



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media

Valores y programación televisiva: un estudio con adolescentes del ciclo básico
del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV
La Antigua Guatemala, Sacatepéquez

César Augusto Paz Morán

Asesor:
Lic. Mario Roberto Salazar Dávila

Guatemala, julio de 2015



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media

Valores y programación televisiva: un estudio con adolescentes del ciclo básico
del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV
La Antigua Guatemala, Sacatepéquez

Tesis presentada al Consejo Directivo de la Escuela de Formación de
Profesores de Enseñanza Media de la Universidad San Carlos de Guatemala

César Augusto Paz Morán

Previo a conferírsele el grado académico de:

Licenciado en Innovaciones Educativas con Énfasis en Procesos de Aprendizaje

Guatemala, julio de 2015

AUTORIDADES GENERALES

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo	Rector Magnífico de la USAC
Dr. Carlos Enrique Camey Rodas	Secretario General de la USAC
MSc. Danilo López Pérez	Director de la EFPEM
Lic. Mario David Valdés López	Secretario Académico de la EFPEM

CONSEJO DIRECTIVO

MSc. Danilo López Pérez	Director de la EFPEM
Lic. Mario David Valdés López	Secretario Académico de la EFPEM
Dr. Miguel Ángel Chacón Arroyo	Representante de Profesores
Lic. Saúl Duarte Beza	Representante de Profesores
Dra. Dora Isabel Águila de Estrada	Representante de Profesionales Graduados
PEM Ewin Estuardo Losley Johnson	Representante de Estudiantes
PEM José Vicente Velasco Camey	Representante de Estudiantes

TRIBUNAL EXAMINADOR

Dra. Amalia Geraldine Grajeda Bradna	Presidente
M.A. Walda Paola María Flores Luin	Secretaria
Dr. Miguel Ángel Chacón Arroyo	Vocal

Guatemala, 18 de noviembre de 2014

Doctor
Miguel Angel Chacón Arroyo
Coordinador Unidad de Investigación
EFPEM – USAC

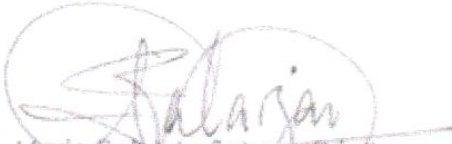
Atentamente tengo a bien informarle lo siguiente:

En mi calidad de Asesor del trabajo de graduación denominado: **Valores y programación televisiva: un estudio con adolescentes del ciclo básico del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV. Antigua Guatemala, Sacatepéquez.**

Correspondiente al estudiante: **César Augusto Paz Morán** carné: **8350286** de la carrera: **Licenciatura en Innovaciones Educativas con énfasis en procesos de aprendizaje.**

Manifiesto que he acompañado el proceso de elaboración de dicho trabajo y la revisión realizada al informe final evidencia que cumple con los requerimientos establecidos por la EFPEM para este tipo de trabajo, por lo que considero aprobado el mismo y solicito sea aceptado para continuar con el proceso para su graduación.

Atentamente,


Lic. Mario Roberto Salazar Davila
Colegado Activo No. 20.363
Asesor honrado

c.c. Archivo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE FORMACIÓN DE PROFESORES DE ENSEÑANZA MEDIA
- Unidad de Investigación -

RECIBIDO
15 NOV. 2015

A LAS 9:53 H 



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Formación de Profesores
de Enseñanza Media
-EFPEM-

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE FORMACIÓN DE PROFESORES DE ENSEÑANZA MEDIA
-Unidad de Investigación-

RECIBIDO
16 JUL. 2015
A LAS 9:28 H

El infrascrito Secretario Académico de la Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media de la Universidad de San Carlos de Guatemala

CONSIDERANDO

Que el trabajo de graduación denominado *“Valores y programación televisiva: un estudio con adolescentes del ciclo básico del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV, La Antigua Guatemala, Sacatepequez”*, presentado por el(la) estudiante **CÉSAR AUGUSTO PAZ MORÁN**, carné No. **8350286**, de la Licenciatura en Innovaciones Educativas con Énfasis en Procesos de Aprendizaje.

CONSIDERANDO

Que la Unidad de Investigación ha dictaminado favorablemente sobre el mismo, por este medio

AUTORIZA

La impresión de la tesis indicada, debiendo para ello proceder conforme el normativo correspondiente.

Dado en la ciudad de Guatemala a los **veintidós** días del mes de **junio** del año dos mil **quince**.

“ID YENSEÑAD A TODOS”


Lic. Mario David Valdés López
Secretario Académico
EFPEM



Ref. SAOIT031-2015

c.c. Archivo
MDVL/caum

DEDICATORIA

A ese conglomerado humano que llamamos
“estudiantes” que exigen
de sus profesores y profesoras
una educación para la vida,
que no consista
en la acumulación y
transmisión de conocimientos,
sino en la formación
de personas capaces
de afrontar los desafíos
de la sociedad actual.

AGRADECIMIENTOS

A los alumnos y a las alumnas del
Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV
Antigua Guatemala, Sacatepéquez
por el valioso concurso de su cooperación
en el presente trabajo investigativo.

Al cuerpo docente del INEBE JV
por la valiosa aportación profesional al presente estudio.

A los padres de familia del INEBE JV
por su desinteresada colaboración en la realización
de este trabajo.

A la Unidad de Investigación de la
EFPEM por la valiosa asesoría en la elaboración de
la presente tesis.

A la Escuela de Formación de Profesores de
Enseñanza Media
por la formación de profesionales
comprometidos por ser agentes
de cambio en el quehacer educativo nacional.

A la Tricentenaria
Universidad de San Carlos de Guatemala.

RESUMEN

La televisión, como medio masivo de comunicación, es vista en un alto porcentaje por los adolescentes estudiantes del ciclo básico del medio guatemalteco. La presente investigación, buscó establecer la relación valores y programación televisiva en los estudiantes de ambos sexos del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV de la Antigua Guatemala, Sacatepéquez.

Se justifica el presente trabajo investigativo en el hecho que este medio de comunicación forma parte del diario vivir de los adolescentes y, de una u otra manera, incide en el pensar y actuar de la persona.

Los valores forman parte consciente o inconscientemente del comportamiento de las personas, los adolescentes son mentes expuestas a la influencia de los antivalores de programaciones televisivas carentes de contenidos que dignifiquen la humanidad del estudiante de nivel medio.

En el proceso de investigación se usó el método descriptivo y el método deductivo, se utilizó la técnica de análisis documental para obtener información teórica relevante mientras que en la investigación de campo se utilizó la encuesta estructurada tipo Likert y se efectuó un estudio de grupo focal.

Respecto a los resultados obtenidos, se evidencia que en el proceso enseñanza-aprendizaje de los adolescentes del instituto objeto de estudio, no se favorece la audiencia de programaciones televisivas que coadyuven a la promoción de valores para contrarrestar los antivalores que la televisión difunde por medio de programas faltos de contenidos gratificantes que dignifiquen al ser humano.

ABSTRACT

Television as mass media is seen in a high percentage of adolescent students of the basic cycle of the Guatemalan media. The present investigation sought to establish the relationship and television programming values in students of both sexes from the National Institute of Basic Education Experimental JV of Antigua Guatemala, Sacatepéquez.

This research work is justified by the fact that the media is part of daily life for adolescents and, in one way or another, affects the thinking and acting of the person.

The values are part consciously or unconsciously the behaviors of people, young minds are exposed to the influence of the negative values of television programming devoid of content that dignify humanity student average.

In the research process the descriptive method and deductive method is used , the technique of document analysis was used to obtain relevant theoretical information while in field research structured survey Likert was used and focus group study was performed.

Regarding the results, it is evident that in the teaching and learning of adolescents in the school under study process, the audiences of television programming that contribute to the promotion of values to counter the negative values that television broadcasts by no favors lacking contents rewarding programs that dignify the human being.

ÍNDICE

Introducción.....	1
-------------------	---

**Capítulo I
Plan de investigación**

A. Antecedentes.....	4
B. Planteamiento y definición del problema.....	14
C. Objetivos.....	17
1. General.....	17
2. Específicos.....	18
D. Justificación.....	18
E. Tipo de investigación.....	19
F. Hipótesis.....	20
G. Variables.....	20
H. Metodología.....	25
1. Método.....	25
2. Técnicas.....	25
3. Procedimientos.....	26
4. Instrumentos.....	27
I. Sujetos de la investigación.....	27

Capítulo II Fundamentación teórica

A. Los valores.....	28
B. Jerarquía de los valores.....	37
C. Los valores humanos.....	40
D. Valores morales.....	42
E. Antivalores o contravalores.....	47
F. La ética y la moral.....	50
G. La televisión.....	52
H. La televisión en Guatemala.....	53
I. La televisión como medio de comunicación masivo.....	54
J. La televisión y la familia.....	55
K. La televisión por cable en Guatemala.....	60
L. Publicidad en la televisión.....	61
M. La adolescencia.....	62
N. Teoría Psicosocial de Erikson.....	63
Ñ. Perspectiva cognoscitiva de Jean Piaget.....	66
O. Los y las adolescentes según Gesell.....	67
P. Los adolescentes y la televisión.....	68

Capítulo III Presentación de resultados

A. Valores.....	72
B. Programación televisiva.....	85
C. Focus Group.....	97

Capítulo IV
Discusión y análisis de resultados

A. Valores.....	102
B. Programación televisiva.....	106
Conclusiones.....	110
Recomendaciones.....	113
Referencias	114
Anexos.....	119

INTRODUCCIÓN

Actualmente la televisión es parte del diario vivir de las personas sin importar la condición económica, educativa, religiosa o social. En los actuales días es imposible imaginar a nuestros niños y adolescentes prescindir de “ver” la tele. No se puede negar la influencia de la televisión en la vida cotidiana de las personas sean estas mayores o menores de edad, sin faltar a la verdad se puede afirmar que la gran mayoría tenemos un “programa” preferido.

Desde el punto de vista de las ciencias sociales, la televisión, es un camino de dos vías. Una vía sustenta que la televisión genera violencia, alineación, pasividad, consumismo, mercantilismo y otros males de la sociedad y, otra vía, sostiene que la televisión bien llevada es una opción para potenciar aprendizajes significativos con programas científicos, culturales, académicos o deportivos.

La televisión está ahí, con todo su contenido destructor, pero también con todo su contenido formativo. De la televisión puede hacerse un buen o un mal uso, para algunos servirá para entretenerse, pasar el tiempo, olvidarse de la soledad; para otros, estar al día de los acontecimientos nacionales o internacionales, enterarse de los adelantos científicos o culturales y educativos del quehacer humano.

El aprendizaje no sólo se da en la escuela, los niños y los adolescentes aprenden de diversas formas y en diversos ambientes, el hogar, los amigos, el vecindario, los clubs, la iglesia, el culto, pero no menos cierto es que “aprenden muchísimas cosas en la televisión”. La televisión educa y forma cuando la persona es receptora de patrones de vida positivos que le ayuden a entender el

mundo en el que vive y que le propicien un cambio de actitudes y valores, para la educación informal ahí está uno de los éxitos de la televisión actual.

Una de las aspiraciones de la escuela es educar para la vida y la televisión está en la “vida diaria” de los educandos. La interrogante es ¿cómo obtener el máximo provecho de la televisión para bien de nuestros alumnos y alumnas? Una posible respuesta será que los docentes, desde el mínimo hasta el máximo nivel de escolaridad, enseñemos a nuestros estudiantes a aprender a ver televisión por medio del análisis y valoración racional como formas de neutralizar lo negativo del mercadeo televisivo.

En este tema, no menos importante que la escuela es la familia. Para algunos la televisión ha alterado horarios, costumbres, ritmos de vida, horas de alimentación, horas de dormir, convivencia hogareña, relación padres-hijos-hermanos. La diaria interrelación familiar nunca deberá ser substituida con las “cosas” porque éstas de ningún modo reemplazarán la comunicación entre los miembros de la familia.

La televisión, cuando es un medio bien utilizado dará cohesión familiar, ver televisión en familia favorecerá el espíritu crítico, fomentará valores al discernir lo bueno de lo malo, un televidente propositivo se informa, se entretiene, se educa y ante todo se crea el espíritu calificador de lo correcto e incorrecto.

Se planteó como problema en este trabajo investigativo si la televisión tiene incidencia en la formación de antivalores en los adolescentes, entre los objetivos que se pretenden alcanzar está el de promover el fomento de los valores para contrarrestar los antivalores que se promueven en este medio de comunicación de masas, determinar el uso de la televisión en la docencia, explicar el impacto de los antivalores en los adolescentes y establecer el rol de los padres de familia en cuanto al uso del televisor en el hogar.

Respecto a la metodología que se utilizó, además de la investigación bibliográfica, se empleó para obtener la información necesaria la encuesta de opción múltiple a estudiantes, como también la técnica Focus Group que beneficia a la investigación porque los sujetos investigados emiten ideas, opiniones y puntos de vista de forma espontánea sobre el tema investigado.

Se aplicó un cuestionario de selección a los docentes ya que al convivir diariamente con los estudiantes tienen un panorama más real sobre los intereses de los jóvenes y, también un cuestionario a los padres de familia que, como primeros educadores son los principales responsables de llevar a sus hijos por la senda de saber discernir lo bueno o lo malo que ofrece la televisión como medio masivo de comunicación.

Se utilizó del método descriptivo y el método deductivo, respecto al primero porque busca especificar las características o propiedades importantes de personas, grupos o comunidades o cualquier otro fenómeno social que sea sometido a análisis. En cuanto al segundo al considerar que permite describir lo que se está investigando por medio de principios o teorías ya aceptados para inferir conclusiones para situaciones particulares, en este caso, influencia de la televisión en la formación de antivalores en los adolescentes del INEBE JV.

CAPÍTULO I PLAN DE INVESTIGACIÓN

A. Antecedentes

Cordón, M. (2010) ***“La influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del Departamento de Guatemala”***. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Tesis presentada previo a optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

El planteamiento del problema de esta investigación se basa en que la televisión influye o afecta en varios aspectos la vida de los adolescentes, como el comportamiento, las opiniones y actitudes. De acuerdo a la autora los medios masivos de comunicación, como la televisión, cuando los adolescentes la utilizan de manera desmedida y sin criterio provocan en ellos el consumismo y la alienación. La metodología empleada fue el método científico en sus fases indagatoria, demostrativa y expositiva. Así mismo se aplicó el método analítico-sintético el cual fue útil en el proceso de las consultas bibliográficas, luego se realizó una síntesis de los elementos más importantes, los cuales sirvieron de soporte teórico y conceptual a la investigación. El tipo de investigación es descriptiva pues se detallaron cualitativa y cuantitativamente los resultados de la investigación. La población y muestra fueron 76 estudiantes de ambos sexos comprendidos entre 13 y 14 años. Entre los principales resultados obtenidos resalta que la creciente cabida de la televisión en la sociedad guatemalteca ha

influido principalmente en los adolescentes que pasan varias horas al día frente al televisor sin la supervisión de una persona adulta.

De acuerdo a esta investigación, los programas televisivos vistos por los adolescentes sin una adecuada canalización conllevan a que los jóvenes vayan modificando un sistema de valores que han sido enseñados, principalmente en el seno familiar así como en la escuela como institución social.

Gómez, S. (2013) **“Análisis de programas televisivos y sus efectos en la identidad de los jóvenes”** Escuela de Ciencia Política. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Tesis presentada previo a optar el título de Licenciado en Sociología.

En esta tesis el planteamiento del problema enmarca el hecho de que los medios de comunicación se han afianzado paulatinamente como herramientas a través de las cuales los individuos se forman determinadas ideas y opiniones acerca de la realidad. En el caso de la televisión existe una variedad de canales dedicados a la información, al entretenimiento, al deporte, documentales, etc. sin embargo, en relación a los programas juveniles se dedica mayor cobertura a ciertos temas con el propósito de obtener mejores niveles de rating o popularidad, lo que se busca es la venta de ideas y comportamientos que deben caracterizar a los jóvenes de hoy y la creación de nuevas necesidades a partir del consumo de ciertos productos y marcas. Ligado a ello, es evidente la importancia que han adquirido los temas relacionados con la “cultura light” que ha sido un fenómeno muy propagado en programas televisivos dirigidos a jóvenes presentado como un modo de vida ligero, liviano, superficial y basado en la apariencia física y en la concepción de belleza dominante que ha modificado las relaciones sociales entre los individuos que fijan su atención en ciertos parámetros para formar sus respectivos grupos sociales. La metodología utilizada fue la cualitativa y cuantitativa, respecto a la primera se aplicó la técnica

de análisis de contenido de imágenes bajo el modelo de denotación y connotación tomando como base una lista de categorías pertenecientes a la “cultura light”, con el propósito de identificar la presencia de éstas en el contenido de dichos programas e interpretar la manifestación de cada una de ellas. En cuanto a la metodología cuantitativa, ésta se aplicó con la técnica de encuesta en la que se buscó complementar la información obtenida en la observación y análisis de ciertos programas televisivos. La población de estudio fueron 150 jóvenes entre 15 y 24 años con residencia en la zona 2 de ciudad capital. Entre los principales resultado que arroja la investigación es que la televisión, al igual que otros medios masivos de comunicación, incentiva al consumo y a la adquisición de objetos que se presentan con características funcionales, pero que resultan ser simbólicos ya que para los jóvenes la compra de aquéllos les otorgaría prestigio y reconocimiento de parte de sus iguales. Entendiendo el espíritu de esta investigación el impacto de la televisión en los jóvenes promueve la cultura light cuyas peculiaridades son la permisividad, el hedonismo, el relativismo y el consumismo.

Mayén, G. Salinas, Y. & Sánchez, A. (2009) **“La percepción del adolescente de secundaria sobre los contenidos sexuales que le presenta la televisión”** Programa educativo de Psicología educativa. Unidad Ajusco. Universidad Pedagógica Nacional. México, D. F. Tesis presentada previo a optar al título de Licenciatura en Psicología Educativa.

El planteamiento del problema de esta investigación se basa en que una de las principales influencias de información sexual que recibe el adolescente de educación secundaria en el Distrito Federal proviene de los medios de comunicación, especialmente la televisión por su fácil accesibilidad. Precisa la investigación que desde el enfoque educativo es necesario una reflexión en cuanto a la importancia de saber qué información proporcionan los contenidos televisivos sobre sexualidad y cómo impacta ésta en la percepción que sobre la misma tienen los adolescentes. El método empleado se basó en la

investigación descriptiva utilizando como técnica de investigación cuestionarios semicerrados. La investigación se llevó a cabo en la Escuela Secundaria Técnica No. 97 “Bernardo Quintana Arriola”. La población sobre la cual se trabajó fue de 80 estudiantes, 45 de sexo masculino y 35 de sexo femenino entre 13 a 15 años. Entre los principales resultados de la investigación pueden mencionarse que las inferencias sexuales que se hacen en televisión incluyen escenas de relaciones sexuales, insinuaciones visuales del atractivo físico de la mujer en especial, pero también de hombres, caricias, besos, infidelidades, sexo a temprana edad y prematrimonial y homosexualidad.

Los programas con matices sexuales se ocupan de vender una imagen atractiva de una mujer o de un hombre a los adolescentes, desde una perspectiva educativa se debe proporcionar a los adolescentes una educación integral, reflexiva, orientadora y preventiva de riesgos sobre la sexualidad humana.

Franco, G. & Mejía, J. (2010). **“La influencia de la televisión en el aprovechamiento escolar del adolescente de educación secundaria general de la colonia Izcalli-Ayotla.”** Tesis de presentada previo a optar al título de Licenciatura en Pedagogía. Universidad Pedagógica Nacional. México.

El problema de investigación está plasmado de la siguiente manera: ¿Cómo es que la televisión influye en el aprovechamiento escolar de los alumnos de tercer grado de educación secundaria en la escuela “Moisés Saénz”? Respecto a la metodología empleada se utilizó la investigación descriptiva y el diseño causi-experimental utilizando como técnicas la investigación de campo y documental, el registro anecdótico, el cuestionario, el diario de campo y el pretest-postest. En cuanto a la población y muestra se trabajó con los estudiantes de la escuela oficial No. 735 “Moisés Sáenz” de Izcalli-Ayotla del municipio de Ixtapaluca del D.F. Los estudiantes de 3°. “A” y “B” fueron el grupo control y los estudiantes de 3°. “C” y “D” el grupo experimental. Se tomaron como muestra 20 adolescentes

por grupo. Entre los principales resultados de la investigación se pueden mencionar: la publicidad comercial es un factor decisivo en introducir ideologías consumistas creando consecuentemente necesidades que en realidad no son indispensables, la televisión como instrumento tecnológico no es mala en calidad de medio de comunicación, lo que pesa son las políticas con que se rige y con que opera, mismas que impactan a los televidentes. Es indispensable que el docente sepa aprovechar el medio televisivo como un recurso didáctico, que de sentido y dirección educacional al espectador, que le proporcione al adolescente una conciencia crítica, constructiva y reflexiva en cuanto al rol de la televisión como un medio que eduque y no solo recree.

