que la tecnología avanza y avanza, en los almacenes y ventas de aparatos eléctricos se ven con frecuencia nuevos modelos de televisores, ofreciendo a los consumidores una serie de facilidades para acceder a ellos. La magia de la televisión sorprende a grandes, ya no se diga a los niños y niñas, por lo tanto, crea otras necesidades superficiales en el ser humano, tal es el caso de que en muchos hogares, las familias cuentan con más de un aparato de televisión.

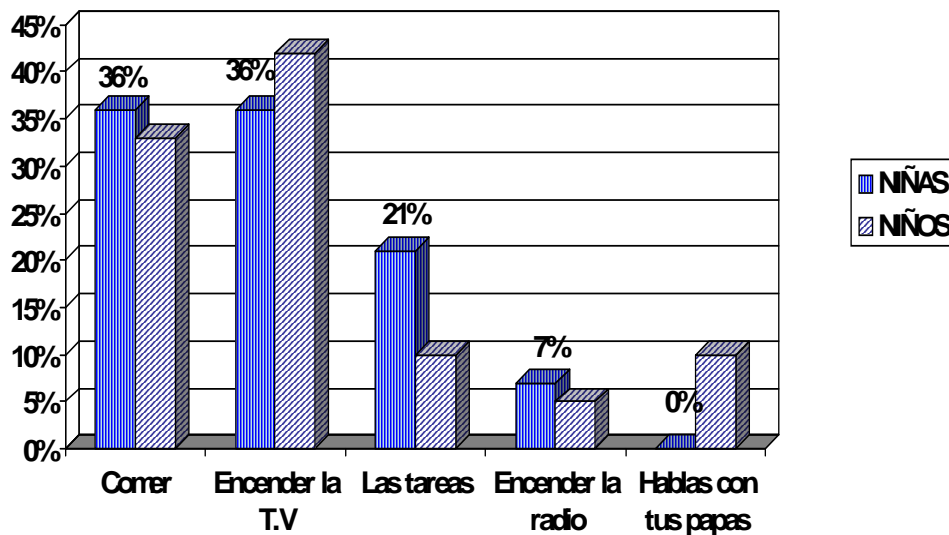
9. ¿Qué haces cuando estas viendo televisión?



Para los niños y niñas objeto de estudio, ver los dibujos animados es una actividad importante. Ellos y ellas prestan poca atención a otras actividades formativas como leer o escuchar un buen programa musical.

Los datos de la gráfica anterior, muestran que el 43% de niñas y el 71% niños no hacen nada más que disfrutar su programa favorito.

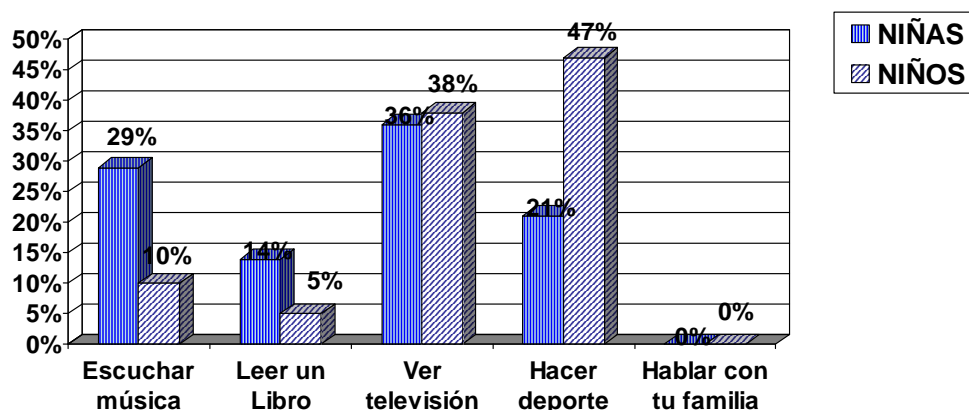
10. ¿Qué es lo primero que haces cuando llegas a casa luego del colegio?



Es importante mencionar la escasa comunicación que hay entre padres e hijos. Se observa que sólo el 10%, (Ingrid en la gráfica parece que nadie conversa con los padres) de los niños conversa con sus padres al regresar del colegio.

El 36% de niñas y 43% de niños llegan a su hogar y les llama la atención encender la televisión antes que otra actividad, o posiblemente se alimentan mientras ven sus programas.