Pirela, P. (2012). ***“El análisis crítico de los contenidos de la televisión: investigación acción con los estudiantes del diversificado de la U.E. Hipólito Cisneros”***. Tesis presentada previo a optar al título de Magister en Enseñanza de las Ciencias Sociales. Universidad de Carabobo. Venezuela.

Como problema de investigación la autora plantea que los medios de comunicación han dinamizado la vida del ser humano y su entorno, particularmente la televisión. Señala que de esta se habla en dos sentidos, uno que es un medio deformador, por ejemplo: modifica el lenguaje de los adolescentes, propicia la violencia en el televidente o aleja a los niños de la lectura. Pero también es un medio que ha beneficiado a la humanidad en cuanto a divulgar lo positivo del ser humano. En cuanto a la metodología utilizada se puede mencionar el estudio cualitativo ya que permite reconocer la subjetividad como fuente de conocimiento, además la investigadora utilizó la investigación-acción ya que el propósito del trabajo fue orientado a formar en los sujetos investigados un análisis crítico de la televisión. La autora trabajó con una muestra de 15 jóvenes de ambos sexos entre los 15 y 17 años del diversificado del Liceo Hipólito Cisneros. La investigadora se convirtió en el principal instrumento a través de la observación participativa, utilizó la grabadora

y el auxilio de otros docentes, para tal efecto se realizaron seis sesiones de trabajo. Se pueden mencionar como principales resultados de la investigación que en gran medida se logró el objetivo general de la investigación, según el cual se aspiraba a consolidar un espacio de formación con los estudiantes de diversificado del liceo Hipólito Cisneros, ubicado en San Diego, estado Carabobo, para el análisis crítico de los medios, analizando, conjuntamente con ellos, los usos de los contenidos de la televisión.

Desde un punto de vista educativo, la televisión como medio de comunicación genera ciertos grados de influencia en los adolescentes, sobre todo con respecto a la aceptación de ciertas formas de vida que se aceptan como normales.

Freites, J. & Piñero, M. (2012). ***“Evaluación del impacto de la serie de televisión los Simpsons en la educación de los valores en adolescentes escolarizados.”*** Tesis presentada previo a optar al título Licenciado en Educación. Universidad Central de Venezuela.

El problema de investigación presentado en esta tesis se basa en el modelo de valores expresados en la caricatura Los Simpsons y su incidencia en adolescentes. En cuanto a la metodología empleada se puede mencionar el uso del método descriptivo ya que permite que se caractericen los hechos con el fin de establecer una estructura investigativa, se utilizó como técnica de recolección de datos el cuestionario de tipo mixto y una adaptación de la Escala de Valores de Schwartz. La investigación tuvo lugar en la Unidad Educativa Industrial Juan Crisóstomo Falcón en Barcelona del estado de Anzoátegui, la población objeto de estudio fue de 79 mujeres y 57 hombres (136 adolescentes) de 11 a 16 años de segundo y tercer año de educación media general. Como principal resultado, los investigadores, señalan que la caricatura Los Simpsons muestran altos contenidos de violencia emocional, sexo explícito y detallado. Consecuentemente la serie televisiva afecta la moralidad propia de los

adolescentes y no refleja valores congruentes con la familia venezolana. Recomiendan los investigadores que la educación formal (la escuela) debe contribuir en mayor medida a formar ciudadanos reflexivos en cuanto a lo que proyecta la televisión actual.

Salguero, D. & Venlasaca, I. (2011). ***“Incidencia de los programas televisivos en el comportamiento de los estudiantes de Quinto, Sexto y Séptimo año de educación básica de unidad educativa Jean Piaget de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo en el período 2010-2011”***. Tesis presenta previo a optar al título de Licenciatura en Educación, mención Educación Básica. Ecuador.

Respecto al problema de investigación las autoras plantean: ¿Los programas televisivos afectan en el comportamiento de los estudiantes de quinto, sexto y séptimo año de esta unidad educativa? Utilizaron para su investigación el método deductivo y el inductivo, por el propósito fue una investigación aplicada, por el nivel, una investigación descriptiva y explicativa, por el lugar, fue una investigación documental y de campo. Se utilizó el cuestionario, encuesta y observación para obtener la información necesaria. La población y muestra estuvo constituida por 86 estudiantes varones de la unidad educativa Jean Piaget. Como principales resultados de esta investigación se pueden plantear estos: si bien la agresividad de algunos niños depende de varios factores, los programas televisivos son uno de ellos pues influyen directamente en los niños los cuales acogen dichos comportamientos que se evidencian en la socialización en la escuela, y, la mayoría de los niños emulan la conducta de personajes de la televisión. De acuerdo a esta investigación los padres de familia deben ser llamados a controlar el tipo de programas televisivos que ven sus hijos para evitar que influencias como la agresividad sean asimiladas de manera inconsciente por los menores de edad.

Bocancho, M. (2010). ***“Los programas de televisión y su incidencia en la conducta de los estudiantes de los segundos y terceros años de bachillerato especialidad Físico Matemático de la unidad educativa Madison High Scholl del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi durante el período 2009-2010.”*** Tesis presentada previo a optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Educación, mención: Educación Básica”. Ecuador.

El problema de investigación de este trabajo se basa en la interrogante ¿cómo inciden los programas de televisión en la conducta de los estudiantes de los segundos y terceros años del bachillerato Físico Matemático de la unidad educativa Madison High School? La metodología utilizada fue de carácter descriptivo y exploratorio, como instrumentos se utilizó la encuesta aplicada a estudiantes y a profesores. La población fue de 90 estudiantes del sexo masculino, entre los principales resultados de esta investigación se pueden mencionar que la televisión influye negativamente en la conducta de los estudiantes ya que al pasar muchas horas frente al televisor viendo programas con contenidos violentos se crea una conducta agresiva imitando el modelo observado y aceptando la agresión como una conducta normal y aceptable entre los propios estudiantes.

Flores, C. (2010). ***“La recepción televisiva de jóvenes estudiantes de nivel medio (secundaria) de Comalcalco, Tabasco (México). Una exploración autorreflexiva del uso de la televisión y su investigación con técnicas cualitativas”*** Tesis presentada previo a optar al título de Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Educación, Universidad Autónoma de Barcelona.

El problema de la presente investigación se basó en el análisis del consumo televisivo entre jóvenes estudiantes de nivel medio al considerar que la recepción televisiva es una actividad que se lleva a cabo en el marco de la vida

cotidiana de las personas. Para su trabajo de investigación el autor utilizó los métodos cualitativos porque son los más adecuados para explorar este tipo de procesos sociales porque estudian los procesos de construcción de significados. Entre las técnicas utilizadas por el investigador se pueden mencionar los talleres de futuro, la entrevista, los grupos de enfoque, los grupos de discusión y la encuesta. La población de esta investigación fue de 484 mujeres y 450 hombres entre los 12 y 15 años en 6 centros educativos tanto del sector público como del sector privado del municipio de Comalcalco, Tabasco en México. El investigador trabajó con estudiantes de la clase baja, media y alta de la población de acuerdo a las posibilidades económicas de la población. Entre los principales resultados del trabajo investigativo se puede establecer que el promedio general de consumo de televisión entre estudiantes de secundaria del municipio mencionado se tiene un promedio de 3.8 horas diarias de ver televisión entre semana y 5.1 horas diarias en fin de semana, también es importante señalar que un 55.6% de los encuestados afirmaron que la televisión es un medio para aprender “cosas de la vida”. El investigador determina en este estudio que la televisión forma parte de la vida cotidiana de los estudiantes de estas edades “no siempre la encienden con un objetivo o para ver un programa específico, la encienden porque en ese momento toca encenderla, como siempre, como todos los días”, no menos importante es el disfrute/placer “los estudiantes hablan de disfrutar, alegrarse, pasarlo bien y divertirse al ver la televisión”.

Torres, N. (2011). ***Influencia del programa de televisión icarly.com en el comportamiento de las y los adolescentes del 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)*** Tesis presentada previo a optar al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

El problema de este trabajo investigativo se centra en la influencia que tuvo del programa icarly.com en el comportamiento de las y los adolescentes del nivel básico de un instituto privado de la ciudad de Guatemala, este programa norteamericano muestra la edad escolar de 5 adolescentes que exponen por internet videos de cosas divertidas y talentos raros, estuvo en el aire 6 temporadas alcanzando una audiencia juvenil de 2.4 millones de espectadores. El tipo de métodos planteados por la autora fueron el inductivo, el explorativo y el cuantitativo, el inductivo porque se basó en el estudio de casos yendo de la particular a lo general utilizando encuestas para establecer parámetros que ayudaron a determinar el comportamiento de los adolescentes, el explorativo porque la investigadora efectuó una investigación de campo para determinar si la hipótesis planteada se comprobaba o no y el cuantitativo porque se explican y controlan fenómenos a través de un enfoque de obtención de datos numéricos. Entre las técnicas se menciona el estudio de casos y entre los instrumentos el cuestionario, fichas bibliográficas de resumen y las encuestas. El universo a estudiar fueron institutos públicos y privados de la zona 1 capitalina y la muestra, utilizando la técnica del azar fue un sorteo entre 10 establecimientos saliendo ganador el Instituto en mención. 45 estudiantes fueron del sexo femenino y 55 del sexo masculino. Entre los principales logros de esta investigación se puede mencionar que los estudiantes objeto de estudio asimilaron ciertos comportamientos del programa televisivo ya que un 30% respondieron que Sí a la pregunta sobre si consideraban que el programa de televisión icarly.com influía en su conducta, un 28% respondieron que A veces y un 24% que Tal vez contra un 17% que respondieron que dicho programa no influía en su conducta. Es importante mencionar que un 53 % de los adolescentes consideran que la televisión rompe la comunicación entre padres e hijos. Como recomendación la autora hace énfasis que los docentes y en consecuencia la escuela tiene un papel de primer orden en cuanto a orientar a los estudiantes respecto al uso de la televisión ya que sabiéndola utilizar es una herramienta positiva para el auto-aprendizaje en casa.

B. Planteamiento y definición del problema

Uno de los medios actuales de comunicación masiva tanto a nivel nacional como internacional es la televisión, satisface necesidades como la información o el entretenimiento, el acontecer político de un país o el acontecer deportivo mundial o el suceder social o cultural de una comunidad.

El uso de la televisión en la sociedad guatemalteca es innegable por lo que se le ha considerado como uno de los medios de primer orden de comunicación en nuestro país, desde cualquier esfera social el televisor en parte de los hogares guatemaltecos.

Al referirse al respecto, Cerezo (citado por Cabero: 2000) afirma “el poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual”.

Este medio de comunicación es universal ya que es visto por toda tipo de personas sin importar su clase y condición social, se mira durante más tiempo y con más periodicidad que cualquier otro medio comunicativo de masas.

La existencia de la televisión ha influido en los diferentes estratos sociales desde cualquier punto de vista, en las conductas sociales o en las manifestaciones culturales, en los gustos deportivos, en las costumbres de los pueblos, en la política, en la religión o en el comportamiento de los mercados productivos y ante todo en la forma de “encarar” la vida por las personas “comunes y corrientes” y las “no tan comunes y corrientes”.

En el medio guatemalteco, como en cualquier otro medio regional, la televisión está disponible las 24 horas, se ha convertido en un elemento indispensable en

los hogares “chapines” ya que es uno de los vehículos idóneos para estar informado tanto del acontecer nacional como internacional.

Diversos especialistas del comportamiento humano han manejado la idea que la televisión tiene influencias tanto positivas como negativas en el televidente, principalmente en la niñez y en la adolescencia.

Desde el punto de vista del mundo de los educadores surgen interrogantes como ¿La televisión educa o entretiene? ¿La televisión fomenta valores o antivalores? ¿La televisión es un negocio que genera grandes ganancias económicas a grupos corporativos o es un medio de difusión cultural en beneficio de la humanidad?

No se puede negar la existencia de programas televisivos gratificantes, programas que complementan los procesos de enseñanza-aprendizaje de la escuela, desde este punto de vista la televisión es un instrumento promotor de la educación. Las ciencias y las artes y otras expresiones del quehacer humanos se han visto beneficiadas con el advenimiento de esta creación tecnológica, gracias a la televisión el científico o el artista comparte con el televidente las bondades de éstas u otras áreas del saber humano.

Pero tampoco se puede obviar que es una ventana que promueve una falsa vida al televidente, una vida que promueve antivalores donde se busca disfrutar de las bondades de la existencia a cualquier precio. Uno de los grandes flagelos de la humanidad: la violencia, llega a la familia desde cualquiera de sus manifestaciones gracias a la televisión.

La diversidad de programaciones ofrece una gama de opciones al televidente, dentro de los grupos de espectadores más expuestos a “estar sentados frente al televisor” figuran los pequeños de la familia y los jóvenes.

Expertos en desarrollo humano consideran que en la adolescencia la persona aún no tiene un juicio consistente y una visión personal frente a programas televisivos que los hacen fácilmente vulnerables en cuanto a razonar y actuar.

Estudios realizados en las década de los 90 por universidades norteamericanas revelan que la televisión es una fuente generadora de fanatismo, el grave problema de los programas con altos contenidos violentos está en que los niños y los adolescentes cada vez son menos sensibles emocionalmente a estos actos y por consiguiente se da un incremento de actitudes agresivas.

A nivel escolar, la televisión vino a sustituir a la lectura, la primera ofrece imágenes visuales junto a estímulos auditivos, la segunda la capacidad de imaginar. La televisión influye o afecta en varios aspectos a la juventud, la adolescencia es una época de cambios, es una etapa del descubrimiento de la propia identidad así como de la autonomía individual, con la llegada del pensamiento abstracto se desarrolla la capacidad de relativizar y ante todo es la época de la personalización de los afectos y del sentido de pertenencia.

De acuerdo con la experiencia docente, la televisión como medio de comunicación es un medio de educación informal, dentro de la variedad de programas se puede identificar valores o antivalores que de una u otra forma inciden en el comportamiento que puedan manifestar los estudiantes del ciclo básico.

Al respecto surgen interrogantes cómo: ¿Qué es lo que buscan los jóvenes en la televisión? ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Qué tipo de programas son los que más llaman su atención? ¿Les agrada todo lo que ven en la televisión? ¿Entienden todo lo ocurrido en televisión? ¿Qué les gustaría ver en la televisión?

Responder a estas interrogantes será una pauta para comprender si en realidad los jóvenes tienen conciencia del impacto de la televisión en la formación de su personalidad y en la vida cotidiana de cada uno de ellos.

En base a lo expuesto se plantea como problema de investigación: la televisión es un medio de comunicación masiva que incide en el fomento de antivalores en los adolescentes.

En relación a lo anterior las líneas de investigación de la USAC efectuadas por estudiantes a nivel de licenciatura en áreas como sociología, psicología, educación o ciencias de la comunicación enfatizan el hecho que la televisión es un vehículo comunicacional en dos vías, una es la percepción negativa en cuanto a que el medio televisivo fomenta en la persona la desculturización en el amplio sentido de la palabra y, la otra, que la televisión bien llevada deberá ser un medio para promover el desarrollo integral de la persona a través del fomento de las artes, las ciencias y la cultura de los pueblos.

Partiendo del planteamiento del problema, como interrogantes secundarias se manejan: ¿Cuál es el uso docente de la programación televisiva para promover valores en los estudiantes? ¿Cómo afecta al adolescente los antivalores que se evidencian en la programación televisiva? ¿Cuál es el rol de los padres de familia en cuanto al uso del televisor en el hogar?

C. Objetivos

1. General

- a. Contribuir con el fomento de valores en los alumnos y alumnas del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV de la Antigua Guatemala, Sacatepéquez para contrarrestar los antivalores que se promueven en la programación televisiva.

2. Específicos:

- a. Establecer el uso de la televisión por parte de los docentes para promover valores en los estudiantes.
- b. Determinar cómo afectan al adolescente los antivalores que se muestran en la programación televisiva.
- c. Establecer el rol de los padres de familia en cuanto al uso del televisor en el hogar.
- d. Diseñar una propuesta para fomentar el juicio crítico, analítico y lógico en el adolescente para discernir lo bueno de lo malo que proyecta la televisión.

D. Justificación

Entre los varios problemas que afectan a los jóvenes actualmente es el buen uso del tiempo libre, la televisión es un producto tecnológico que ya es parte de las familias guatemaltecas, ver televisión es una de las maneras que en que los adolescentes invierten el tiempo fuera del ámbito escolar.

Al entender en una forma sencilla los valores cómo los principios que rigen el comportamiento humano, principios orientados hacia conductas que buscan la mejora en el desarrollo integral de la persona, la televisión es un medio idóneo que proyecta tanto valores como antivalores que de una u otra forma influyen sobre la manera de pensar, actuar y ver el mundo según los ojos de la actual juventud.

Los estudiantes del nivel medio y principalmente el ciclo básico es un sector de la población educativa expuesto al bombardeo de la amplia diversidad de programas televisivos. Expertos en medios de comunicación sostienen que la televisión no es buena o mala en sí misma, el que sea susceptible de generar

efectos negativos o positivos dependerá del uso que se haga de ella y el valor formativo de los programas que las empresas televisivas emitan.

Un alto porcentaje de programas televisivos están lejos de dignificar a la persona, la televisión comercializada a través de programas sin riqueza humana no busca dar una lección de buenas costumbres ni de moral, se olvida que el televidente, sea adulto o joven, necesita principios fundamentales de honestidad, veracidad, y ante todo ejemplos de rectitud de conciencia.

La vivencia de valores es uno de los aspectos más importantes en la vida de todos los seres humanos. Aunque los valores se inculcan ante todo en el núcleo familiar, el adolescente los aprende en todo lugar, también espera encontrarlos en la televisión por ser uno de los medios de comunicación que más fuerza e impacto tiene sobre las personas.

Tomando en cuenta los puntos de vista anteriores se considera importante la realización de esta investigación para determinar la incidencia de la televisión en la formación moral de las y los estudiantes del INEBE JV de la Antigua Guatemala, Sacatepéquez.

E. Tipo de investigación

El presente estudio es de tipo descriptivo ya que describe el comportamiento de las variables para analizar los resultados a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuya al conocimiento del hecho investigado, lo anterior se enmarca dentro de lo aceptado respecto de las investigaciones descriptivas ya que estas abarcan todo tipo de recolección científica de datos, con el ordenamiento, tabulación, interpretación y evaluación de éstos.

F. Hipótesis

Por ser un estudio descriptivo no se plantea una hipótesis.