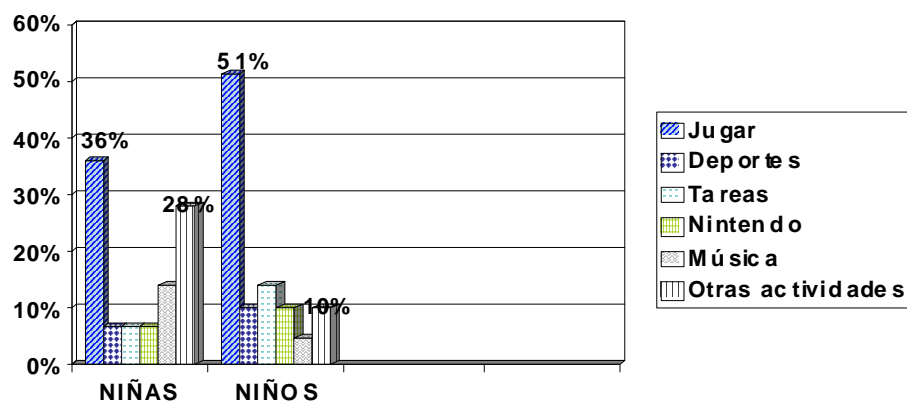
11. ¿Qué haces en tu tiempo libre?



El 14% de niñas y el 5% de niños, dedican su tiempo libre a la lectura. Esta es una actividad en la cual el niño también aprende, enriquece su vocabulario, descubre nuevas cosas y mejora la ortografía. Este hábito tiene causa y efecto, por ejemplo en este estudio, los niños de 7 a 8 años no les atrae la lectura y el efecto será de adolescentes y probablemente de adultos. Cabe mencionar, que de las niñas sólo el 21% hacen deporte, el 36% ocupan su tiempo libre en ver televisión y el 29% en escuchar música. En el caso de los niños el 47% hace deporte en su tiempo libre, existe diferencia del 9% que prefieren hacer deporte.

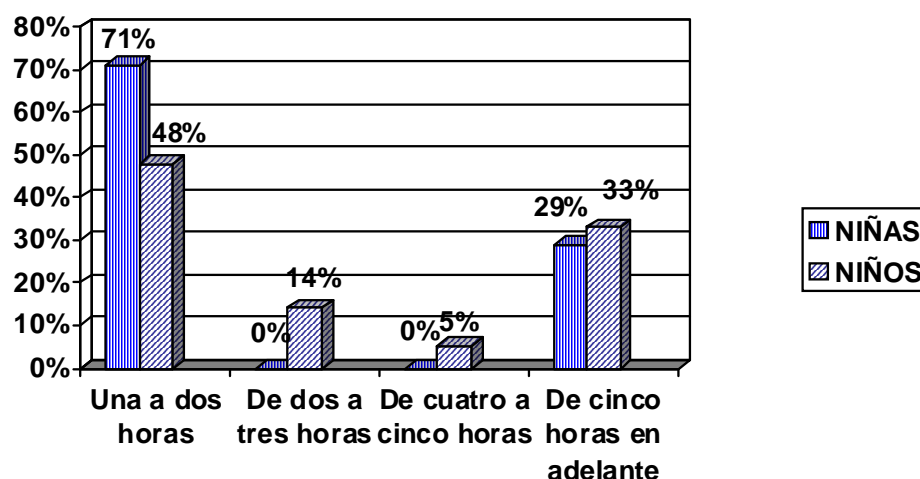
El pasar mucho tiempo frente al televisor consumiendo imágenes y mensajes ajenos al contexto del niño y niña tienden a favorecer un efecto narcotizante en la mente del receptor. Los padres de familia deberían actuar con responsabilidad en la formación de valores y códigos de comportamiento, adecuados a la edad de sus hijos e hijas.

12. ¿Qué haces cuando no estás viendo televisión?



Los estudiantes encuestados suelen disfrutar de los juegos como: fútbol, nintendo. La gráfica muestra que el 15% de alumnos juega nintendo, ello implica ver televisión y por ende exponerse a los efectos de la sedentarización y de la disfunción narcotizante.

13. ¿Cuánto tiempo dedicas para ver televisión?



El tiempo que los niños pasan frente al televisor, oscila de una a dos horas. El 71% de niñas se dedican a ver televisión y de los niños el 48%. El 19% de los niños ve de dos a tres horas y de 4 a 5 horas, el 0% de las niñas; se observa que los niños dedican hasta cinco horas para ver programas de televisión.

Mientras tanto un porcentaje del 29% de niñas ve televisión de cinco horas en adelante y los niños el 33%. Lo anterior muestra que los niños prefieren dedicar su tiempo en ver televisión que a realizar otras actividades.

Se puede decir que la mayor parte de la tarde permanece sentados, acostados o recostados, por consiguiente, esa inactividad favorece el efecto sedentarizante, pues contribuye a disminuir el tiempo dedicado a la acción organizada, creativa y crítica.