G. Variables

- a. Valores
- b. Programación televisiva

Variable	Definición Teórica	Definición Operativa	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Valores	Los valores son cualidades o actitudes por las que se rige el comportamiento o la conducta de un ser humano en relación a sí mismo o en relación con sus semejantes.	Los valores modifican comportamientos en los adolescentes para una sana formación de su personalidad y una armoniosa relación con sus iguales.	<p>La televisión forma juicios en los adolescentes sobre lo que es correcto e incorrecto.</p> <p>La televisión, como medio de comunicación social, promueve valores en la audiencia juvenil.</p> <p>El diálogo con los hijos e hijas ayuda a determinar lo bueno y lo malo que proyecta la televisión.</p> <p>La televisión influye en ciertas actitudes y comportamientos como el respeto, el agradecimiento o el compañerismo en los adolescentes.</p> <p>Regularmente un estudiante muestra respeto hacia los mayores porque ha visto en la televisión programas de consideración hacia los adultos.</p> <p>El odio, la envidia o la mentira son antivalores que se miran en ciertos programas televisivos.</p> <p>Los adolescentes miran televisión como una forma de distracción de sus actividades cotidianas.</p> <p>Las novelas provocan un mal comportamiento en los adolescentes.</p>	<p>Análisis documental aplicado a la información documental obtenida.</p> <p>Encuesta</p> <p>Focus Group</p>	<p>Ficha de análisis: Utilizada en la investigación documental.</p> <p>Cuestionario de selección múltiple en base a escala Likert aplicada a: Estudiantes Docentes y Padre de familia</p> <p>Guía para estudio de grupo focal.</p>

Variable	Definición Teórica	Definición Operativa	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
			<p>La solidaridad, el agradecimiento o la honestidad son valores que se difunden en la televisión.</p> <p>Un alto porcentaje de programas televisivos inciden en el adolescente para valorar una buena armonía en sus relaciones interpersonales.</p> <p>Apreciar los servicios de otras personas, devolver lo que no es de uno o cumplir con lo prometido son acciones que fomenta la televisión.</p> <p>Programaciones juveniles promueven valores como apreciar los servicios de otras personas, agradecer un favor o pagar lo que se debe en los adolescentes.</p> <p>Programas culturales, científicos o educativos son de la preferencia de los adolescentes.</p> <p>Los docentes deben utilizar la televisión como herramienta educativa para promover valores en los estudiantes.</p> <p>Los adolescentes miran televisión para estar informados de noticias nacionales e internacionales.</p>		

Variable	Definición Teórica	Definición Operativa	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Programación televisiva	La programación televisiva moldea la percepción del televidente según la capacidad de éste para diferenciar lo correcto de lo incorrecto, lo bueno de lo malo o lo real de lo irreal.	Las programaciones televisivas influyen positivamente en los adolescentes cuando son un medio de superación personal y negativamente cuando menoscaba su integridad como persona humana.	<p>Ciertos comportamientos impulsivos de los adolescentes son producto de ver programas violentos.</p> <p>Los estudiantes que muestran comportamientos agresivos ante sus compañeros generalmente han visto escenas violentas en la televisión.</p> <p>Los hijos comentan en casa los programas televisivos que sus profesores mencionan para promover valores en los adolescentes.</p> <p>Los maestros favorecen valores morales en los adolescentes al promover la audiencia de programas educativos.</p> <p>Los adolescentes miran televisión como una forma de distracción de sus actividades cotidianas.</p> <p>Las películas que se transmiten en la televisión, por lo general, tienden a fomentar valores en los estudiantes del nivel medio.</p> <p>La programación televisiva actual influye negativamente en la formación de valores en los hijos e hijas.</p>	<p>Análisis documental aplicado a la información documental obtenida.</p> <p>Encuesta</p> <p>Focus Group</p>	<p>Ficha de análisis: Utilizada en la investigación documental.</p> <p>Cuestionario de selección múltiple en base a escala Likert aplicada a: Estudiantes Docentes y Padre de familia</p> <p>Guía para estudio de grupo focal.</p>

Variable	Definición Teórica	Definición Operativa	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
			<p>Los padres de familia deben supervisar la programación televisiva que se miran en el hogar.</p> <p>Los padres de familia deben analizar y consecuentemente supervisar la programación televisiva que miran los niños, niñas, jóvenes y señoritas en casa.</p> <p>Un horario ayuda a mantener un control sobre las horas que los adolescentes miran televisión en casa.</p> <p>La televisión, como medio de comunicación social, promueve valores en la audiencia juvenil.</p> <p>Por lo general la televisión influye en la forma de pensar y actuar del adolescente.</p> <p>Documentales sobre el arte, ciencia o cultura tienen una audiencia juvenil porque son programas que despiertan interés en los adolescentes.</p> <p>La programación televisiva actual influye negativamente en la formación de valores en sus hijos e hijas.</p>		

H. Metodología

1. Método:

Para realizar el presente estudio se utilizó el método descriptivo y el método deductivo, el primero porque tiene como principal objetivo describir sistemáticamente hechos y características de una población dada o área de interés de forma objetiva y comprobable, además de proporcionar datos y hechos que pueden ir dando pautas que posibilitan la configuración de teorías. El segundo porque persigue obtener conclusiones significativas que evidencie cual es la relación, es este caso, televisión-valores, de acuerdo a los objetivos planteados.

2. Técnicas:

- a. Técnicas documentales: Investigación bibliográfica ya que se indagó, interpretó y se consideró la información documental disponible seleccionando la información relevante para el proceso de investigación.
- b. Técnicas de campo: Encuesta estructura tipo Likert aplicada a estudiantes, docentes y padres de familia para obtener la información pertinente para el presente estudio.
- c. Grupo focal con adolescentes de primero, segundo y tercero básico para que compartieran sus opiniones acerca del problema de estudio.

3. Procedimientos:

- a. Se aplicó un cuestionario de selección múltiple tipo Likert a los estudiantes del INEBE JV con relación a la televisión y los valores. Se indicó fecha y hora por parte de las autoridades del plantel.
- b. Grupo focal con estudiantes: Se seleccionó un grupo de 15 estudiantes de primero a tercero básico al azar para realizar la actividad, se lanzaron preguntas previamente estructuradas acerca de televisión y los valores (ver anexo) en donde los adolescentes participaron voluntariamente para enriquecer la actividad. Duración aproximada 90 minutos. Se indicó fecha y hora por parte de las autoridades del plantel. Se utilizó un cuaderno de campo por parte del investigador para las anotaciones respectivas.
- c. Se aplicó un cuestionario de selección múltiple tipo Likert a los docentes para analizar el punto de vista del profesorado respecto a la incidencia de la televisión en los adolescentes. Se solicitó la colaboración a las autoridades del Instituto y se indicó fecha y hora para la realización de la misma.
- d. Considerando la importancia de opinión de los padres de familia se aplicó un cuestionario de selección múltiple tipo Likert sobre el rol que juega la televisión en el hogar. Se solicitó la colaboración de 10 padres de familia para tal efecto, el cuestionario fue enviado por medio de los estudiantes para ser resuelto en 48 horas para luego ser recogido en el Instituto.

4. Instrumentos:

- a. Cuestionario de selección múltiple tipo Likert a estudiantes (ver anexo)
- b. Cuestionario de selección múltiple tipo Likert a docentes (ver anexo)
- c. Cuestionario de selección múltiple tipo Likert a padres de familia (ver anexo)
- d. Guía de grupo focal (ver anexo)
- e. Ficha de análisis

I. Sujetos de la investigación

Los sujetos investigados constituyen la población total de estudiantes de ambos sexos de primero, segundo y tercero básico del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV de la Antigua Guatemala, Sacatepéquez. Del 100 % de los estudiantes, 74 son varones (55%) y 60 son señoritas (45%) entre 12 a 18 años para un total de 134 estudiantes. 12 docentes y 10 padres de familia. No hay muestra consecuentemente no hay criterios de selección.

CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

A. Los Valores

A lo largo de los últimos años se ha escrito diversidad de enfoques sobre los valores, estos pueden ser estudiados desde el punto de vista filosófico, religioso, educativo, sociológico, cultural o social.

El diccionario de la RAE en el sentido filosófico define la palabra valor como: “cualidad que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables. Los valores tienen polaridad en cuanto son positivos o negativos, y jerarquía en cuanto son superiores o inferiores”.

Para García Máynez (citado por Cordón, 2010) “el valor está relacionado con la propia existencia de la persona, afecta su conducta, configura y moldea sus ideas y condiciona sus sentimientos”.

Entendiendo el pensamiento de este filósofo la práctica de los valores desarrolla la humanidad de la persona, mientras que los contravalores lo despoja de esa cualidad. Así, por ejemplo ha de considerarse un valor decir la verdad y un contravalor actuar con mentiras. De acuerdo a este autor los valores como la honestidad, la solidaridad, la igualdad, la tolerancia, el respeto, el amor, la responsabilidad serán esas acciones que cada ser humano tiene para ser una mejor persona en la vida y consecuentemente a convivir mejor con sus semejantes.

Del pensamiento de García Máynez se puede inferir que el hombre obra en relación consigo mismo en donde los valores se extienden a todos los campos

de la actividad humana. Respecto a los valores Scheler (citado por Patiño, 1994) enfatiza: “las personas poseemos una intuición emocional básica (como cualidad inseparable del ser humano), para establecer lo que puede considerarse como algo bueno o como algo malo”.

Scheler piensa que los valores son cualidades independientes de los bienes: los bienes son cosas valiosas, y aún cuando un bien nunca hubiera sido validado como bueno, sería, no obstante bueno.

La independencia de los valores implica su inmutabilidad; los valores no cambian, son absolutos; no están condicionados por ningún hecho, cualquiera sea su naturaleza, histórica, social, biológica o puramente individual. Sólo nuestro conocimiento de los valores es relativo, no los valores mismos. La traición de un amigo, no altera el valor de la amistad.

Los valores pueden ser captados por medio de una intuición emocional básica, pero el que no sea sentido o captado, no quiere decir que éstos no existan; Scheler critica la posición historicista que supone un relativismo de los valores considerándolos productos de una determinada situación histórica; el relativismo historicista. Según este filósofo, esta corriente comete el error de no advertir el carácter independiente de los valores confundiendo los cambios que sufren los bienes y las normas.

Para este pensador alemán el valor no puede reducirse a la expresión de un sentimiento, porque con frecuencia captamos los valores con independencia de los sentimientos que experimentamos, así, podemos comprobar la existencia de un valor moral en nuestro enemigo.

Ortega y Gasset (citado por Martínez, 2009) afirma que los valores son cualidades de tipo irreal, se perciben los objetos, pero no los valores; en un cuadro el lienzo, los colores, las líneas o la forma son elementos reales que

pueden percibirse, pero la belleza, la armonía o la gracia son elementos irreales, no se pueden percibir porque son valores.

Según la filosofía de este autor el estimar es a los valores lo que es el ver a los colores y el oír a los sonidos. Para él existen dos experiencias, la sensible y la estimativa. La capacidad estimativa permite estimar o desestimar los valores. Los valores positivos se estiman en tanto los valores negativos se desestiman.

La justicia es un valor positivo porque es advertido y estimado en tanto la injusticia es un valor negativo porque la percepción hace desestimarlos.

Analizar filosóficamente el tema de los valores implica tener un dominio amplio sobre el mismo.

Los valores son entidades irreales y objetivas, y, como tales, no pueden ser captadas mediante la razón. La objetividad es garantía de la inmutabilidad de los valores y del carácter absoluto de su jerarquía, en tanto que su irrealidad lo es de la diversidad estimativa, que puede ser correcta, errónea o perversa. Vistas así las cosas, los valores no tienen la categoría de ser, propia de los objetos reales y del pensamiento, sino que valen, como dijera Rudolph Hermann Lotze (1817-1881); o simplemente pertenecen al grupo ontológico que Edmund Husserl (1859-1938) llama, siguiendo al psicólogo Stumpf, objetos no independientes, es decir, objetos que no son, sino que se adhieren. El valor no es un objeto, sino que siempre es algo que se adhiere a la cosa. Es una cualidad irreal. (Martínez, 2009, p.3).

Entre los filósofos latinoamericanos del siglo pasado, Frondizi (1972) sostiene: “los valores son una cualidad sui generis de un objeto. Los valores son agregados a las características físicas, tangibles del objeto, es decir, son atribuidos al objeto por un individuo o un grupo social, modificando –a partir de esa atribución- su comportamiento y actitudes hacia el objeto en cuestión” (p.26).

Para este filósofo la existencia de un valor es el resultado de la interpretación que hace el sujeto de la utilidad, deseo, importancia, interés o belleza del objeto. A criterio de Frondizi la valía del objeto es en cierta medida atribuida por el sujeto en acuerdo a sus propios criterios e interpretaciones, producto de un aprendizaje o de una experiencia o la existencia de un ideal.

Entendiendo el pensamiento de este autor, se considera que los valores tienen un lado subjetivo y otro objetivo, y para conocer y valorar no solamente se requiere de un sujeto y un objeto, sino también de las circunstancias, porque éstas determinan la valoración. Es decir, el valor existe como una cualidad irreal, más no ideal, porque el valor no le da existencia al objeto sino que lo supone. De acuerdo a Frondizi, por las circunstancias, en un momento dado se deja de valorar algo que antes tenía valor o se valora algo que antes no tenía valor.

La Sociología también aporta su concepción sobre valores. Manríquez (2008) refiere que la existencia de los valores mantiene la cohesión social, logran la inteligibilidad de las conductas y general un ethos compartido que proporciona la certidumbre del funcionamiento de la vida cotidiana. Los valores son esenciales para entender la disciplina sociológica y juzgar el comportamiento de la sociedad en general.

A criterio de los sociólogos, todos los seres humanos aprecian, estiman, desean obtener, recomiendan o proponen como ideales ciertos valores, sin embargo, lo que puede ser atractivo para algunos es rechazado por otros. Estima Manríquez que los valores siempre han estado presentes desde los inicios de la humanidad, para el hombre siempre ha existido cosas e ideales valiosos; el bien, la verdad, la felicidad o la belleza han acompañado al ser humano pero el criterio para darles valor ha variado a través de los tiempos ya que se puede valorar de acuerdo a esquemas sociales, a la costumbre, a los principios éticos o a criterios estéticos.

Sociológicamente los valores son producto de cambios y transformaciones a lo largo de la historia, surgen con un especial significado y cambian o desaparecen en las distintas épocas. La virtud y la felicidad actualmente tienen un significado muy distinto que el ser virtuosos o felices según la concepción de los antiguos griegos.

La sociología estudia científicamente las relaciones de los seres humanos unos con otros, unos de los tantos temas que investiga esta ciencia social son los valores sociales, descriptivamente se puede decir que tiene valor todo lo que es útil, deseable o admirable para la persona o el grupo. Para entender los valores desde un punto de vista social, mínimo debe haber 3 elementos importantes: el objeto mismo, que es un valor; la capacidad que tiene el objeto de satisfacer las necesidades sociales y la apreciación que tienen las personas del objeto en cuanto a su capacidad de dar satisfacción.

Ante la interrogante ¿Qué características tienen los valores según criterios sociológicos? Los estudiosos de esta disciplina plantean cómo mínimo estos criterios:

- Durabilidad: hay valores que son más permanentes en el tiempo que otros.
- Integralidad: cada valor es una abstracción íntegra de sí mismo, no es divisible.
- Flexibilidad: los valores cambian con las necesidades y experiencias de las personas
- Satisfacción: los valores generan satisfacción al practicarlos
- Jerarquía: ciertos valores se consideran superiores como la dignidad o libertad y otros inferiores como los relacionados a las necesidades básicas.
- Trascendencia: los valores trascienden el plano concreto al dar significado y sentido a la vida humana y a la sociedad.
- Dinamismo: los valores se transforman con la época.
- Aplicabilidad: los valores se aplican en las diversas situaciones de la vida en acciones prácticas que reflejan los principios valorativos de la persona.
- Complejidad: los valores obedecen a causas diversas, requieren complicados juicios y decisiones.

Pero, ¿Dónde se aprenden los valores? La respuesta a este interrogante es variada. El ser humano en sus diarias interrelaciones sociales favorece el aprendizaje no sólo de los valores, sino de actitudes y creencias como elemento activo de un grupo social.

Al respecto Moleiro (2008) identifica cuatro formas que inciden en la formación de valores: “la familia, escuela, los medios de comunicación y el grupo de los iguales que varían según la edad”. (p. 12)

Se tiene por generalizado que toda persona nace en el seno de una familia y es el seno del hogar la primera escuela de valores, y, por su parte, la escuela debe mantener su rol, no sólo de transmisora de valores sino de coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.

Los medios de comunicación juegan un papel importante ya que transmiten valores y antivalores que influyen en las personas no importando edades ni niveles culturales, en este sentido es necesaria una reflexión crítica y constructiva en relación al mensaje que estos medios emiten, y los grupos de iguales, a la temprana edad de la adolescencia los jóvenes buscan relacionarse con aquellos con quienes se sientan identificados y en el grupo se viven y se intercambia valores.

El Ministerio de Educación de Guatemala, en el año 2004 estableció la “Estrategia de Educación en Valores y Formación Ciudadana 2004-2008” para el mejoramiento de la calidad educativo denominada Aprendo, la cual se enmarca en los instrumentos referenciales de orden jurídico-político vigentes como lo son la Constitución Política de la República de Guatemala, la Ley de Educación Nacional y el Diseño de Reforma Educativa y Acuerdos de Paz, entre otros.

Dentro del Currículo Nacional Base y las nuevas orientaciones curriculares, la educación en valores es un eje transversal de la educación nacional articulándose especialmente con el área de Formación Ciudadana.

De acuerdo a la Estrategia de Educación en Valores y Formación Ciudadana 2004-2008 del Mineduc.

El término valor está relacionado con la propia existencia de la persona, ya que afecta su conducta, configura y modela sus ideas y condiciona sus sentimientos; por consiguiente, los valores son el fundamento del orden y del equilibrio personal y social. Los valores pueden ser realizados, descubiertos e incorporados por el ser humano: en esta triple posibilidad, reside su importancia pedagógica.

Los valores universales de verdad, justicia, libertad, responsabilidad, igualdad, fraternidad, solidaridad, equidad, paz, bondad y honradez, completan la formación de la persona en la comunidad educativa guatemalteca.

Una dimensión más de la educación es la formación ética y moral, para lograr la vivencia cotidiana de los valores universales y de cada pueblo guatemalteco. La Ética es uno de los fundamentos de la vida humana en relación a la conducta, valores y comportamiento: la esencia de todos los valores se ejercita socialmente en el derecho de ser, sentir, conocer, pensar, disentir, acordar, actuar y reconocer.

La Educación en Valores y Formación Ciudadana, debe alcanzar gradualmente, bajo los principios y fundamentos de la transformación curricular, la Visión de Ciudadanía y el Ciudadano 2025.

Considerando la idea central de estas Estrategias del Mineduc los docentes deben asumir también un compromiso profesional para facilitarles a los educandos la formación y desarrollo de capacidades de orden moral y ético, se requiere del magisterio nacional cambiar el rol tradicional de transmisor de conocimientos por el rol de constructor de valores.

Tabla No. 1
Valores Universales que propone el Mineduc para la formación de la persona en la comunidad educativa guatemalteca.

Verdad
Justicia
Libertad
Responsabilidad
Igualdad
Honradez
Solidaridad
Sinceridad
Respeto
Amistad

Elaboración propia. Abril de 2014

Definición de los valores en base al Diccionario On Line de la Lengua Española, edición 22^a de 2001.

- ✓ **Verdad:** Conformidad de lo que se dice con lo que se siente o se piensa.
- ✓ **Justicia:** Dar a cada uno lo que le corresponde o pertenece.
- ✓ **Libertad:** Facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra, y de no obrar, por lo que es responsable de sus actos.
- ✓ **Responsabilidad:** Poner cuidado y atención en lo que se hace o dice.
- ✓ **Igualdad:** Principio que reconoce que todas las personas tienen los mismos derechos.
- ✓ **Honradez:** Rectitud en el obrar de la persona.
- ✓ **Solidaridad:** Acción de prestar ayuda a quién lo necesite.

- ✓ **Sinceridad:** Sencillez, veracidad, modo de expresarse libre de fingimiento.
- ✓ **Respeto:** manifestación de cortesía, actitud considerada hacia las personas.
- ✓ **Amistad:** afecto personal, puro y desinteresado compartido con otras personas.

Educar en valores es un derecho fundamental en la formación integral de la persona humana, también es el medio idóneo que permite potenciar actitudes y hábitos que son la base en el proceso de modificar la conducta del ser humano.

¿Por qué educar en valores? Para Izquierdo (2003) los valores son “los ejes fundamentales por los que se orienta la vida humana y constituyen a su vez, la clave del comportamiento de las personas, los valores dinamizan nuestra acción y nuestra vida, dignifican y ennoblecen a la persona e incluso a la misma sociedad” (p.29). Para este religioso español en toda conducta humana, subyacen los valores los cuales dirigen y dan sentido al proceder individual y social de cada persona.

Sobre el tema de los valores se han realizado diversidad de investigaciones con varios puntos de vista y enfoques, lo cual resulta entendible pues constituye una cuestión que puede ser abordada desde diferentes campos del saber.

Molerio (2008) afirma:

Las cosas no son valiosas por sí mismas, sino que tienen el valor que nosotros les damos y, por eso cada persona tiene su propia escala de valores. No todos nos comportamos igual ante las vivencias y los problemas de la vida; según los valores a los que les damos prioridad, le damos sentido a lo que hacemos. (p 10)

De acuerdo a lo anterior todo acto humano implica la necesidad de elegir entre varios actos posibles y al elegir libremente entonces se es responsable moralmente de lo que se hace o lo que se deje de hacer.

B. Jerarquía de los valores

No existe una jerarquía idónea para hablar y entender los valores, diferentes tratadistas a lo largo del tiempo los han estudiado y los han explicado de diferentes maneras. Scheler, (citado por Patiño, 1994) filósofo alemán los encierra bajo estos criterios:

- Los valores de lo agradable y lo desagradable, en donde están los sentimientos sensoriales del placer y dolor sensible.
- Los valores vitales de los bienes y males físicos que acompañan la vida como la salud, el vigor, la enfermedad, las vivencias emocionales e instintos.
- El reino de los valores espirituales que serían independientes del cuerpo y captados por un “percibir efectivo espiritual”. Dentro de ellos están los valores estéticos, los valores de lo justo e injusto, los valores del puro conocimiento de la verdad realizados por la filosofía, y los valores por referencia que serían los de la ciencia y la cultura.
- Los valores de lo santo y lo profano, dados sólo respecto de objetos absolutos o divinos, alcanzados por una forma de amor que se dirige a las personas. El valor de lo santo es esencialmente un valor de personas con reacciones específicas como la fe, la incredulidad, la veneración, la adoración, y valores de referencia como el culto, los sacramentos, personas u cosas santas, etc.

Por su parte, el filósofo argentino Frondizi (1972: p. 28) admite la siguiente clasificación:

- Valores objetivos y subjetivos
- Valores inferiores (económicos y afectivos)
- Valores intermedios (intelectuales y estéticos)
- Valores superiores (morales y espirituales)

En cuanto a Rokeach, (citado por Cardona, 2000) profesor de la universidad de Michigan estableció los valores en:

- Valores instrumentales: relacionados con modos de conducta (valores morales)
- Valores terminales: referidos a valores deseables de existencia (paz, libertad, felicidad, bien común)

Marín Ibáñez (1976: p. 53), filósofo español diferencia seis grupos:

- Valores técnicos, económicos y utilitarios
- Valores vitales: educación física, educación para la salud
- Valores estéticos: literarios, musicales, pictóricos
- Valores intelectuales: humanísticos, científicos, técnicos
- Valores morales: individuales y sociales
- Valores trascendentes: cosmovisión, filosofía, religión

En el transcurso de los años los diferentes tratadistas han creado una clasificación de valores no por su origen, sino por aquellos valores que se considera que deben formarse, es decir, que perfeccionen todas las dimensiones de la persona, ya sea en lo material o espiritual, en lo individual o en lo colectivo, así surgen:

- Valores biológicos: relacionados al alimento y a la salud.
- Valores intelectuales: relacionados al conocimiento, la creatividad, el razonamiento y otros.
- Valores ecológicos: relacionados al cuidado, respeto y aprecio del medio ambiente.
- Valores morales: hacen referencia con las relaciones afectivas con el mundo y con los demás.
- Valores religiosos: relacionados con las creencias, lo santo, lo piadoso, la caridad.

- Valores sensoriales o hedonísticos: relacionado a lo agradable o desagradable, lo placentero o doloroso.
- Valores vitales: lo saludable o lo insalubre, lo fuerte, lo débil.
- Valores económicos y técnicos: lo lucrativo, lo provechoso, lo útil, lo inútil.
- Valores sociales y jurídicos: el justo, lo injusto, lo solidario, la igualdad.
- Valores estéticos: lo bello, lo feo, lo elegante.
- Valores teóricos o cognoscitivos: los verdadero, lo falso, lo verosímil, la probidad.

Respecto de los valores, se ha creado una polémica sin son objetivos o subjetivos, los que siguen la corriente objetivista argumentan que los valores son descubiertos, no atribuidos por las personas a las cosas, los valores no resultan afectados por las vicisitudes humanas, son absolutos y objetivos. Aunque no se descubra al ladrón el robar será un hecho repudiable desde cualquier punto de vista.

Para los objetivistas los valores existen independientemente de las cosas y de las estimaciones de las personas.

Mientras tanto los que siguen la corriente subjetivista argumentan que los enunciados valorativos no son sino expresiones de un estado de ánimo personal y tienen la función de despertar sentimientos parecidos en los otros, que no hay ninguna posibilidad de encontrar argumentos satisfactorios para probar que una determinada cosa tenga un valor por ella misma.

Para los subjetivistas los valores no son reales, no valen en sí mismos, sino no que son las personas quienes le otorgan un determinado valor, dependiendo del agrado o desagrado que producen. Los valores son subjetivos porque dependen de la impresión personal del ser humano, al hablar de valores, Bravo (2007) asevera:

Los valores son objetivos porque no están sujetos a la cultura, al tiempo, a la ciencia ni a otras variables. Son externos al hombre, no dependen de él, están de acuerdo a la ley natural, son immanentes, trascendentes y atemporales. Los valores son subjetivos ya que dependen de la valoración que cada hombre les dé de acuerdo a su marco de referencia (cultura, edad, sexo, educación, religión, etc.), que cambian con la historia y el momento circunstancial. En un mundo en que cada uno elige lo que quiere, terminamos diciendo como lo expresó Sartre: "El otro es mi infierno", o algunos psicólogos modernos "los que más cerca de mí están, son los que me producen mayores frustraciones". Ese es el mundo de los subjetivistas y esa es la causa de los mayores dolores que sufre el cuerpo, la psiquis y el alma. (p. 5)

De acuerdo a esta autora chilena esta postura es la que se vive hoy donde el mundo es valorado de acuerdo a la percepción que los seres humanos le den a la vida.

C. Los Valores Humanos

Expresiones como "la sociedad guatemalteca se encuentra ante una crisis de valores" se oyen decir por personas de diferentes estratos sociales. El incremento de la delincuencia común y organizada, el vandalismo o la violencia como forma de vida de un alto porcentaje de guatemaltecos se pueden comprobar en los titulares de los medios informativos.

Para una sencilla comprensión, los valores humanos se pueden entender como la piedra angular que ha de regir la conducta humana, el comportamiento social e individual dirá mucho sobre los valores humanos de una determinada sociedad.

Según el documento "La Dimensión Moral del Ser Humano" de la página web del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes del gobierno de España la dignidad humana es base para entender la filosofía kantiana, Emmanuel Kant afirmó "el hombre es un fin en sí mismo, no es un medio para usos de otros individuos, la existencia de un ser humano es un valor absoluto".

De acuerdo a las ideas de este autor la dimensión moral del ser humano es una capacidad específicamente humana porque el ser humano es el único ser

viviente capaz de diferenciar lo que hacemos y lo que deberíamos de hacer, la persona humana es capaz de valorar actos como justos o injustos, buenos o malos, honestos o deshonestos, virtuosos o viciosos.

La capacidad de distinguir entre lo bueno o lo malo, entre cómo son las cosas o cómo debería de ser es una capacidad exclusiva del ser humano conocida como su dimensión moral. En cuanto a la universalidad de los valores humanos, Negrete (2008) afirma:

El ser humano ocupa el lugar más elevado en la escala evolutiva y se asume a sí mismo como es el ser más noble y digno de consideración entre los vivientes. Estos valores son parte integral de un sistema de vínculos que tienden a la auto conservación de la especie y al establecimiento de relaciones más fructíferas...el fundamento en la formación de cada ente humano debe ser el respeto a la dignidad de cada uno...la dignidad del hombre y de la mujer radica en que son personas, con un potencial biopsicogenético capaz de perfeccionarse hasta límites insospechados. El hombre es más hombre cuando adquiere conciencia de la existencia de los demás, los acepta como son y los promueve para que se desarrollen autónomamente. (p.5)

Es importante distinguir entre lo que es una norma y un valor, generalmente se acepta que la norma es una regla aplicada para el mejor desenvolvimiento de un grupo social, es impuesta para el comportamiento adecuado de cualquier sociedad de acuerdo a ordenamientos jurídicos.

En cambio, los valores son tomados de forma personal para determinar nuestras actitudes, los valores promueven el comportamiento para vivir en armonía con los semejantes y que en la diaria interrelación social reina un atmósfera de respeto mutuo entre las personas.

El tema de valores humanos se presta a diferentes enfoques de acuerdo al punto de vista de los tratadistas. Gallo afirma (2006):

Si partimos de nuestra experiencia personal, vemos que la vida antes de verse como un ser se ve como un valor. Nuestra vida humana se ve como algo que corre, que avanza, que conquista, que se realiza. Este proceso se da como una fuerza que rompe barreras, que construye, que se apodera. Esto sucede en cada ser humano, en todas sus circunstancias. Esta fuerza mueve, pesa, importa, vale; por eso, se le denomina valor. Esta energía que se desencadena, que busca, se multiplica y se afirma es el primer valor...llegamos así a considerar el valor humano como el máximo valor en la vida; y

esta apreciación es general para todo individuo humano: un ser que piensa, desea, proyecta y ama. (p. 18-19)

Considera este autor a la persona humana como un ser que es el fundamento de un conjunto de valores irrenunciables, sostiene que los valores son inseparables a los seres humanos cuando se vuelven concretos y específicos.

D. Valores Morales

Mucho se ha hablado sobre el tema e infinidad de artículos se han escrito sobre la moralidad, en nuestros días es una cuestión de mucha relevancia, expresiones como “se están perdiendo los valores de antaño” o “la juventud de hoy carece de valores morales” demuestran la preocupación tanto de la familia, la escuela y la sociedad sobre la importancia de la vivencia de los valores morales.

Se puede entender la moral humana como el conjunto de normas que rigen la conducta de un individuo, consecuentemente la moral se refiere a acciones humanas. La palabra moral deriva del latín “mores” que significa costumbre mientras que la palabra ética viene del griego “ethos” que también significa costumbre.

La moralidad es estudiada de acuerdo a las normas y valores sociales de un determinado grupo humano pero la ética, guiará a la persona para saber vivir bien en relación con otras personas. Gallo sostiene (2006):

El valor moral nace de esta íntima conexión de la vida con la dignidad personal del individuo. No es posible hablar de una moralidad a secas, sin referirla a esta relación vital de un yo. El valor general de la moralidad nace precisamente aquí, en este compromiso del ser inteligente y libre con la vida... cada individuo capta los diferentes valores morales y puede comprobar experimentalmente que estos valores se extienden a todos los demás hombres...el valor moral es inherente a la conducta de una persona humana en cuanto ésta es guiada por un principio de coherencia con lo que esta persona es y exige ser en el futuro. La moralidad posee dos vertientes; la primera consiste en captar los valores morales y la segunda en llevarlos a la práctica en la conducta cotidiana (p. 59).

Los valores morales son todas aquellas cuestiones que llevan al hombre a defender y crecer en su dignidad en cuanto a persona, porque ineludiblemente el valor moral conduce al hombre hacia el bien moral. Vivir con valores morales perfeccionará al hombre en cuanto ser hombre, las acciones buenas como decir la verdad, jamás podrán contradecir el camino hacia la perfección.

Actuar moralmente es una decisión totalmente libre que tiene cada persona, es decir, si se elige actuar conforme valores morales, el hecho de elegirlos hace directamente más humana la conducta y comportamiento de la persona.

El respeto, la tolerancia, la honestidad, el trabajo, la lealtad, la responsabilidad, entre otros, son valores que inicialmente se deben inculcar en el seno familiar, en donde es de vital importancia el modelo y el ejemplo de los mayores hacia los menores.

Otro agente socializador fundamental de los valores morales es la escuela, según Boshovic (citado por Arranz, 2010):

La educación escolar posibilita la adquisición y desarrollo de las potencialidades de los escolares en diferentes áreas, coincide con la etapa donde se conforman las formaciones psicológicas de gran importancia para el adecuado funcionamiento de la personalidad, en este sentido juega un papel importante el desarrollo de los valores morales desde los primeros grados. Los sentimientos y las normas morales se interiorizan cuando están ligados a la vida, el proceso de asimilación de las normas morales exige que ellas estén presentes en todas las actividades escolares, este proceso es activo y comunicativo en las interrelaciones sociales entre escolares.

La Psicología también aporta criterios sobre los valores morales, para estos tratadistas la conciencia moral actúa sobre el comportamiento humano, así se experimenta remordimiento o satisfacción al realizar ciertas acciones o actuar de manera positiva o negativa. Al respecto, Kohlberg psicólogo norteamericano argumenta que en el desarrollo moral de una persona se dan tres niveles con seis estadios de madurez creciente y con razonamientos morales diferentes.

Argumenta este autor que una de las funciones de la conciencia moral es la de formular juicios sobre la formas de actuar, cree en la importancia de los juicios morales a partir del razonamiento ante conflictos morales, sostiene que las normas morales o los valores de las culturas son diferentes pero el ser humano tiene estructuras o pautas de razonamientos parecidos.

De acuerdo a los criterios de este autor la persona evoluciona de esquemas infantiles y egocéntricos a esquemas maduros y altruistas. Estos niveles son:

- **Nivel Preconvencional:** Las normas son una realidad externa que se respetan.

Estadio 1. (infancia) Obediencia y miedo al castigo: el niño pequeño está gobernado por una moral heterónoma que le viene dada desde fuera, es decir, su observancia a las normas se maneja por la consideración de los efectos: la recompensa o la sanción a sus hechos.

Estadio 2. (infancia) Beneficio de los propios intereses: El niño desea conquistar aquello que quiere de modo que respeta las normas asignadas para conseguir lo que le interesa, en este estadio se es egocéntrico e individualista.

- **Nivel Convencional:** El sujeto vive a la expectativas de los otros e identifica como bueno o malo aquello que la sociedad así lo considera.

Estadio 3. (adolescencia) Expectativas interpersonales: El adolescente principia a mostrarse de acuerdo que lo bueno o lo justo, es aquello que asegura la supervivencia del grupo, se identifica con los intereses de todos dejando poco a poco el individualismo de los primeros estadios. Su moral sigue siendo heterónoma, ya que acepta las normas de la de la familia, la escuela o los grupos sociales buscando la aprobación para ser aceptado y valorado.

Estadio 4. (adolescencia) Normas sociales establecidas: Es una ampliación de la anterior etapa. Las normas que cumplía para ser aprobado por el grupo social, ahora él las considera un deber inevitable para bien del grupo.

- **Nivel Postconvencional:** Comprensión y aceptación de los principios morales generales que inspiran las normas.

Estadio 5. (juventud) Derechos prioritarios y contrato social: La conciencia empieza a manejar por una moral autónoma. Las decisiones morales adoptadas de forma libre se generan teniendo en cuenta los derechos, valores y normas que se consideran generalmente aceptables (igualdad, justicia, respeto, equidad, etc.), teniendo en cuenta la utilidad que tienen para la sociedad concreta en que vive. La persona ha descubierto una madurez psicológica de forma libre y racional para optar por valores y derechos comprometidos con la sociedad.

Estadio 6. (adulthood) Principios éticos universales: La persona se maneja por principios éticos universales como las libertades básicas de las personas o el respeto a la dignidad de los seres humanos. Es el estadio moral supremo en donde los valores morales tienen preeminencia para el bien común de toda la humanidad.

Vivir los valores morales en la vida cotidiana ha de ser el fundamento de una familia más integrada donde cada miembro ha de respetar y ser respetado, vivir los valores morales en sociedad ha de ser el fundamento para interrelacionarse armónicamente con los semejantes, vivir los valores morales para sí mismo ha de ser el fundamento para alcanzar uno de los fines humanos que es vivir en paz consigo mismo.

Tabla No. 2
Valores Morales

Tolerancia
Agradecimiento
Lealtad
Amistad
Obediencia
Fidelidad
Honestidad
Sinceridad
Modestia
Humildad
Sencillez

Elaboración propia. Abril 2014

Definición de valores morales en base al diccionario on line de Larousse Editorial.

- ✓ **Tolerancia:** Actitud de respeto y comprensión hacia las ideas y acciones ajenas.
- ✓ **Agradecimiento:** Sentimiento de benevolencia dirigido a la persona de la que se recibe un beneficio o una acción.
- ✓ **Lealtad:** Actitud de quien no engaña, traiciona, o abandona a sus amigos o superiores, o de quien se mantiene firme en sus ideas y convicciones.
- ✓ **Amistad:** Sentimiento de afecto y confianza mutua entre personas.
- ✓ **Obediencia:** Acción y efecto de cumplir los mandatos de un superior.

- ✓ **Fidelidad:** Actitud de la persona que no traiciona la confianza puesta en ella.
- ✓ **Honestidad:** Actitud del que no engaña o defrauda a nadie ni se apropia de lo que es de otros.
- ✓ **Sinceridad:** Actitud del que dice la verdad sobre algo o expresa sus sentimientos y pensamientos sin fingir ni ocultar nada.
- ✓ **Modestia:** Actitud del que no se da a sí mismo mucha importancia o valor.
- ✓ **Humildad:** Condición de la persona que actúa sin orgullo, sin presumir de sus méritos y reconociendo sus defectos o sus errores.
- ✓ **Sencillez:** Actitud de comportarse con simpatía y naturalidad.

E. Antivalores o contravalores

Uno de los grandes problemas de la vida actual es la práctica de los antivalores, en cualquier estrato social y de formas diversas se deja ver el quebrantamiento a las buenas costumbres y/o la desvalorización del ser humano, así las conductas negativas reflejan el impacto de los antivalores en el comportamiento individual de las personas.

La familia muchas veces es la principal causa de los antivalores. Situaciones como violencia intrafamiliar, alcoholismo, drogadicción, falta de responsabilidad paterna, etc. provocan que en lugar de dignificar a la persona se denigre su naturaleza humana.

Los medios de comunicación mal llevados también influyen en la desvalorización del ser humano, la alienación de la población influida por el hábito exagerado del consumo principalmente de artículos suntuosos e innecesarios, las campañas propagandísticas que transforman en imprescindible

la compra de productos no necesarios o el bombardeo publicitario del mercantilismo hacen que la persona humana precie más el “tener” que el “ser”.

Cuando se quebrantan los valores morales o no se viven a plenitud como bienes humanos surge lo que comúnmente la sociedad llama antivalores. Sada (2000: p. 31) sostiene: “el mal moral es como la cualidad inherente a la libre decisión del individuo contraria a la perfección de su naturaleza”.

La indecencia, la ilegalidad, la irresponsabilidad, el robo, la malversación de bienes públicos o peor aún el desprecio por la vida humana son algunas de las conductas o formas de vida de las personas inmorales. Los antivalores deshumanizan y mancillan a la persona, comportarse inmoralmente es actuar sin consideraciones, fría y calculadoramente, insensible al valor humano de las personas. Actuaciones como funcionarios deshonestos que roban fondos públicos o personas que entregan o aceptan dinero o regalos para conseguir un trato favorable o beneficioso son ejemplos de los antivalores que prevalecen hoy en día en nuestra sociedad.

El rencor, la mala voluntad o el odio son contravalores que desgraciadamente reinan muchas veces en los jóvenes de hoy, son sentimientos destructivos de la vida. Cuando las personas se dejan llevar por los antivalores carecen de felicidad, tienen una vida monótona, vacía y sin satisfacciones.

Tabla No. 3
Antivalores o Contravalores

Inconsciencia
Indecencia
Deshonestidad
Arrogancia
Corrupción
Inmoralidad
Odio
Envidia
Mentira
Violencia
Enemistad

Elaboración propia. Abril 2014

Definición de antivalores en base al diccionario on line de la RAE.

- ✓ **Inconsciencia:** Situación de quien es o está inconsciente. Falta de conciencia. Dicho o hecho irreflexivo, imprudencia.
- ✓ **Indecencia:** Falta de decencia o de modestia. Dicho o hecho vituperable o vergonzoso. Indecoroso, impúdico.
- ✓ **Deshonestidad:** Calidad de deshonesto. Dicho o hecho deshonesto. Perder en las acciones el decoro que corresponde.
- ✓ **Arrogancia:** Calidad de arrogante, altanero, valiente y gallardo. Soberbio.
- ✓ **Corrupción:** Acción y efecto de corromper o corromperse. Alteración o vicio en un libro o escrito. Vicio o abuso introducido en las cosas no materiales. Mala costumbre o abuso, especialmente los introducidos contra la ley.

- ✓ **Inmoralidad:** Falta de moralidad, desarreglo en las costumbres. Acción inmoral. Que se opone a la moral o a las buenas costumbres.
- ✓ **Odio:** Antipatía y aversión hacia algo o hacia alguien cuyo mal se desea.
- ✓ **Envidia:** Sentimiento de pesar o de recelo por el bien ajeno o por creer que los otros gozan de mayor estima y consideración.
- ✓ **Mentira:** Expresión o manifestación contraria a lo que se sabe, se cree o se piensa.
- ✓ **Violencia:** Brusquedad o fuerza excesiva con la finalidad de causar daño.
- ✓ **Enemistad:** Sentimiento de odio o rechazo mutuo entre dos o más personas.

Respecto a los antivalores, Cordón (2010) sostiene:

Los antivalores, vicios o males morales son la otra cara de la moneda, porque así como hay una escala de valores también existe una de valores inmorales y anti-éticos. La deshonestidad, la injusticia, la irresponsabilidad entre otros antivalores rigen la conducta de las personas inmorales, personas sin escrúpulos, frías, calculadoras, insensible al entorno social que les rodea. El camino de los antivalores es equivocado porque no solo deshumaniza y degrada a la persona, sino que la hace merecedora del desprecio, la desconfianza y el rechazo por parte de sus semejantes. (p. 47).