Muchas veces los niños y niñas realizan otras actividades como alimentarse o realizar tareas escolares viendo simultáneamente algún programa de la televisión, lo cual puede incidir negativamente en su rendimiento escolar o afectar su personalidad con manifestaciones de efectos violentos, fantasiosos o fomentar ideas que los lleven por el camino del consumismo y a la masificación.

Es importante mencionar la observación de Schramm, los niños que miran con particular intensidad la televisión se distinguen característicamente de aquellos que ponen la lectura en primer plano: el grupo de televidentes se demuestra en una terminología derivada del principio freudiano de goce y realidad como marcadamente aspirantes a la fantasía, el grupo de lectores, en cambio, como aspirantes a la realidad. En el primer caso, los niños buscan satisfacción inmediata, en el segundo, la recompensa a largo plazo, pero siempre están pendientes de alguna ganancia emocional.

FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN CON CLASIFICACIÓN
DE ACUERDO AL SEXO PARA TABULAR LOS DATOS.

	CRITERIOS	FEMENINO	MASCULINO
GESTOS	Satisfacción		SI
POSTURA	Expectación	SI	
	Agrado		SI
	Desagrado	SI	
	Cabeza inclinada	SI	SI
	Las manos Sosteniendo la Cabeza		SI
	Sentados	SI	SI
	Piernas estiradas	SI	SI
	Parados		SI
SONIDOS	Murmullo	SI	SI
	Risas		SI
	Suspiros		
	Gritos		
	Agresividad		
COMENTARIOS	Preguntaban cuando No entendían los Chistes		
	Argumentación cuando algo no les gustaba	SI	
	Chistes Visuales		SI
ESCENAS DEL PROGRAMA QUE CAMBIARON ALGO EN EL COMPORTAMIENTO	Chistes Auditivos		SI

El dibujo animado Yu-Gi-Oh, se transmitió en salón de audiovisuales del colegio Suger Montano.

Al momento de hacer la presentación correspondiente y al referirse al dibujo animado que se les transmitió, se observaron entre los asistentes, expresiones tales como: gritos, carcajadas y la mayoría, sonreían. Otro grupo, formado por algunas niñas no hicieron ningún comentario y otras, mostraron el desagrado por el programa Yu-Gi-Oh.

Durante los veinte minutos que se transmitió el dibujo animado, muchos niños y niñas mostraron agrado, satisfacción, lo que expresaban con movimientos de cabeza, algunos se tronaban los dedos en las escenas de violencia, es decir cuando se enfrentaban los monstruos invocados.

Se observaron también algunas otras actitudes tales como: Las niñas inclinaban la cabeza o se sostenían sobre la mesa, algunos niños, igual, aunque, por la emoción unos levantaban las manos, comentaban acerca de quién iba ganando. Inclinaban la cabeza hacia delante para ver el puntaje de las cartas. Algunas niñas preguntaban a los niños lo que no entendían.

La mayoría de niños subían y bajaban las piernas sobre su silla, algunos imitaban los movimientos de los personajes. Asimismo, se abrazaban cuando las escenas eran violentas o de peligro, es decir cuando observaban la muerte de algún monstruo que caracterizaba al mal. Otros ante las escenas de terror, querían gritar, pero al menor ruido, otros les pedían silencio.

Al finalizar la serie del dibujo animado, se pudo observar distintos comportamientos, la mayoría de los asistentes manifestó complacencia por la actividad, incluso, pedían ver más capítulos de la serie Yu-Gi-Oh.

CONCLUSIONES

Al finalizar las consideraciones hechas sobre el trabajo de investigación documental y de campo, se llegó a postular lógicamente algunas conclusiones y recomendaciones. Nos anima únicamente, el deseo de contribuir aunque sea en mínima parte, aportando datos en torno a los efectos que producen las series de dibujo animado, en los niños y niñas que fueron objeto de estudio.

1. Los medios de comunicación social representan el cuarto poder y la televisión como parte de éstos, ejerce sobre los pueblos, a través de los contenidos de los mensajes, una serie de efectos, en su mayoría negativos, que tienden a fomentar la masificación y la sedentarización. Formas de control social, especialmente sobre la niñez. Los datos del estudio realizado, permiten determinar que un grupo de niños, dedica de una a dos horas de su tiempo a la programación de la televisión y otro, más de cinco.
2. La televisión como medio de entretenimiento es importante, tanto para el niño como para la niña, del centro educativo Suger Montano, lo cual se comprueba, en la aceptación de los alumnos y alumnas objeto de la muestra que se tienen del dibujo animado Yu Gi Oh. Los porcentajes en esa dirección son significativos, en el caso de los niños, éste es el 76% y, en las niñas el 43%.
3. Se Observó, durante el tiempo que el grupo estuvo viendo el dibujo animado Yu-Gi-Oh, efectos de la teoría de la sedentarización, tales como: concentración total frente al aparato de televisión, atención directa a las acciones, imágenes y mensajes del programa.