F. La Ética y la Moral

Los seres humanos no sólo actúan moralmente sino que también reflexionan sobre su comportamiento o el de otras personas. Esta inquietud humana para esclarecer su propio comportamiento moral dio lugar al nacimiento de la Ética.

En el S. IV a.C. en la Grecia clásica surge esta disciplina del saber humano formando parte de la Filosofía, en forma elemental se puede entender a la Ética como el estudio filosófico de cómo debe ser la conducta moral. La ética a través del tiempo ha tenido diferentes formas de entenderse y manifestarse, diferentes doctrinas que aunque son contradictorias entre sí coinciden en su fin último: descubrir la esencia de lo valioso.

Para Ricardo Sada la Ética: “es la ciencia que estudia la moralidad del obrar humano; es decir, considera los actos humanos en cuanto son buenos o malos, el ser humano es capaz de advertir de modo natural la bondad o maldad de sus actos” (Sada, 2007: pág. 1), es decir que una persona sabe cuando actúa bien o mal. De acuerdo a este autor actuar éticamente le da profundidad y solidez a la conducta del hombre.

Por el contrario, el no proceder éticamente da modelos para el apareamiento del llamado hombre ligh, (Rojas, 1992) el cual:

Trata de un hombre relativamente bien informado, pero con escasa educación humana, muy entregado al pragmatismo, por una parte, y a bastantes tópicos, por otra. Todo le interesa, pero a nivel superficial; no es capaz de hacer la síntesis de aquello que percibe, y, en consecuencia, se ha ido convirtiendo en un sujeto trivial, ligero, frívolo, que lo acepta todo, pero que carece de unos criterios sólidos en su conducta. Todo se torna en él etéreo, leve, volátil, banal, permisivo. Ha visto tantos cambios, tan rápidos y en un tiempo tan corto, que empieza a no saber a qué atenerse o, lo que es lo mismo, hace suyas las afirmaciones como «Todo vale», «Qué más da» o «Las cosas han cambiado». Y así, nos encontramos con un buen profesional en su tema, que conoce bien la tarea que tiene entre manos, pero que fuera de ese contexto va a la deriva, sin ideas claras, atrapado -como está- en un mundo lleno de información, que le distrae, pero que poco a poco le convierte en un hombre superficial, indiferente, permisivo, en el que anida un gran vacío moral. (p. 12).

Para este autor el relativismo de la sociedad actual es un claro riesgo para la juventud donde no hay nada completamente bueno ni malo, donde las pautas de actuación son presididas por la subjetividad, donde existe el egoísmo y el consumismo y la permisividad.

En los actuales días es frecuente escuchar expresiones como “las personas carecen de ética” o “se vive sin ética”. La Ética general se refiere al estudio de lo que se considera qué es lo moral, que constituye una reflexión sobre el hecho moral; la Ética aplicada tiene como fundamento el estudio de situaciones concretas de la vida. Para Brenda Almond (Presidenta de la Sociedad para la Filosofía Aplicada y Profesora de Filosofía Moral y Social. Universidad de Hull, Inglaterra.) La ética aplicada se relaciona directamente con contextos de la sociedad actual, así en nuestros días ya se habla de una bioética, de una ética ambiental, de una ética empresarial y hasta de una ética del ciberespacio.

G. La Televisión

Es uno de los medios masivos de comunicación, la Naciones Unidas celebraron el 21 de noviembre de 1996 el primer Foro Mundial de la Televisión, por lo que se tiene a esta fecha como el Día Mundial de la Televisión.

Básicamente la televisión puede entenderse como un sistema de transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia, el receptor de las señales es el televisor. La palabra televisión es un híbrido de la voz griega tele “lejos” y la voz latina visionem “visión”.

La enciclopedia libre On-Line Wikipedia informa que la televisión ha progresado a través de los años, es el resultado de numerosos descubrimientos en los campos de la electricidad, el electromagnetismo y la electroquímica.

Paul Nipkow, ingeniero e inventor alemán creó en 1884 un dispositivo mecánico de captación y reproducción de imágenes, primer paso que ha hecho posible la televisión tal como la conocemos hoy en día. En 1929, el ingeniero e inventor escocés John Logie Baird demostró públicamente un sistema capaz de mostrar imágenes en movimiento.

En sus inicios las señales televisivas eran mediante el aire por medio de ondas de radio en las llamadas bandas de VHS y UHF, a la que se le dio el nombre de difusión analógica, luego surgió la televisión por cable en donde la señal ya no era captada por medio de antenas, posteriormente surge la señal satelital mediante el enlace de microondas por un satélite artificial, actualmente se habla de la televisión digital que crea aplicaciones interactivas como las vías de retorno entre consumidor y productor de contenidos.

El televisor también ha evolucionado a lo largo del tiempo, en sus inicios las imágenes eran en blanco y negro (1930), luego surgen los televisores a color (1950), después vienen las llamadas pantallas LCD (1981) o pantallas de cristal líquido cuya resolución de pantalla se mide por pixeles en donde a mayor cantidad mejor imagen, la pantalla de plasma (1995) que es una pantalla plana que funciona en base a los gases xenón y neón que están contenidos en cientos de miles de celdas diminutas entre dos pantallas de cristal, esta generación de pantallas tienen aproximadamente 100,000 hrs. de vida útil, luego se habla del televisor LED (2004) que son pantallas compuestas por paneles o módulos de diodos emisores de luz monocromáticos o policromáticos, esta tecnología es más eficiente energéticamente y con una vida de duración mayor que otras pantallas. Actualmente se habla de las pantallas holográficas que permiten la reproducción de imágenes pseudotrídimensionales que no necesita de aparatos como las gafas para reproducir imágenes tridimensionales.

H. La Televisión en Guatemala

De acuerdo a la investigación periodística de Celeste Alvarado hoy en día aproximadamente se necesita de un capital de 10 millones de dólares para impulsar un canal televisivo en nuestro medio.

Las familias guatemaltecas tienen la opción de la señal abierta por medio de los canales nacionales y la señal por cable por medio de los canales internacionales y nacionales. Las empresas televisivas ofrecen al espectador una diversidad de programas quedando a criterio de los televidentes el ver lo más interesante.

Barrios (2011) señala que la historia de la televisión en nuestro país se remonta al año de 1955 con el canal 8 financiado por el gobierno, en 1956 la empresa Radio Televisión S.A. crea el canal 3 con fondos privados, en 1960 sale al aire el canal 11, en 1964 surge el canal 7 que cubriría un 80% del territorio nacional para su transmisión, en 1978 el canal 13 inicia operaciones y sale al aire con

una transmisión a color, en 1979 sale al aire el canal 5 bajo la administración del Ministerio de la Defensa Nacional, en 1984 surge canal 21 con programación de carácter religioso, en el 2000 inicia el canal 27 propiedad de la iglesia protestante “Familia de Dios “, en el 2003 inicia sus actividades el canal 33 administrado por la USAC con carácter educativo, en el 2005 surge “Guatevisión” que es distribuido por medio de servicios por cable, en el 2006 surge Latitud TV y Vea Canal con programación tanto de entretenimiento como programas informativos, en el 2008 surge Azteca Guatemala que transmite programación variada y en el 2009 Canal Antigua con información del acontecer nacional.

Actualmente La Superintendencia de Telecomunicaciones es el organismo técnico del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda que rige todo lo relacionado a la televisión en Guatemala de acuerdo al Decreto 94-96 y sus reformas.

I. La Televisión como medio de comunicación masivo

La televisión, al presentar estímulos visuales y auditivos, se ha convertido en uno de los medios de comunicación más utilizados a nivel mundial. Es el medio comunicativo que mayor influencia tiene en los hogares y que más tiempo acapara en los televidentes.

Como cualquier producto de la inventiva humana la televisión nos muestra dos caras, los que están a favor y los que están en contra.

En sentido positivo la televisión nos informa del acontecer nacional e internacional, divulga el conocimiento por medio de programas educativos, es el medio idóneo de los grandes eventos deportivos a nivel mundial, es un medio de promover las ciencias y las artes por medio de una programación científica y

cultural, es una ventana abierta para promover foros y debates sobre temas de importancia nacional e internacional. Una buena programación televisiva permite conocer otras culturas, descubre las maravillas de la naturaleza o nos presenta diversidad de manifestaciones artísticas.

En sentido negativo es un medio que divulga la violencia verbal por medio de gritos, maltratos o insultos, la violencia física por imitación ya sea la violencia de los noticieros, la violencia de los dibujos animados o la violencia en programación de adultos. Los niños, al igual que los adultos corren el riesgo de adquirir actitudes negativas, en los escolares inhiben la imaginación y en los adolescentes promueve el consumismo. Entre los efectos devastadores de la televisión está el desarrollo de conductas antisociales o la disminución de habilidades académicas como la lectura.

No se puede negar que la televisión entretiene, informa y educa, existen diversidad de programas para todas las clases de televidentes: están los noticieros, los culturales, los de cocina o manualidades, las telenovelas, los deportivos, los programas periodísticos, las películas, las series policiales, los concursos, los programas religiosos, las documentales, los programas infantiles o los segmentos de salud.

De acuerdo al Portal Médico-Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid, respecto a la violencia televisiva “los adolescentes y adultos jóvenes que pasan gran número de horas viendo la televisión tienen mayor tendencia a desarrollar conductas agresivas en el futuro, teniendo en cuenta el gran contenido de violencia que hay en la televisión actual”.

J. La televisión y la familia

Tanto pedagogos y psicólogos están de acuerdo que existen dos grandes entidades socializadoras: la familia y la escuela. En sentido práctico la

socialización es un proceso por el cual la persona se hace elemento activo de una comunidad. Socializar presenta características propias como la continuidad, la comunicación, la imitación de valores, normas y actitudes. A los anteriores agentes, hoy en día se debe añadir la de los medios de comunicación social, medios que permiten una interacción a todo nivel entre los agentes pasivos (la persona) y agentes activos (medios de comunicación).

La familia es esa pequeña comunidad donde, tanto el padre como la madre, deben enseñar a sus hijos los primeros valores que serán el sustento a lo largo de toda vida de la persona, valores como la alegría, la generosidad, el respeto, la justicia, la responsabilidad, la lealtad, la autoestima, entre otros.

La televisión, como medio masivo de comunicación tiene una incidencia de gran valía con la familia ya sea para bien o para mal. Es un importante consumidor del tiempo familiar y es precisamente en los padres de familia donde recae la responsabilidad sobre el uso del televisor en el hogar.

Los padres de familia, como primeros educadores de sus hijos tienen la obligación moral de velar para que la televisión sea un elemento edificante en la familia, unos padres responsables deben tener en cuenta ciertos lineamientos como controlar el tiempo que se pasa frente a la TV o enseñar a los hijos a ver televisión con sentido crítico y juicioso.

Luarca, Profesor Titular del Programa de Medicina Familiar de la Facultad de Ciencias Médicas. Universidad de San Carlos de Guatemala, sostiene:

Con relación a las actitudes y a los hábitos, la mayoría de las escenas de la televisión, tanto en anuncios como en programas específicos, se promueve en el espectador (principalmente en los niños) una invitación hacia la vida fácil, al tabaquismo, al alcoholismo y a la drogadicción, ya que en la televisión los personajes más simpáticos están rodeados de lujos, vicios y malas costumbres y esto hace que el espectador (niños y jóvenes) considere este tipo de vida como algo deseable.

Entendiendo el enfoque que para el doctor Luarca tiene la televisión en la familia, este medio de comunicación es unidireccional, va del aparato hacia la persona, en un alto porcentaje la información vertida en programas informativos está restringida a lo que algunas personas deciden informar y respecto a los programas de entretenimiento son nulos en cuanto a valores humanos.

Estudios sobre niños y jóvenes que miran televisión promedio de tres a cuatro horas diarias han demostrado que este medio audiovisual puede ser una influencia poderosa en el desarrollo de un sistema de valores y en la formación del comportamiento.

Gran parte de la programación actual es violenta y entre los principales efectos de esta violencia televisiva se pueden mencionar “el volverse inmunes al horror de la violencia, gradualmente aceptar la violencia como un modo de resolver problemas, imitar la violencia que se observa en la televisión, identificarse con ciertos caracteres, ya sean víctimas o agresores”.

El televidente, principalmente niños y jóvenes, que se exponen excesivamente a la violencia en la televisión tienden a tener comportamientos más agresivos, el adolescente que tiende a ver programaciones donde la violencia es muy realista o se repite con frecuencia o el hecho violento no es sancionado, son los que más tratarán de imitar lo que ven.

El impacto de la violencia en la televisión puede ser evidente en el comportamiento inmediato del televidente o puede surgir tiempo más tarde según momentos propicios para actuar violentamente. Debe tomarse en cuenta que la violencia en la televisión no es la única fuente de agresividad o de comportamientos violentos, tanto en niños como en adolescentes, pero es un factor que contribuye de manera significativa.

Es importante resaltar el papel de los padres de familia frente a la televisión, como primeros educadores los papás deben tomar ciertas medidas en cuanto al uso del televisor en casa, así ha de elegirse programas apropiados para el nivel de los hijos, poner límites a la cantidad de tiempo, apagar la televisión durante las horas de comida y el tiempo de tareas y estudio, comentar lo positivo y negativo de la televisión, analizar la calidad programaciones y concursos en vivo, y ante todo diferenciar la ficción del mundo televisivo con la realidad de las personas.

Respecto a la televisión y los valores, Cordón (2010) sostiene:

La televisión puede ser una influencia poderosa en el desarrollo de un sistema de valores y en la formación del comportamiento de los adolescentes. Nadie niega el indudable beneficio que los medios de comunicación como la televisión han supuesto para el progreso, la televisión informa, recrea, enseña, instruye y si lo pretende logra preservar costumbres y tradiciones, ante todo debe ser un medio que beneficie a la humanidad en sí misma. (p. 78)

Según Bermejo (2006: p.208) la televisión tiene diferentes programaciones para los diversos públicos, entre estos programas merecen especial atención:

- ✓ **Informativos:** Son transmitidos en directo e informan del acontecer diario tanto a nivel nacional como internacional.
- ✓ **Culturales:** Por medio de este tipo de programas se difunden las distintas manifestaciones de vida de los pueblos.
- ✓ **Documentales:** Se abordan diferentes temáticas como la naturaleza, la historia, los viajes y temas afines a la ciencia y a la tecnología.
- ✓ **Deportivos:** Todo evento deportivo puesto a disposición del televidente como los Juegos Olímpicos, los mundiales de fútbol o el Tours de Francia.
- ✓ **Entretenimiento:** Preferidos por adultos y chicos como las series policiacas, concursos, telenovelas y programas de animación.

- ✓ **Reality Shows:** El espectador se convierte en protagonista del programa, se muestra lo que ocurre a personas reales como programas de la cámara escondida o concursos televisivos como Miss Universo.
- ✓ **Ficción:** Existen serie, miniseries, películas para televisión en donde se presentan situaciones de un mundo imaginario.
- ✓ **Series:** Emisiones televisivas sucesivas con una unidad argumental en sí misma.
- ✓ **Telenovelas:** Programas transmitidos en episodios diarios y consecutivos de una historia ficticia (puede estar basada en hechos reales) con alto contenido melodramático.

En cuanto a la televisión como una forma de educar informalmente al televidente, Licerias (2005) afirma:

La educación informal es entendida como aquellos procesos educativos que tienen lugar en el transcurso normal de las relaciones sociales, de la vida cotidiana y en lo que las personas, de manera no organizada, asistemática y con frecuencia no intencional, adquieren y acumulan conocimientos, habilidades, actitudes y modos de discernimiento. La comunicación de masas, principalmente la televisión ha modificado, principalmente en los adolescentes la forma de conocer y comprender la realidad que les rodea. Lo conveniente es la integración de lo que enseña los medios de comunicación como la televisión y lo que enseña la escuela. Aunque de una forma más implícita que explícita, los medios de comunicación son educativos en la medida en que influyen sobre lo que aprenden los jóvenes y la manera en que lo hacen. Por diversos motivos estos medios desempeñan funciones que anteriormente la institución familiar y la escolar les correspondían como entes formadores de los adolescentes. (p. 109).

Muchas telenovelas y teleseries, reality shows, talk shows, programas de debate o programas informativos propagan la mala educación, la frivolidad, el egoísmo, hedonismo, consumismo, falsos conceptos sentimentales y sexuales, la rebeldía, el culto a la popularidad, culto a la presencia física tanto en hombres y mujeres, el amor al dinero, la poca objetividad de la información o la insensibilidad ante la violencia como realidades normales de nuestros días.

K. La televisión por cable en Guatemala

Esta innovación televisiva también se ofrece a las familias guatemaltecas, utiliza la fibra óptica o el cable coaxial para obtener una buena nitidez en la señal, una empresa distribuidora de la señal puede llegar a ofrecer hasta 90 canales locales e internacionales con diversidad de programas.

Tabla No. 4
Televisión por cable en Guatemala

Entretención y películas	AXN Network Cine canal Cinemax De película E! Entertainmet Film Zone Hallmark Hbo Sony Universal XEW TV A&E Mundo
Deportes	ESPN Español ESPN 2 Fox Sport Gol TV
Documental	P&A History Discovery CNN en Español Animal Planet
Infantil	Cartoon Discovery Kins Disney Warner
Salud	Casa Club Discovery Health

Elaboración Propia. Mayo de 2014

L. Publicidad en la televisión

Evidentemente la publicidad va de la mano con la televisión, las empresas necesitan vender sus productos y que mejor aliado que la imagen y el sonido. Estudios han demostrado que de cada tres o cuatro minutos de programación uno se dedica a la publicidad, la música atractiva, las frases y slogan ingeniosos son concebidos para recordar tanto la marca, como el mensaje y la actitud para el anuncio en sí.

Los efectos de la publicidad en los jóvenes favorecen el consumismo y la superficialidad ante la vida, los llamados spots para ser exitosos se basan en situaciones artificiales y lejanas a la vida real. Los niños y los adolescentes son los televidentes más indefensos ante la persuasión publicitaria y ante todo porque les crea falsas necesidades.

Respecto al sexo en la publicidad que mejor manera de hacer atractivo un comercial insinuando sutilmente situaciones amorosas. La comercialización de la sexualidad es un imán que deja grandes ganancias económicas a los publicistas, la publicidad rebaja la dignidad de las personas, principalmente de la mujer, cuando se desvaloriza al ser humano relegándolo a un objeto comercial. Uno de los impactos de estos anuncios en los adolescentes es que cada vez son más precoces en cuanto a su vida sexual y ante todo la disociación que se establece entre el sexo y la afectividad. Este tipo de publicidad crea falsas creencias sobre la sexualidad humana que denigra lógicamente tanto al hombre como a la mujer en su valor más trascendental que es la dignidad humana.

Otro elemento del que hacen uso los publicistas a gran escala es el bebidas alcohólicas, ya en nuestros días es común y corriente las imágenes en que aparecen las personas bebiendo, muestran personajes alegres, divertidos, con

buena salud, económicamente solventes, que irradian felicidad, triunfadores ante la vida; situaciones que están lejos de ser ciertas en la vida real. La publicidad del alcohol va dirigida principalmente a los jóvenes, los anuncios de las grandes empresas alcohólicas, en su afán de atraer posibles consumidores en potencia ofrecen una imagen positiva del consumo de estas bebidas asociándolas a un falso éxito social y ante todo sexual.

Los publicistas buscan transmitir, principalmente a los adolescentes, la idea de diversión, felicidad, euforia, fiestas, celebraciones en donde el que bebe más es el mejor... y por supuesto no se habla de la dependencia ni de los cambios de comportamiento que afectan a los consumidores mucho menos de los daños físicos o emocionales ni de las enfermedades a largo plazo.

M. La adolescencia

Es frecuente encontrar en la literatura correspondiente que la adolescencia es un período de transición entre ser niño y ser adulto. Una serie de factores intervienen en ese período de transición, factores internos como el desarrollo físico, emocional y psicológico como factores externos como los amigos, profesores, los propios padres de familia y familiares cercanos y ante todo la sociedad.

Estudios específicos sobre esta etapa de la vida sostienen que el adolescente necesita ser querido y protegido pero a la vez desea su independencia y autonomía. Una de las preocupaciones más significativas de los adolescentes es la búsqueda de su propia identidad, entre los 13 y los 19 años aproximadamente las personas necesitan desarrollar valores propios, en la adolescencia es imperativo descubrir de lo que se es capaz y ante todo sentirse orgulloso de los logros obtenidos. En las edades que oscila la adolescencia se establecen de mejor manera las relaciones con los iguales, para

el adolescente es de vital importancia saberse aceptado por el grupo y ante todo amados y aceptados por lo que son y por lo que pretenden en la vida.

Según López (2003: p.41) es el período en el desarrollo humano comprendido entre la niñez y la edad adulta durante el cual se presentan los cambios más significativos en la vida de las personas en el orden físico y psíquico. Se dan los múltiples cambios de orden fisiológico, surge el pensamiento lógico y formal y se presenta la maduración de la sexualidad.

Sobre este período de crecimiento de la persona han surgido variedad de puntos de vista y teorías que ofrecen explicaciones que pretenden satisfacer la percepción de la adolescencia.

N. Teoría Psicosocial de Erikson

En cuanto al desarrollo humano Erikson (citado por Molla, 1978) “sostiene que en cuanto al amplio tema de la educación infantil hay que tomar en cuenta ciertas fases de desarrollo humano”. Sustenta que la niñez se desarrolla en un orden predeterminado de acuerdo a su socialización y cómo esto afecta o beneficia su sentido de identidad personal.

✓ Estadio I Infancia o etapa sensorio – oral.

Esta etapa va desde el nacimiento hasta los 18 meses aproximadamente. Son indispensables los afectos y cuidados de los padres, principalmente de la madre. Se desarrollan vínculos importantes para convivir con las personas, el niño desarrolla un sentimiento de que las personas son de fiar y amorosas y además aprende a confiar en su propio cuerpo.

✓ **Estadio II Niñez Temprana**

De los 18 meses a los 3 años aproximadamente. Da inicio el control de una creciente afirmación del yo, el niño se da cuenta de su voluntad que se manifiesta en diferentes formas de conducta, la actitud de los padres son fundamentales para el desarrollo de la autonomía y se establecen las primeras formas de emancipación conductual. Se debe apoyar al niño, ser paciente y tolerante pero al mismo tiempo firme e imponer límites.

✓ **Estadio III Edad del Juego**

De 3 a 5 años aproximadamente. Surge el juego y se desarrolla la imaginación, es la etapa de la fantasía y curiosidad. El conocimiento del lenguaje se perfecciona, comprende mejor y surge el mundo de las preguntas, es imaginativo y comienzan ciertas crisis en cuanto en su sensación de ser él mismo, descubre lo que puede y no puede hacer.

✓ **Estadio IV Latencia**

De 5 a 13 años aproximadamente. Es la edad preescolar y escolar. La esfera social de los padres, miembros de la familia, compañeros de la escuela, profesores o tutores y la comunidad en sí forman parte de su desarrollo emocional. Surgen sentimientos de insatisfacción y descontento con la sensación de no ser capaz de hacer cosas o de no hacerlas bien. La escuela juega un papel importante en el fomento de la laboriosidad. Surge el sentimiento de inferioridad por situaciones sociales, económicas o raciales.

✓ **Estadio V Adolescencia**

De 13 a 21 años aproximadamente. Es la etapa más importante en la construcción de la identidad personal. Los padres de familia juegan un papel importante en la orientación de los hijos. Surgen características propias de la

adolescencia: orientación en el tiempo y espacio, seguridad en sí mismo, experiencias con el rol que desempeñan, aprendizaje por interés, vida sexual, liderazgo y adhesión, compromiso ideológico. El adolescente no sabe cuál es su lugar en la sociedad y el mundo, a esto se le llama crisis de identidad con la interrogante ¿Quién soy?.

✓ **Estadio VI Adulthood Joven**

De 21 a 40 años aproximadamente. El joven adulto ya no tiene que probarse a sí mismo, Se posee en sentimiento de saber quién se es. Esta etapa de alcanza cuando se construye una identidad yoica. Se es participe de la sociedad pero se corre el riesgo de ser muy abierto ante situaciones de la vida.

✓ **Estadio VII Adulthood Media**

De 40 a 60 años aproximadamente. Surge la preocupación por las generaciones nuevas. La productividad debe entenderse como una extensión hacia el futuro y el estancamiento como una improductividad para la sociedad. Surge la crisis de la mediana edad.

✓ **Estadio VIII Adulthood tardía**

Aproximadamente de 60 años a la muerte. Ocurre un distanciamiento social y un sentimiento de inutilidad. Ocurre la llamada inutilidad biológica debido a que el cuerpo ya no responde como antes, junto a las enfermedades aparecen las preocupaciones relativas a la muerte. La ancianidad es inevitable pero conlleva satisfacciones cuando se ha vivido bien o insatisfacciones por malas decisiones en donde ya no se tiene ni el tiempo ni la energía para revertirlas. De acuerdo a los estadios anteriores propuestos por Erikson la forma en que las personas interactúan son extremadamente complejas.

Ñ. Perspectiva cognoscitiva de Jean Piaget

El fundamento de esta perspectiva está en los cambios cualitativos del pensamiento de la infancia y la adolescencia mediante la interacción y la experiencia. Este psicólogo basó sus estudios en cuatro grandes áreas del desarrollo como lo son la percepción, la motricidad, los sentimientos y la inteligencia. Para Piaget (citado por Azurdía, 2007) “el desarrollo consiste en una marcha hacia un equilibrio, un perpetuo pasar de un estado de menor equilibrio a un estado de equilibrio mayor”.

Distingue cuatro períodos de desarrollo de la inteligencia, afirma que el pensamiento de los niños es de características muy diferentes al pensamiento de los adultos.

✓ Período Sensoriomotriz

Es un período aproximado de 2 años, los reflejos del niño están ligados a tendencias instintivas como el comer, es anterior al lenguaje y al pensamiento propiamente dicho, las acciones satisfactorias son repetidas por el niño y al ser repetidas producen satisfacción y a la vez aprendizaje.

✓ Período del Pensamiento Preoperacional

De los 2 a los 7 años. Se consolida el lenguaje, el niño evidencia progresos tanto del pensamiento como del comportamiento, emocional y socialmente es parte de su entorno y contexto social.

✓ Período de Operaciones Concretas

De los 7 a los 12 años. Existe un gran avance en cuanto a la socialización y objetivación del pensamiento, es capaz de considerar otros puntos de vista. Es receptivo en cuanto a información lingüístico-cultural de su medio ambiente, se interesa por las actividades de grupo y las operaciones del pensamiento son

concretas en el sentido de que sólo alcanzan las realidades susceptibles de ser manipuladas, aún no puede razonar fundándose en hipótesis.

✓ **Período de Operaciones Formales**

Se presenta en la adolescencia y continúa en la vida adulta. Surge el pensamiento formal con la particularidad de prescindir del contenido concreto y palpable para situarse en el campo de lo abstracto. La adolescencia es una de las etapas más difíciles de la vida debido a que todavía no se tiene la capacidad de entender y afrontar las contradicciones de la vida humana, la vida personal y ante toda la vida social. La confrontación de ideas personales con la realidad social suele ser causa de conflictos y perturbaciones afectivas.

Los anteriores períodos que postula Piaget enfatizan que el desarrollo cognitivo produce conductas y comportamientos que dependen y aparecen según la edad de desarrollo.

O. Los y las adolescentes según Gesell

De acuerdo a este autor los y las adolescentes presentan ciertas características que hacen peculiar la adolescencia. En su ensayo “El adolescente de 15 y 16 años” sostiene:

A los trece años la adolescencia se encuentra ya bien iniciada y comienza a emerger múltiples y nueva facetas de la conducta, es poco comunicativo; en el hogar se le ve callado y suele hacer críticas minuciosas a sus padres. Sus reflexiones son polifacéticas, involucra elecciones, deseos, ideas, ambiciones y puede conducir a decisiones provisorias y potenciales en la esfera de la conducta moral. Es reflexivo, cooperativo, tímido con los extraños. Preserva la identidad de su yo cierto grado de independencia. Se mueve en un reino ético más complejo que a los doce, piensa menos en lo que le conviene y más y más en la ética en general. Dilucida con cierta facilidad el problema de lo que está bien o lo que está mal. El problema del cigarrillo y la bebida comienzan a caer dentro de la propia experiencia. Este se pregunta si él habrá de fumar o beber. A los catorce años es más expresivo, más amistoso y expresivo, más receptivo, es realista y objetivo en sus juicios. Sus modelos de pensar son más maduros, no le da vergüenza mostrar sus sentimientos, comparte menos en reuniones familiares. Se interesa sobremanera en las reuniones sociales, el cine provoca toda una variedad de patrones de conducta. Se halla en vías de elaborar su propio concepto de la moral, no le resulta difícil elegir qué está mal y qué está bien, pero no significa que siempre elija lo bueno. (1998: p. 162).

La adolescencia es una etapa de la vida en la que ocurren cambios físicos, emocionales, sociales y ante todo de desarrollo intelectual. Surgen cambios como búsqueda de la identidad, cambios corporales y consecuentemente desarrollo sexual. También surge el enfrentamiento con adultos como los padres y los maestros. Es una etapa difícil caracterizada por sentimientos encontrados, estrés, confusión o presión por lograr el éxito.

Visto lo anterior, la familia es fundamental para entender y encauzar de la mejor forma las actitudes negativas del adolescente y, la escuela, como institución social además de desarrollar su tarea específica de enseñanza debe brindar a los alumnos ante todo una formación de vida.

P. Los adolescentes y la televisión

Es un tema dividido, algunos opina a favor y otros en contra. No hay estudios concretos en cuanto a que la televisión es dañina para los adolescentes pero tampoco hay evidencias que digan lo contrario.

De alguna manera se puede decir que en la televisión transmite tanto valores como contravalores a los jóvenes de hoy en día. Medrano, Cortés y Palacios (2009) afirman:

La televisión tanto en el contexto español como en el contexto internacional, ofrece una dieta con contenidos cercanos a la realidad del adolescente. Se presentan tanto valores prosociales y positivos como contravalores o valores negativos poco edificantes y, en cierta medida, opuestos a los valores en los que se pretende educar...los adolescentes buscan una programación específica, que les sirva realmente, y no como una actividad solamente entretenida o divertida...existe una tendencia a seleccionar aquellos programas de televisión que reflejan nuestros valores, los adolescentes tienden a identificarse con los valores que transmiten determinados programas. (p. 58).

No se puede negar el indudable beneficio que la televisión supone para el hombre, el adolescente tiene en este medio un camino para informarse, para dar vuelo a la fantasía creadora, para instruirse, orientarse y preservar valores culturales. En este orden de ideas la televisión puede ser una influencia poderosa en el desarrollo de un sistema de valores y en la formación del comportamiento social de los adolescentes.

Existe una tendencia marcada a opinar que la televisión presenta una mayor parte de su programación de baja calidad educativa y consecuentemente con riesgos para los jóvenes, no obstante si padres de familia y educadores toman las medidas necesarias es una buena herramienta formativa para los adolescentes.

Consejos como “evitar que los adolescentes tengan un televisor en su habitación” o “informarse de los contenidos de los programas más populares” deben de tomarse en cuenta para que la televisión sea un elemento proactivo en la formación de valores en la adolescencia.

Respecto al tema, Sada enfatiza (2000: p.208) “lamentablemente la violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza y género y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión”.

Los y las adolescentes son impresionables y pueden asumir que lo que ellos ven en la televisión es lo normal y aceptable. Por otra parte, un buen porcentaje de los mensajes transmitidos llevan información errónea o engañosa pero que se cree como verdadera. Gómez (2013) sostiene “el impacto de la televisión en los jóvenes es la de promover la cultura light cuyas peculiaridades son la permisividad, el hedonismo, el relativismo y el consumismo”.

Lo cierto del caso es que el adolescente encuentra en la televisión un mundo donde se encuentran tanto los valores como los antivalores. Es imperativo que los padres de familia tomen conciencia que ellos como primeros educadores son los responsables directos del uso de la televisión en el hogar, la escuela, como institución social, debe asumir su responsabilidad formativa para que los estudiantes tengan criterios valederos sobre lo bueno y lo malo que ofrece la televisión actual.

En cuanto a lo que miran los adolescentes en la televisión, Castro (2007) manifiesta:

No prohíba, enseñe a ver televisión. El inmenso poder socializador de la televisión, basado en su capacidad de convicción y penetración, presenta un reto tanto a padres como a educadores sobre cómo manejar los mensajes que los hijos ven en las pantallas. La solución al problema no está en prohibir a los hijos ver televisión, la solución al problema es fomentar el juicio crítico, analítico y lógico sobre lo que se ve, que aprendan a distinguir la fantasía de la realidad, a distinguir los valores de los antivalores, lo bueno de los malo, lo positivo de lo negativo o lo constructivo de lo destructivo. (p.11)

CAPÍTULO III PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados que a continuación se exponen se derivan de las dos variables de estudio de esta tesis: valores y programación televisiva.

Estos resultados son producto de los instrumentos previamente diseñados para esta investigación, fueron aplicados a 134 estudiantes de ambos sexos, 74 varones (55% de la población) y 60 mujeres (45% de la población) comprendidos entre las edades de 12 a 18 años, 12 docentes y 10 padres de familia.

Para el procesamiento se utilizó la estadística descriptiva que hace referencia a la recolección, presentación, descripción, análisis e interpretación de una colección de datos.

Se presentan los datos estadísticos de la siguiente manera: primero, la opinión de los estudiantes, luego el sentir de los docentes y por último la ponencia de los padres de familia.

Todo el trabajo estadístico se realizó en hojas electrónicas de Excel.

Aplicando la técnica del Análisis de Contenidos se presenta un informe del Focus Group sostenida con los estudiantes. La confiabilidad y la validez de los instrumentos aplicados se realizó en base al Coeficiente Alfa de Cronbach (ver anexos) y la Escala Likert (ver anexos).

A. Valores

Tabla 1
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
La televisión forma juicios en los adolescentes sobre lo que es correcto e incorrecto:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	19	20	39	29%
Algunas veces	07	09	16	12%
Pocas veces	44	26	70	52%
Casi nunca	02	02	04	03%
Nunca	02	03	05	04%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 70 de 134 estudiantes que representan el 52% de la población estiman que pocas veces la televisión les ayuda a formarse juicios sobre lo correcto e incorrecto, 39 de los 134 que representan el 29% opinan que siempre, 16 de los 134 que son el 12% creen que algunas veces, 4 de los 134 (3%) opinan que casi nunca y 5 de los 134 (4%) estiman que nunca.

De acuerdo al porcentaje más elevado (52%) la televisión es un medio que pocas veces incide en los adolescentes del INEBE JV en la formación de juicios sobre lo correcto e incorrecto, se puede inferir que los adolescentes encuestados tienen otras opciones para formarse dichos juicios. Estas opciones muy bien pueden ser la familia en primer lugar y la escuela en segundo lugar. En cuanto a la familia, puede entenderse como el máximo referente por la cual el adolescente aprende a diferenciar lo que es correcto y lo que es incorrecto tomando como partida el ejemplo que puedan dar los padres de familia. Respecto a la escuela, es otro referente de peso que puede incidir en el adolescente para discernir lo bueno de lo malo tomando como principio que uno de los fines que se propone la educación es la de formar a la persona en congruencia con los valores universales que dignifican la humanidad del ser humano.

Tabla 2
Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014
La televisión es un medio de comunicación de masas que promueve más antivalores que valores en la juventud actual:

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	3	25%
De acuerdo	8	67%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	08%
En desacuerdo	0	00%
Muy en desacuerdo	0	00%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 67% (8 de 12) de los encuestados están de acuerdo con que la televisión es promotora de antivalores en los adolescentes, el 25% (3 de 12) están muy de acuerdo con el planteamiento y el 1% (1 de 8) no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con tal situación.

Considerando el porcentaje más alto (67%) lo que promueve la televisión actualmente son más antivalores que valores y estimando que es el medio masivo de comunicación que mayor impacto tiene en la sociedad y consecuentemente en la familia, lo que se proyecta a través de la variedad de programas es la mentira, el odio, la venganza, la deshonestidad, la violencia, el robo, el asesinato, la desintegración familiar o el sexo libre. Se confirman estudios realizados respecto a que se afecta psicológicamente al televidente, especialmente a los adolescentes que son más vulnerables tanto en el aspecto afectivo e intelectual. Afectivamente la televisión hace que el adolescente entienda y acepta como algo normal de la vida los antivalores e intelectualmente le resta interés y dedicación al conocimiento científico.

Tabla 3
Opinión de padres de familia encuestados. Septiembre 2014
El diálogo con los hijos e hijas ayuda a determinar lo bueno y lo malo que proyecta la televisión:

Alternativas	f	% f
Siempre	6	60%
De vez en cuando	4	40%
Muy a menudo	0	00%
Raras veces	0	00%
Nunca	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 60 % de los encuestados estiman que el diálogo siempre será importante para determinar lo bueno y lo malo que actualmente proyecta la televisión, el restante 40% consideran que de vez en cuando el diálogo beneficiará determinar el pro y el contra de lo que proyecta la televisión.

Se evidencia que los padres de familia perciben que la televisión es un medio donde los adolescentes están en riesgo de ser influidos por programaciones poco edificantes y como primeros educadores de sus hijos dialogar con ellos será beneficioso para determinar lo bueno y lo malo que ofrece la televisión como medio masivo de información. Estudios sobre comportamiento humano han evidenciado lo importante del diálogo en la comunicación padres e hijos ya que permitirá expresar y comprender sentimientos, mantener una actitud asertiva y ante todo mostrar empatía para propiciar un clima estable en esa diaria relación padres e hijos.

Tabla 4
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
La televisión influye en ciertas actitudes y comportamientos como el respeto, el agradecimiento o el compañerismo en los adolescentes:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	05	05	10	7.46%
Algunas veces	18	12	30	22.39%
Pocas veces	08	09	17	12.69%
Casi nunca	10	08	18	13.43%
Nunca	20	39	59	44.03%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 44.03% que representa a 59 de los 134 encuestados estiman que la televisión nunca influye en estas actitudes y comportamientos, el 22.39% (30 de 134) opinan que algunas veces, el 13.43% (18 de 134) afirman que casi nunca, el 12.69% (17 de 134) estiman que algunas veces y el 7.46% (10 de 134) creen que siempre.

Analizando la opinión de 59 de los 134 estudiantes que representan el porcentaje mayor (44.03%) se puede inferir que el respeto, el agradecimiento o el compañerismo son valores que la televisión está lejos de proyectar. Se deduce con mayor probabilidad que este tipo de actitudes y comportamientos son aprendidos con mayor frecuencia por el adolescente en contextos familiares (considerando que las familias guardan ciertos valores de generaciones pasadas) y educativos (atendiendo que el docente tiene vocación de formar moralmente al estudiante).

Tabla 5
Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014
Regularmente un estudiante muestra respeto hacia los mayores porque ha visto en la televisión programas de consideración hacia los adultos:

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	1	8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	34%
En desacuerdo	4	33%
Muy en desacuerdo	3	25%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 33% que representan a 4 de 12 docentes opinan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo a que el respeto como un valor se mira en programas televisivos, otro 33% de los encuestados manifiestan estar en desacuerdo a que valores de esta naturaleza proyecta la televisión, 25% que representan a 3 de los 12 docentes opinan estar muy en desacuerdo sobre lo planteado, solamente un 8% que representa a 1 de 12 encuestados opinan estar de acuerdo con que la televisión proyecta el valor del respeto hacia los adultos.

Se infiere que los docentes estiman que la televisión no fomenta el valor del respeto hacia los adultos, consecuentemente puede afirmarse que los programas televisivos que miran los adolescentes están lejos de fomentar valores, principalmente en relación a las personas adultas. Lo anterior conduce a considerar que la familia, y por ende los padres de familia son la base para cimentar actitudes como el respeto, la consideración o el cariño en los adolescentes para que estos muestren afecto a las personas de la tercera edad.

Tabla 6
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
El odio, la envidia o la mentira son antivalores que se miran en ciertos programas televisivos:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	23	27	50	37.31%
Algunas veces	20	15	35	26.12%
Pocas veces	26	14	40	29.85%
Casi nunca	01	04	05	3.73%
Nunca	03	01	04	2.99%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 50 de 134 estudiantes que representan el 37.31% expresan que en los diferentes programas televisivos siempre se miran estos antivalores, 40 de 134 que son el 29.85 consideran que pocas veces, 35 de los 134 (26.12%) creen que algunas veces, 5 de los 134 (3.73%) afirman que casi nunca y 4 de los 134 (2.99%) que nunca.