Los infantes manifestaron efectos narcotizantes, al manifestar un comportamiento evasivo e inconsciente, disfrutando de un programa que está lleno de escenas de violencia, vanidad, donde se ignoran los valores reales que debe tener un ser humano.

4. Se observó que algunas escenas del dibujo analizado, cambiaron el comportamiento de los niños y niñas durante la transmisión del programa, a través expresión gestos donde se imitaba a los héroes de la serie, la postura corporal, los chicos y chicas optaron por una postura cómoda para disfrutar del programa, Así mismo, resaltaron manifestaciones de ansiedad, inseguridad y temor sobre todo en el momento de las acciones donde se enfrentaban héroes y anti héroes.
5. Los datos obtenidos, reflejan que para la mayoría de niños y niñas, los héroes de los dibujos animados no son reales, pero los ven y tienden a imitarlos, al grado de considerarlos líderes, cuyas causas pueden ser nocivas para su conducta futura.

RECOMENDACIONES

1. A los padres de familia o encargados de cuidar de niños y niñas, se recomienda que deben establecer un horario determinado para que sus hijos vean televisión, además de ayudarlos a elegir y a clasificar la programación.
2. Se sugiere también que se combinen actividades, para que se dedique un tiempo prudencial a los programas de la televisión y otro espacio a actividades como: practicar deportes, leer, realizar tareas escolares, juegos para el desarrollo de habilidades y destrezas, entre otros.
3. Se recomienda a padres y profesores, interesarse por conocer sobre los efectos que producen los programas de televisión y otros medios de comunicación social, para poder orientar a los niños y niñas ante un fenómeno que es inevitable y cada día se perfecciona y acentúa más en el mundo en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

1. Bee, Helen. "El desarrollo del niño" U. De Washington, Industria Editorial de México, México, 1977. Tomo I.
2. Bee, Helen. "El Desarrollo del niño, U. De Washington, Industria Editorial de México, México, 1977. Tomo II.
3. Bascon J. R. El niño y la mentira. Editorial Herder, 1978.
4. Bischof, Ledford S. Interpretación de las teorías de la personalidad. Editorial, Trías México 1983.
5. De la Mota, Ignacio H. Función Social de la Información. Editorial Paraninfo, España, 1988.
6. Díaz, Wagner. Comunicación y Erosión Cultural (1996).
7. Interiano, Carlos. Semiología y Comunicación. Cuarta edición. Guatemala, 1995.
8. Klapper Joseph. Efectos de las Comunicaciones de Masas. Edición Española, 1974.
9. Kohnstamm, Rita. Psicología. Editorial Herder, Barcelona, 1991. Tomo I
10. Maletzke, Gerhard. Psicología de la Comunicación Social. Cuarta Edición. Editorial Época Quito, Ecuador 1976,
11. Piaget, Jean. Seis estudios de Psicología. Barral Editores, Barcelona 1986.
12. Schramm, Wilbur. Procesos y efectos de la comunicación colectiva. Ciespal, Quito, 1969.
13. Toussaint, Florence. Crítica de la Información de Masas, primera reimpresión, Editorial, Tillas, México 1991.

TESIS

14. Aldana Cano, Julián Francisco. Efectos de la televisión en el rendimiento escolar de los alumnos de 4to. Grado magisterio de la Escuela Normal Rural “Julio Rosado Pinelo”, en el curso de estudios socioeconómicos de C.A. Universidad Mariano Gálvez, Guatemala, octubre 1990.
15. Aldana Salguero, Rosa Idalia. “Comportamiento y Percepción del adolescente respecto a la televisión” (Validación de las Teorías de Sedentarismo y Dictatorial). Guatemala, febrero 2001.
16. Díaz Méndez, María. Análisis de la televisión relación existente del dibujo animado televisivo y la agresividad en los niños de 7 –9 años de edad del Colegio Hispano Guatemalteco en la ciudad de Guatemala.
17. Teos, c. Mirna. Análisis de contenido de los programas hablados. Tesis. Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC. 2005
18. Estrada. Carmen, Televisión y los niños de 5º. Grado primaria de la Ciudad de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC. 1994.
19. Mazariegos, N. Análisis de Contenido de Spots. Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC. 2008.