Atendiendo al porcentaje más elevado (37.31%) que expresan que el odio, la envidia o la mentira son antivalores que proyecta la televisión se desprende que actualmente este medio de comunicación es uno de los mayores difusores de sentimientos negativos que lógicamente inciden en la formación de la personalidad del adolescente. Estudios psicológicos han demostrado que la televisión es unidireccional, que constantemente envía mensajes a la persona sin que exista la posibilidad que ésta pueda responder a esos mensajes que paulatinamente son aceptados e inconscientemente pueden volverse patrones de conducta.

Tabla 7
Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014
Los adolescentes miran televisión porque busca saber “cosas” de la vida

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	0	00%
De acuerdo	1	08%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	50%
En desacuerdo	5	42%
Muy en desacuerdo	0	00%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 50% que representan a 6 de 12 docentes opinan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre planteado, el 24% que son 5 de 12 docentes están en desacuerdo, solamente el 8% que representa a 1 de 12 encuestados está de acuerdo con que el adolescente mira la televisión para saber “cosas” de la vida. Se infiere que el adolescente mira televisión no necesariamente para obtener algún conocimiento de la “vida” que pueda beneficiarle en su crecimiento personal.

Al respecto estudios has demostrado que un alto porcentaje de televidentes realizan el llamado “zapping” que no es más que la conducta de cambiar continuamente canales sin ver un determinado programa. Este comportamiento conlleva al televidente a estar horas frente al televisor pero sin atender un determinado programa que le beneficie en su formación personal. En este caso puede hablarse que cierto porcentaje de adolescentes miran televisión simplemente por “matar el tiempo”, no se tiene un programa definido que pueda verse periódicamente con el objetivo de obtener un determinado conocimiento.

Tabla 8
Opinión de padres de familia encuestados. Septiembre 2014
Las novelas provocan un mal comportamiento en sus hijos e hijas:

Alternativas	f	% f
Siempre	6	60%
De vez en cuando	0	00%
Muy a menudo	4	40%
Raras veces	0	00%
Nunca	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

Respecto a este planteamiento 6 de 10 padres de familia son de la opinión que las novelas no son un buen ejemplo televisivo para sus hijos e hijas y 4 de 10 creen que muy a menudo las novelas son perjudiciales e inciden en la conducta de sus hijos e hijas.

Generalmente las novelas ofrecen al espectador situaciones irreales que en la vida real están lejos de concretarse, como de tener grandes fortunas de un día para otro o la violencia emocional que por lo general va de los hombres hacia las mujeres, estas y muchas otras situaciones el adolescente inconscientemente las imita y las mira como formas de vida tan natural perdiéndole el verdadero sentido a su vida.

Tabla 9
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
La solidaridad, el agradecimiento o la honestidad son valores que se difunden en la televisión:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	04	06	10	7.46%
Algunas veces	17	20	37	27.61%
Pocas veces	10	24	34	25.37%
Casi nunca	20	13	33	24.63%
Nunca	09	11	20	14.93%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 27.61% que representa a 37 de los 134 sujetos estiman que algunas veces estos valores se difunden en la televisión, el 25.37% (34 de 134) creen que pocas veces, un 24.63% (33 de 134) argumentan que casi nunca, el 14.93% (20 de 134) sostienen que nunca y el 7.46% (10 de 134) estiman que siempre.

Considerando la estimación de 37 de los 134 sujetos que son el mayor porcentaje (27.61%) que afirman que alguna vez estos valores se dan en la televisión se puede entender que este medio de comunicación difunde en menor grado valores que enaltecen a la persona. Esto conlleva a pensar que en las programaciones televisivas se dejan entrever más antivalores que valores que consecuentemente menoscaban la moralidad del televidente.

Tabla 10
Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014
Un alto porcentaje de programas televisivos inciden en el adolescente para valorar una buena armonía en sus relaciones interpersonales:

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	1	8%
De acuerdo	1	8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	25%
En desacuerdo	4	34%
Muy en desacuerdo	3	25%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

4 de 12 docentes que representan el 34% consideran estar en desacuerdo sobre que la televisión influye para que el adolescente valore la amistad, 3 de 12 que representan el 25 % de los encuestados estiman estar muy en desacuerdo sobre lo planteado, el 25% que son 3 de 4 docentes no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1 de 12 que es el 8% manifiestan estar de acuerdo con que la televisión influye en el valor de la amistad y el restante 8% que representa también a 1 de 12 docentes manifiestan estar muy de acuerdo al respecto.

10 de 12 docentes estiman que la televisión no tiene influencia alguna para que los adolescentes guarden una buena armonía en sus interrelaciones interpersonales.

De acuerdo a estas estimaciones se puede inferir que los programas televisivos no tienen como prioridad promover la amistad como un valor que pueda fomentarse en beneficio del televidente. Considerando lo anterior puede asumirse que la familia y la escuela si tienen incidencia en un buen porcentaje para que el adolescente manifieste valorar la amistad como ingrediente esencial en sus relaciones interpersonales.

Tabla 11
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
Apreciar los servicios de otras personas, devolver lo que no es de uno o cumplir con lo prometido son acciones que fomenta la televisión:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	07	10	17	12.69%
Algunas veces	03	09	12	8.96%
Pocas veces	08	09	17	12.69%
Casi nunca	40	33	73	54.48%
Nunca	06	09	15	11.19%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 79 de 134 estudiantes que son el 54.48% sostienen que estas acciones casi nunca se fomentan en la televisión, 17 de los 134 (12.69%) opinan que pocas veces, otros 17 de los 134 (12.69%) creen que siempre, 15 de 134 (11.19%) estiman que nunca y 12 de 134 (8.96%) consideran que algunas veces.

Al considerar que el 54.48% sostienen que esas acciones casi nunca la televisión las fomenta puede inferirse que en los programas televisivos predominan acciones donde prevalece “la ley del más fuerte”, lejos está la televisión de fomentar, no sólo en los adolescentes o en cualquier televidente, la cortesía, entendiéndose ésta como un comportamiento humano de buenas costumbres.

Tabla 12
Opinión de padres de familia encuestados. Septiembre 2014
Programas juveniles promueven valores como “apreciar los servicios de otras personas” o “agradecer un favor” o “pagar lo que se debe” en sus hijos e hijas:

Alternativas	f	% f
Siempre	0	00%
De vez en cuando	0	00%
Muy a menudo	0	00%
Raras veces	3	30%
Nunca	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

7 de 10 padres de familia (70%) consideran que las programaciones juveniles no promueven estos valores en los adolescente y 3 de 10 (30%) consideran que rara vez la televisión fomenta estos valores.

Se aprecia que los valores que se plantean no son promovidos por programaciones juveniles consiguientemente puede inferirse que este tipo de programas tienden en enfocarse en situaciones triviales, temáticas sin sentido y sin ningún beneficio en la formación moral del adolescente. Programas donde los protagonistas presentan una vida carente de significado y una vida consumista donde prevalecen ideas que es más importante “el tener” y no “el ser”.

Tabla 13
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
Programaciones culturales, científicos o educativas son de la preferencia de los adolescentes:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	05	07	12	9.00%
Algunas veces	06	10	16	11.9%
Pocas veces	20	28	48	35.8%
Casi nunca	03	07	10	7.5%
Nunca	23	25	48	35.8%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 35.8% que representan a 48 de 134 sujetos estiman que nunca y pocas veces estos programas son de la preferencia de los adolescentes, el 11.9% (16 de 134) opinan que algunas veces, el 9% (12 de 134) creen que siempre y el 7.5% afirman que casi nunca.

Atendiendo lo que indican los porcentajes mayores (35.8%) la preferencia de los adolescentes sobre esta clase de programas mínima o casi nula. En relación a las preferencias televisivas deben tomarse en cuenta ciertas circunstancias que inciden en el problema, tales como: la escuela actual qué tanto fomenta los beneficios que puedan dejar por este tipo de programas en los estudiantes? Los padres de familia qué tanto interés tienen porque sus hijos tomen en cuenta estas programaciones? Las corporaciones televisivas económicamente que tanto le conviene emitir este tipo de programas?

Tabla 14
Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014
Como docente, en mi diaria acción educativa, debería utilizar (o he utilizado) la televisión como herramienta educativa para promover valores en los estudiantes:

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	00	00%
De acuerdo	06	50%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	04	33%
En desacuerdo	02	17%
Muy en desacuerdo	00	00%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

6 de 12 docentes que representan el 50% están de acuerdo que la televisión la han utilizado o la deberían de utilizar para promover valores en sus estudiantes, 4 de 12 que representan en 33% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo mientras que 2 de 12 que representan el 17% opinan estar en desacuerdo sobre el planteamiento.

El sistema de enseñanza-aprendizaje en nuestro medio sigue siendo el tradicional, libro, papel y lápiz. El maestro da la clase y el estudiante atiende, muy excepcionalmente se aplica algo diferente en los métodos, las técnicas y las formas de enseñanza. Las objeciones son múltiples: falta de equipo, falta de material audiovisual, carencia de instalaciones y/o mobiliario que impiden el buen deseo, cuando existe, que el docente para hacer uso de las ventajas tecnológicas que le permitan hacer algo distinto en su quehacer educativo y que lógicamente redundará en beneficio del estudiante.

Tabla 15
Opinión de padres de familia encuestados. Septiembre 2014
Sus hijos e hijas miran televisión para estar informados de las noticias nacionales e internacionales:

Alternativas	f	% f
Siempre	0	00%
De vez en cuando	2	20%
Muy a menudo	0	00%
Raras veces	2	20%
Nunca	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 60 % (6 de 10) de los encuestados estiman que sus hijos e hijas nunca miran la televisión para estar al tanto del acontecer nacional e internacional, el 20% (2 de 10) opinan que sus hijos rara vez está pendiente de las noticias y otro 20% (2 de 10) estiman que de vez en cuando sus hijos están atentos de informaciones noticiosas.

Se evidencia que la televisión es vista por los adolescentes para otros intereses, la programación musical, las series televisivas, las películas, los programas en vivo o las telenovelas acaparan más la atención en el adolescente porque les entretiene y les exige poco esfuerzo mental.

B. Programación televisiva

Tabla 16
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
Ciertos comportamientos impulsivos de los adolescentes son producto de ver programas violentos:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	13	10	23	17.16%
Algunas veces	41	30	71	52.99%
Pocas veces	14	10	24	17.91%
Casi nunca	05	05	10	07.46%
Nunca	01	05	06	04.48%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 71 de los 134 estudiantes que representan el 52.99% estiman que algunas veces los comportamientos impulsivos que pueden tener ciertos estudiantes son producto de la televisión, 24 de los 134 (17.91%) encuestados opinan que pocas veces, 23 de los 74 (17.16%) consideran que siempre, 10 de los 134 (7.46%) señalan que casi nunca y 7 de los 134 (5.52%) estiman que nunca.

Atendiendo que el 52.99% (71 de 134) de los encuestados estiman que algunas veces los comportamientos impulsivos de los estudiantes (consciente o inconscientemente) son producto de la televisión confirman, lo que en psicología se denomina influencias externas de la conducta humana. Es innegable que la televisión, por medio de programaciones con alta proyección de violencia pueda incidir en el adolescente para que en determinadas circunstancias la agresividad innata del ser humano se manifieste en conductas violentas.

Tabla 17
Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014
Los estudiantes que muestran comportamientos agresivos ante sus compañeros generalmente han visto escenas violentas en la televisión:

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	5	42%
De acuerdo	4	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	8%
En desacuerdo	1	8%
Muy en desacuerdo	1	8%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 42% que representan a 5 de 12 docentes opinan estar muy de acuerdo en cuanto a que el comportamiento agresivo que pueda presentar un estudiante es reflejo de la violencia que se mira en la televisión, el 34% que representa a 4 de 12 docentes afirman estar de acuerdo con lo planteado, un 8% (1 de 12 docentes) no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, otro 8% (1 de 12 docentes)

manifiesta estar en desacuerdo y el restante 8% (1 de 12 docentes) estima estar muy en desacuerdo.

De acuerdo a los porcentajes del 42% y del 34% se evidencia que la televisión tiende a ofrecer al espectador programas donde prevalece la violencia como ingrediente esencial para tener éxito principalmente en la audiencia juvenil. Respecto a esto estudios de comportamiento humano estiman que la violencia de la televisión se “disfruta” y se acepta como algo normal por el adolescente quien trata de imitarle en su realidad social. La violencia, en cualquiera de sus manifestaciones, será una conducta imitada, por lo general, inconscientemente por parte del niño y del adolescente.

Tabla 18

Opinión de padres de familia encuestados. Septiembre 2014

Sus hijos e hijas comentan en casa los programas de televisión que sus profesores mencionan para promover valores en los adolescentes:

Alternativas	f	% f
Siempre	0	00%
De vez en cuando	1	10%
Muy a menudo	0	00%
Raras veces	2	20%
Nunca	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

Respecto a este cuestionamiento el 70% (7 de 10) de padres de familia nunca han escuchado un comentario de sus hijos en cuanto a que los profesores motiven a sus estudiantes a ver programas relacionados con valores, un 20 % (2 de 10) de papás rara vez y un 10% (1 de 10) de vez en cuando han escuchado comentarios de sus hijos al respecto.

Se deja entrever que los docentes no utilizan esta herramienta tecnológica para promover valores en sus estudiantes, considerando que la televisión está en un alto porcentaje en los hogares y siendo un medio que por sus características

auditivas y visuales tiene un impacto fuerte en la persona debería ser aprovechado de la mejor manera, no sólo para el fomento de valores sino para el autoaprendizaje de los estudiantes. Al respecto, lo ideal será vincular lo que ofrece la televisión con lo que la escuela propone, es decir, el docente toma la “tele” como una herramienta más en el proceso enseñanza-aprendizaje y/o en el proceso de la formación de la persona.

Tabla 19
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
Los maestros favorecen valores morales en los adolescentes al promover la audiencia de programas educativos:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	04	04	08	06.00%
Algunas veces	10	18	18	13.40%
Pocas veces	12	24	24	17.90%
Casi nunca	06	10	10	07.46%
Nunca	32	42	74	55.20%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 55.20% de los encuestados que representan a 74 de 134 juzgan que nunca los docentes favorecen la moralidad a través de programas televisivos, el 17.90% (24 de 134) estiman que pocas veces, el 13.40% (18 de 134) opinan que algunas veces, el 7.46% (10 de 134) consideran que casi nunca y el 6% (8 de 134) que siempre el docente favorece la moralidad por medio de programas televisivos.

Como puede apreciarse más del 50% de los encuestados califican el hecho como negativo al considerar que el docente no hace uso de la televisión para favorecer el aprendizaje de valores u otros aprendizajes. En este sentido es aceptable sustentar que la docencia no se apoya en medios audiovisuales, electrónicos o informáticos como un apoyo didáctico porque se carece de la preparación adecuada y mínima para beneficiarse de estos medios, también

debe aceptarse el poco o ningún interés del docente por implementar aprendizajes mediatizados por la imagen y el sonido.

Tabla 20
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
Los adolescentes miran televisión como una forma de “distracción” de sus actividades cotidianas:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	47	28	75	55.97%
Algunas veces	18	14	32	23.88%
Pocas veces	07	05	12	8.96%
Casi nunca	03	02	05	3.73%
Nunca	06	04	10	7.46%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 55.97% que representa a 75 de los 134 encuestados sostiene que siempre el adolescente mira televisión para distraerse de sus actividades cotidianas, el 23.88% (32 de 134) afirman que algunas veces, el 8.96% (12 de 134) opinan que pocas veces, el 7.46% (10 de 134) argumentan que nunca y el 3.73% aseveran que casi nunca.

Tomando en cuenta que 75 de los 134 encuestados están de acuerdo con lo planteado se llega a concluir que el niño y el adolescente (y también los adultos) tienden a ver la televisión como un medio que le permite “pensar en otras cosas” y no necesariamente como un medio por la cual pueda acrecentar su cultura. Debe tomarse en cuenta que hay programas que “distraen y divierten” sanamente al televidente, también debe reconocerse que el televisor cumple diversidad de funciones positivas y entre estas funciones está la de hacer pasar el tiempo de manera agradable y ante el ajetreo de la vida actual un buen programa televisivo ayuda a la persona a disfrutar de momentos agradables.

Tabla 21
Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014
Las películas que se transmiten en la televisión, por lo general, tienden a fomentar valores en los estudiantes del nivel medio:

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16%
En desacuerdo	2	17%
Muy en desacuerdo	8	67%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

Un 8 de 12 encuestados que representan el 67% opinan estar muy en desacuerdo sobre que las películas que transmite la televisión fomentan valores en los adolescentes, 2 de los 12 docentes que representan el 17% opinan estar en desacuerdo al respecto y el restante 16% (2 de 12 docentes) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Considerando que el 17% y el 67% de los docentes manifiestan que las películas que transmite la televisión no fomenta valores en los adolescentes se puede deducir que las empresas televisivas tienen poco o nada de interés en que la televisión sea un medio para dignificar a la persona. Por lo general, las corporaciones televisivas, para mantener sus niveles de audiencia, dentro de sus programaciones proyectan películas unas tras otras con altos niveles de antivalores que degeneran la humanidad de la persona. Lo que le interesa a la cadena televisiva es tener el mayor número de televidentes, mejor si son niños y adolescentes, para que los anunciantes por medio de técnicas muy sutiles promuevan el consumismo de productos no necesarios en la vida de las personas.

Tabla 22
Opinión de padres de familia encuestados. Septiembre 2014
La programación televisiva actual influye negativamente en la formación de valores en sus hijos e hijas:

Alternativas	f	% f
Siempre	8	80%
De vez en cuando	0	00%
Muy a menudo	2	20%
Raras veces	0	00%
Nunca	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 80 % de los encuestados (8 de 10) evalúan a la televisión como un medio de comunicación social por el cual los adolescentes corren altos riesgos de ser influenciados por antivalores que podrían perjudicar básicamente los valores de la familia, el restante 20% (2 de 10) creen que muy a menudo la televisión influye negativamente en sus hijos e hijas.

De acuerdo al porcentaje de padres de familia que consideran que la televisión tiene una influencia negativa en sus hijos, se confirma de alguna manera estudios realizados en cuanto a que este medio de comunicación tiende más a ser negativo que positivo considerando que un alto porcentaje de programas tienen como base fundamental, para tener audiencia juvenil, la violencia, el sexo, el consumismo o la vida fácil y sin sentido, como ingredientes para captar la teleaudiencia adolescente.

Tabla 23
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
Los padres de familia deben supervisar la programación televisiva que se mira en el hogar:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	56	50	106	79%
Algunas veces	08	07	15	11%
Pocas veces	10	03	13	10%
Casi nunca	00	00	00	00%
Nunca	00	00	00	00%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 79% que representa a 106 de 134 estudiantes estiman que siempre los padres de familia tienen la responsabilidad de velar que programas se miran en casa, el 11% que representa a 15 de los 134 encuestados opinan que algunas veces y el 10% que representa a 13 de los 134 sujetos creen que pocas veces. Analizando estos porcentajes se deduce categóricamente que es una responsabilidad del padre de familia estar al tanto de la calidad de programas que puedan verse en el hogar.

Al respecto, se ha dicho que la televisión influye más negativa que positivamente en la sociedad y la familia como institución social es bombardeada constantemente por el mercantilismo televisivo, en tal sentido, corresponde a los padres contrarrestar lo “malo de la tele” teniendo criterios sólidos y sentido común en cuanto a seleccionar los programas que se miran en casa.

Tabla 24
Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014
Los padres de familia deben analizar y consecuentemente supervisar la programación televisiva que miran los niños, niñas, jóvenes y señoritas en casa:

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	11	92%
De acuerdo	1	8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 11 de 12 encuestados (92%) revelan estar muy de acuerdo con que los padres de familia deben estar al tanto de los programas que se miran en casa y 1 de 11 (8%) manifiestan estar de acuerdo con lo planteado.

Se evidencia que el 92% de los docentes estiman que los padres de familia, como primeros educadores de sus hijos son los responsables y ante todo tienen el derecho de saber cuál es la programación televisiva que mira en el hogar. Unos padres de familia proactivos deben enseñar a sus hijos “ver programas” que les beneficie en el crecimiento de su personalidad y no “ver la televisión” que transmite programaciones que denigran la dignidad humana. Sin duda alguna la familia, entendiéndose padres de familia, son los grandes referentes para cimentar en los hijos sólidos valores morales y éticos, quién más que papá y mamá para discernir lo bueno y lo malo que proyecta la televisión?