FUENTES CONSULTADAS

- 20 Morales Paz, Lesvia Margarita. Teoría de las Comunicaciones Masivas, Guatemala, 2005.
20. Melgar, Alex Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Entrevista
21. Adrián Liberman Licenciado en Psicología, Entrevista
22. Camarena Luhrs, Andres Valdez, Entrevista
23. Firman, Guillermo, Doctor en Pediatría
24. www.yugioh.htm
25. www.yugiohGP/creador.msnw
26. www.icaro.com
27. www.caricaturasjaponesas.com
28. www.publicasonline.com

ANEXOS

MODELO DE ENCUESTA

Para el desarrollo de la Encuesta, se realizó un cuestionario, cuyo fin era determinar los efectos en las siguientes órbitas:

- 1) La órbita emocional
- 2) La Teoría de Sedentarización

Encuesta

Se desarrolla una encuesta tomando como muestra a alumnos del Colegio Suger Montano, en edades comprendidas de 7 a 8 años a continuación los modelos a utilizar.

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Encuesta para Estudiantes del Colegio Suger Montano

Edad: Sexo: F M Grado:

Para poder realizar un Estudio de los Efectos y Teoría de la Sedentarización del dibujo animado Yu-Gi-Oh en niños de 7 a 8 años, del Colegio Suger Montano, solicito tu colaboración contestando las siguientes interrogantes, subrayando el inciso que creas conveniente

- 1 ¿Por qué miras el dibujo animado Yu-Gi-Oh?
 - a) Te da poder
 - b) Por diversión
 - c) Aprendes a defenderte
 - d) No la veo

2 ¿Qué personaje te gustaría ser?

- a) Yu-gi-oh
- b) Yoey
- c) Yami yugi
- d) Otros
- e) Ninguno

3 ¿Crees que los personajes son reales?

SI_____ NO_____

4 ¿Quiénes te acompañan cuando ves Yu-gi-oh?

- a) Padres
- b) Hermanos
- c) Amigos
- d) Nadie

5 ¿En qué lugar de la casa esta el televisor?

- a) En la sala
- b) En la cocina
- c) En el comedor
- d) En el cuarto

6 ¿Eliges tú el programa de televisión que ves?

SI_____ NO_____

7 ¿Cuál es la posición más cómoda para ver televisión?

- a) Sentado
- b) Acostado
- c) Recostado

8 ¿Cambias de canal con un control remoto?

SI_____ NO_____

9 ¿Qué haces cuando estas viendo televisión?

- a) Nada
- b) Comer
- c) Platicar
- d) Tareas

10 ¿Qué es lo primero que haces cuando llegas a casa luego del colegio?

- a) Comer
- b) Encender la televisión
- c) Las tareas
- d) Encender la radio
- e) Hablas con tus papas

11 ¿Qué haces en tu tiempo libre?

- a) Escuchar música
- b) Leer un libro
- c) Ver televisión
- d) Hacer deporte
- e) Hablar con tu familia

12 ¿Qué haces cuando no estas viendo televisión?

13 ¿Cuánto tiempo dedicas para ver televisión?

- a) Una a dos horas
- b) De dos a tres horas
- c) De cuatro a cinco horas
- d) De cinco horas en adelante

➤ **Ficha de observación**

FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN CON CLASIFICACIÓN
DE ACUERDO AL SEXO PARA TABULAR LOS DATOS.

	CRITERIOS	FEMENINO	MASCULINO
GESTOS	Satisfacción		
POSTURA	Expectación		
	Agrado		
	Desagrado		
	Cabeza inclinada		
	Las manos Sosteniendo la Cabeza		
	Sentados		
	Piernas estiradas		
	Parados		
SONIDOS	Murmullo		
	Risas		
	Suspiros		
COMENTARIOS	Preguntaban cuando No entendían los Chistes		
	Argumentación Cuando algo no les Gustaba		
ESCENAS DEL PROGRAMA QUE CAMBIARO ALGO EN EL COMPORTAMIENTO	Chistes Visuales Chistes Auditivos		

Guía de entrevista

A continuación el cuestionario de preguntas realizadas a los licenciados en psicología.

- 1 ¿Qué es la niñez?
- 2 ¿Qué efectos produce el dibujo animado en los niños?
- 3 ¿Por qué los niños imitan a los personajes?
- 4 ¿Según su conocimiento la televisión es positiva o negativa para los niños?
- 5 ¿Qué opina de la publicidad en los dibujos animados para comprar sus productos?
- 6 ¿Cómo define el mensaje el poder que tiene la televisión en los niños?