Tabla 25
Opinión de padres de familia encuestados. Septiembre 2014
Un horario ayuda a mantener un control sobre las horas que sus hijos e hijas miran televisión:

Alternativas	f	% f
Siempre	0	00%
De vez en cuando	2	20%
Muy a menudo	0	00%
Raras veces	6	60%
Nunca	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 6 de los 10 encuestados (60%) opinan que raras veces establecer un horario ayudaría a mantener un control sobre las horas que se mira televisión en casa, 2 de los 10 (20%) padres de familia consideran que de vez en cuando será beneficiosa esta medida y, 2 de los 10 padres de familia (20%) creen que nunca un horario ayudará para dicho control.

Se evidencia que la televisión tiende a ser un elemento que durante buena parte de las horas del día está activa, al respecto, es muy frecuente escuchar que muchos padres de familia prefieren que sus hijos estén en casa viendo televisión a que estén fuera del hogar en donde se corren muchos riesgos a causa de la

inseguridad actual. También debe considerarse que en muchos casos ambos padres trabajan quedando los hijos solos en casa circunstancia por la cual los adolescentes miran más horas la televisión.

Tabla 26
Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014
La televisión, como medio de comunicación social, promueve valores en la audiencia juvenil:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	05	07	12	9.0%
Algunas veces	09	17	26	19.4%
Pocas veces	31	33	64	47.8%
Casi nunca	03	07	10	07.5%
Nunca	09	13	22	16.4%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 64 de los 134 estudiantes que son el 47.8% opinan que pocas veces la televisión promueve valores en los jóvenes, 26 de los 134 (19.4%) estiman que algunas veces, 22 de los 134 (16.4%) creen que nunca, 12 de los 134 (9%) afirman que siempre y 10 de los 134 (7.55%) sostienen que nunca.

Tomando en cuenta el porcentaje del 47.8% puede entenderse la existencia (aunque mínima o muy escasa) de programas que tienden a fortificar los valores en los adolescentes; emisiones científicas, artísticas o educativas conllevan la divulgación de la cultura y consecuentemente valores que dignifican a la persona. Al respecto, debe tomarse en cuenta situaciones tales como que tanto interés tienen las corporaciones televisivas de difundir este tipo de emisiones o que tanto interés tiene el televidente de ver este tipo de programas.

Tabla 27

Opinión de estudiantes encuestados. Septiembre 2014

Por lo general, la televisión, influye en la forma de pensar y de actuar del adolescente:

Alternativas	Hombres	Mujeres	f	% f
Siempre	19	10	29	21.64%
Algunas veces	30	22	52	38.81%
Pocas veces	09	13	22	16.42%
Casi nunca	06	05	11	8.21%
Nunca	11	09	20	14.93%
Total	74	60	134	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 52 de los 134 adolescentes que son el 38.81% sostienen que algunas veces la televisión influye en su forma de pensar y actuar, 29 de 134 (21.64%) afirman que siempre, 22 de 134 (16.42%) creen que pocas veces, 20 de 134 (14.93%) argumentan que nunca y 11 de 134 (8.21%) sostienen que casi nunca.

Atendiendo los porcentajes más elevados (38.81% y 21.64%) puede inferirse que la televisión es un medio de comunicación de masas que influye directa o indirectamente en la persona, principalmente en los adolescentes y en los niños que son más susceptibles a modificar la manera de pensar y de actuar. En este sentido, muchas veces la televisión es un medio por la cual se maneja el criterio del televidente haciéndole ver como algo correcto lo que en la realidad es incorrecto.

Tabla 28

Opinión de docentes encuestados. Septiembre 2014

Documentales sobre arte, ciencia o cultura tienen una audiencia juvenil porque son programas que despiertan interés en los adolescentes:

Alternativas	f	% f
Muy de acuerdo	0	00%
De acuerdo	0	00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	67%
En desacuerdo	3	25%
Muy en desacuerdo	1	08%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 67% de los encuestados que representan a 8 de 12 opinan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre qué programas artísticos, científicos o culturales son de la preferencia del adolescente, el 25% que representan a 3 de 12 encuestado manifiestan estar en desacuerdo sobre lo planteado y un 8% que representa a 1 de 12 declara estar muy en desacuerdo.

De acuerdo a la opinión de los encuestados al televidente juvenil le son pocas o nada llamativas las programaciones de corte educativo. Las programaciones recreativas o de poco esfuerzo cognitivo son las preferidas del adolescente, a esto hay que sumar que las empresas televisivas no tienen mayor interés en emitir programas artísticos, científicos o culturales, además de que como sociedad y en consecuencia como familia no se tiene el “gusto” (entiéndase cultura) por ver programas de naturaleza educativa.

Tabla 29
Opinión de padres de familia encuestados. Septiembre 2014
La programación televisiva actual influye negativamente en la formación de valores en sus hijos e hijas:

Alternativas	f	% f
Siempre	8	80%
De vez en cuando	0	00%
Muy a menudo	2	20%
Raras veces	0	00%
Nunca	0	00%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia. Investigación de campo.

El 80 % de los encuestados (8 de 10) evalúan a la televisión como un medio de comunicación social por el cual los adolescentes corren altos riesgos de ser influenciados por antivalores que podrían perjudicar básicamente los valores de la familia, el restante 20% (2 de 10) creen que muy a menudo la televisión influye negativamente en sus hijos e hijas.

De acuerdo al porcentaje de padres de familia que consideran que la televisión tiene una influencia negativa en sus hijos, se confirma de alguna manera estudios realizados en cuanto a que este medio de comunicación tiende más a ser negativo que positivo considerando que un alto porcentaje de programas tienen como base fundamental, para tener audiencia juvenil, la violencia, el sexo, el consumismo o la vida fácil y sin sentido, como ingredientes para captar la teleaudiencia adolescente.

C. Focus Group

Para el presente estudio se considera importante conocer de una manera informal la opinión de los adolescentes respecto a la televisión y los valores. Para realizar el focus group se llevo a cabo una selección aleatoria entre los estudiantes de primero, segundo y tercero básico (8 varones y 7 mujeres).

Por parte del investigador se dio la cordial bienvenida al grupo, se les explicó el motivo de la actividad como también el problema de la investigación: la televisión incide en el fomento de valores o antivalores en los adolescentes.

Como actividad preliminar los estudiantes se presentaron ante el grupo diciendo su nombre, la edad y el grado que cursan.

Los participantes expresaron una manera franca y espontánea su forma de pensar sobre los temas que se fueron generando de acuerdo a las siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Qué es lo que buscan los jóvenes en la televisión? ¿Por qué? ¿Para qué?
- ✓ ¿Qué tipo de programas son los que más llaman su atención? ¿Les agrada todo lo que ven en la televisión?

- ✓ ¿Qué comportamientos se ven en los jóvenes por influencia de la televisión?
Mencionar algunos positivos y otros negativos
- ✓ ¿Cómo creen que sus maestros deberían aprovechar la televisión para la educación de los adolescentes?
- ✓ ¿Cómo creen que sus padres deberían aprovechar la televisión para la educación de los hijos?

Por parte del investigador se utilizó un cuaderno de campo para tomar nota de las aportaciones las cuales se detallan de la siguiente manera:

Interrogante No. 1: Qué es lo que buscan los jóvenes en la televisión? ¿Por qué? ¿Para qué?

En cuanto a lo que buscan los jóvenes en la televisión todos coinciden en que buscan algo que les entretenga y les divierta, no tienen programas fijos que ver aunque admiten que las telenovelas, en el caso de las señoritas, tratan de no perderse los capítulos para no perder la secuencia de las historias, en el caso de los varones, las películas les llaman más la atención. Respecto a por qué y para qué miran la televisión, 6 de los 15 participantes manifestaron que para descansar un poco y para ver programas que están de moda. Los restantes participantes dieron opiniones diversas como “mis amigos me dicen que mire tal programa” o “mis hermanos miran tal o cual programa”.

Como se puede apreciar, en esta edad de la persona no se busca ver la televisión para enriquecer un conocimiento determinado, más bien se busca ver “algo” que les haga pasar un tiempo entretenidos.

Interrogantes No. 2 Qué tipo de programas son los que más llaman su atención? ¿Les agrada todo lo que ven en la televisión?

Uno de los aspectos más interesantes en cuanto a esta pregunta es que a los adolescentes les llama más la atención programas donde hay “much acción” o programas donde hay situaciones “sentimentales” en contraste a programas de índole educativo. Los 8 varones manifestaron que les gusta ver canales que pasan deportes, especialmente fútbol, lucha libre o box. 4 de las 6 señoritas dijeron que programas como los de “Laura en América”, “Caso cerrado” o “la Rosa de Guadalupe” les llama la atención. Se dejó entrever, según los comentarios escuchados, que los noticieros son pocos vistos por ellos. En cuanto a que si les agrada lo que se mira en la televisión, sus respuestas fueron muy escuetas, respuestas como “si...a veces”, “a veces no porque hay muchos muertos” “si...ya que se miran cosas bonitas”.

Se puede considerar que los adolescentes les llaman la atención programas que implican un mínimo de esfuerzo para entenderlos.

Interrogante No. 3 ¿Qué comportamientos se ven en los jóvenes por influencia de la televisión? Mencionar algunos positivos y otros negativos.

Respecto a esta interrogante, 5 de las 7 señoritas estiman que las mujeres de las novelas influyen muchas veces en su forma de actuar y que también aprenden de los videos musicales algunas formas de bailar. En cuanto a jóvenes, consideran que los comportamientos varoniles de las películas les llaman la atención porque se pueden imitar. Entre las influencias negativas que le deja la televisión se escucharon comentarios como los engaños que se miran en las telenovelas, los insultos en programas como “Laura en América” o las matanzas que se dan en las películas de acción. Como influencias positivas mencionaron que hay programas donde se miran personas ayudando a otros o programas donde los amigos siempre están en las buenas y en las malas. Atendiendo los puntos de vista anteriores se pudo apreciar que los participantes, aunque están conscientes que en la televisión se miran cosas buenas y malas,

no logran dimensionar claramente los efectos positivos o negativos que en ellos produce este medio de comunicación.

Interrogante No. 4 ¿Cómo creen que sus maestros deberían aprovechar la televisión para la educación de ustedes?

Se dejó entrever que para este cuestionamiento no tenían claro lo que podían opinar, no sabían cómo explicarse que la televisión les puede ayudar en sus estudios. Algunos comentaron, principalmente los estudiantes de mayor edad, que a veces los profesores les dicen que muchas causas de la violencia que se vive es porque en la televisión “pasan” muchas películas donde los delincuentes aprenden como matar o robar o cómo hacerle daños a las personas. En cuanto a opinar concretamente respecto a la pregunta los estudiantes se perdieron en cómo sus profesores pueden utilizar la televisión en sus estudios.

Interrogante No. 5 ¿Cómo creen que sus padres deberían aprovechar la televisión para la educación de ustedes?

También fue una pregunta que les causó cierta confusión, 6 de 7 señoritas comentaron que miran televisión con su mamá principalmente al anochecer y los hacen de una forma natural que nunca se han puesto a pensar como los papás pueden ayudarles para ver mejores programas, los varones comentaron que cuando miran televisión con su papá es para ver partidos de fut y muy rara veces miran juntos una película u otro programa ya que no tienen gustos similares. Entre los comentarios un estudiante dijo “ mis papás prefieren que mira la tele y que no salga a la calle porque aprendo malas palabras con los amigos”.

Se deja entrever que los papás no le dan la importancia del caso a lo que sus hijos e hijas miran en la televisión, atendiendo los comentarios de los estudiantes, la televisión está presente en los hogares como un aparato más de

la casa sin darle el valor necesario y obtener de ella el mejor provecho en bien tanto de una formación moral como de un medio de superación intelectual de los adolescentes.

CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos al aplicarse los instrumentos a los estudiantes del INEBE JV, docentes y padres de familia confirman, de acuerdo a la justificación de este estudio que los alumnos de nivel medio, principalmente del ciclo básico, es un sector de la población educativa que está expuesto a la influencia de la variedad de programas televisivos y consecuentemente a los antivalores que en alto porcentaje actualmente transmite la televisión.

Se desarrolla este capítulo en base a los datos estadísticos de las variables anteriormente mencionadas y los comentarios del Focus Group realizado con los estudiantes.

A. VALORES

Los valores morales son todas aquellas cuestiones que llevan al hombre a defender y creer en su dignidad en cuanto a persona, porque ineludiblemente el valor moral conduce al hombre hacia el bien moral. Para García Máñez (citado por Córdón, 2010) “el valor está relacionado con la propia existencia de la persona, afecta su conducta, configura y moldea sus ideas y condiciona sus sentimientos”.

En lo que se refiere a manifestar una actitud reflexiva frente a los mensajes proyectados por la televisión, los datos obtenidos (tablas 1,2 y 3) reflejan que el 52% de los estudiantes creen que pocas veces la televisión les forma juicios sobre lo que es correcto e incorrecto, el 67% de los docentes manifiestan estar de acuerdo en que la televisión promueve más antivalores que valores en tanto

que el 60% de los padres de familia opinan que el diálogo con sus hijos ayuda a determinar lo bueno y lo malo que proyecta la televisión.

De lo anterior se puede deducir que los padres de familia juegan un papel importante en cuanto a que los jóvenes asuman una actitud crítica sobre las diferentes programaciones televisivas. Castro (2007) respecto a la televisión manifiesta “debe fomentarse en los niños y adolescentes el juicio crítico, analítico y lógico sobre lo que se ve, (analizar, cuestionar, categorizar) que aprendan a distinguir la fantasía de la realidad, a distinguir los valores de los antivalores, lo bueno de lo malo, lo positivo de lo negativo o lo constructivo de lo destructivo”.

Al realizar la actividad del grupo focal y cuestionarles sobre influencias positivas de la televisión los estudiantes mencionaron que hay programas donde se miran personas ayudando a otros o programas donde los amigos siempre están en las buenas y en las malas. En el focus group se pudo apreciar que los participantes, aunque están conscientes que en la televisión se miran cosas buenas y malas, no logran dimensionar claramente los efectos positivos o negativos que en ellos produce este medio de comunicación.

Respecto a evidenciar actitudes y comportamientos positivos, los datos recabados (tablas 4 y 5) evidencian que el 44.03% de los estudiantes opinan que nunca la televisión influye en ellos en actitudes y comportamientos como el respeto, el agradecimiento o el compañerismo, el 58% de los docentes consideran que la televisión no influye en los adolescentes hacia un trato considerado hacia los adultos.

Esto concuerda con lo planteado en el marco teórico en cuanto a que “es en la familia donde se enseñan los primeros valores los cuales serán el sustento a lo largo de la vida de la persona, valores como la alegría, la generosidad, el

respeto, la justicia, la responsabilidad, la lealtad o la autoestima entre otros contribuyen a construir una personalidad fuerte y equilibrada en los hijos”.

Sobre sentimientos y conductas negativas, (tablas 6, 7 y 8) el 37.31% de los adolescentes estiman que antivalores como el odio, la envidia o la mentira se proyectan en ciertos programas televisivos, el 50% de los docentes afirman no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto a que los adolescentes miren la televisión porque buscan saber “cosas” positivas de la vida y el 60% de los padres de familia consideran que los mensajes de las novelas influyen en ciertos comportamientos negativos de sus hijos.

Al respecto, Córdón (2010) afirma “el camino de los antivalores es equivocado porque no sólo deshumaniza y degrada a la persona, sino que la hace merecedora del desprecio, la desconfianza y el rechazo por parte de sus semejantes” En el grupo focal los estudiantes hicieron notar que entre las influencias negativas que le deja la televisión están los engaños que se miran en las telenovelas, los insultos que se miran en programas en vivo como “Laura en América” o las matanzas que se dan en las películas de acción.

En lo que se refiere a la vivencia de valores entre sus iguales, (tablas 9 y 10) el 27.61% de los estudiantes estiman que algunas veces la solidaridad, el agradecimiento o la honestidad son valores que se proyectan en la televisión, el 59% de los docentes sostienen estar en desacuerdo y muy en desacuerdo en cuanto a que la televisión incide en los jóvenes respecto a valorar una buena armonía entre ellos.

Se puede evidenciar, de acuerdo al criterio de los adolescentes que la televisión proyecta en forma mínima estos valores contrastando con la opinión de los docentes que estiman que la televisión no tiene mayor incidencia en valoración que los jóvenes tienen sobre la amistad. Córdón (2010) sostiene “la televisión

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

Respecto a que si les agrada lo que se mira en la televisión, los estudiantes en el focus group tuvieron respuestas muy escuetas, respuestas como: “si...a veces”, “a veces no porque hay muchos muertos” “si...ya que se miran cosas bonitas”.

En cuanto a apreciar acciones altruistas, los resultados muestran (tablas 11 y 12) que el 54.48% de los estudiantes sostienen que apreciar los servicios de otras personas, devolver lo que no es de uno o cumplir con lo prometido, son acciones que la televisión casi nunca proyecta, por su parte el 70% de los padres de familia consideran que apreciar los servicios de otras personas, agradecer un favor o pagar lo que se debe nunca con valores que se promueven en los programa juveniles.

Al atender estos datos se reafirman los puntos básicos del marco teórico en cuanto a que en la televisión proyecta situaciones en donde las buenas costumbres están lejos de evidenciarse, mientras que situaciones triviales y temáticas sin ningún beneficio formativo se muestran en alto grado.

Sobre el interés por programaciones formativas los resultados obtenidos (tablas 13, 14 y 15) indican que un 79.10% de los escolares encuestado opinan que pocas veces, casi nunca y nunca programaciones culturales, científicas o educativas son de la preferencias de los adolescentes en tanto un 50 % de docentes sostienen que deberían de utilizar o han utilizado la televisión para promover valores, por su parte un 60% de padres de familia sostienen que nunca la televisión es vista por sus hijos para estar informados tanto de noticias nacionales como internacionales.

Estos datos también confirman puntos del marco teórico referente a que la diversidad de programaciones televisivas tiende más a entretener al televidente que a ser un medio por la cual se promueva la superación de la persona. Al respecto Gómez (2013) afirma “el impacto de la televisión en los jóvenes es la de promover la cultura light cuyas peculiaridades son la permisividad, el hedonismo, el relativismo y el consumismo”.

B. Programación televisiva

Como medio de comunicación de masas, la televisión, está presente en la mayoría de hogares. De ella se habla bien o mal. Y ya sea para bien o para mal la televisión influye en el pensar y actuar de las personas.

En las tablas 16, 17 y 18 se demuestra que el 52.99% de los estudiantes estiman que algunas veces los comportamientos agresivos que puedan tener ciertos estudiantes son producto de la televisión, 42% de los docentes consideran que la televisión influye en comportamientos violentos en los estudiantes y el 70% de los padres de familia consideran que los profesores no promueven valores en los adolescentes por medio de programas educativos.

Lo anterior concuerda con el marco teórico de esta investigación en cuanto a que la televisión puede ser una influencia poderosa en el desarrollo de un sistema de valores y en la formación del comportamiento. Debe tomarse en cuenta que, entre los efectos de la violencia televisiva el adolescente tiende a ver los actos violentos como situaciones normales, se acepta la violencia como un modo de resolver problemas, se imita en una forma inconsciente la violencia física como emocional y ante todo el adolescente puede identificarse como víctima o como agresor.

En cuanto a la actividad del grupo focal, se dejó entrever que a esta edad los estudiantes tienden más a ver la televisión para entretenerse y no para analizar situaciones determinadas como la violencia, en este caso, que es proyectada en variedad de programaciones.

Los resultados de las tablas 19, 20, 21 y 22 evidencian que el 55.20% de los estudiantes afirman que los maestros no promueven la audiencia de programas educativos, además, el 55.97% afirman que miran la televisión como una forma de “distracción”. El 67% de los docentes concuerdan en que las películas que se transmiten en la televisión no transmiten valores a los adolescentes y el 80% de los padres de familia estiman que la televisión influye negativamente en la formación de valores en sus hijos. Considerando los datos anteriores se puede inferir, por un lado, la televisión no tiene como prioridad fomentar valores y, por el otro lado, el docente no educa en valores utilizando esta herramienta tecnológica, además, atendiendo la opinión de los padres de familia, se puede comprobar varios puntos de vista de esta investigación en cuanto que este medio de comunicación no tiene como punto esencial ser promotor educativo ni evidenciar la realidad de nuestra sociedad, al contrario, promueve la ausencia de valores éticos y morales.

Se puede afirmar que en las diferentes programaciones televisivas predominan situaciones donde resaltan antivalores como el mentir o el engañar, la pornografía en toda su expresión, violencia desde cualquier punto de vista, irrespeto a la dignidad humana desde cualquier enfoque o el consumismo y vida hedonista. En el focus group los adolescentes manifestaron que les llama más la atención programas donde hay “mucho acción” o programas donde hay situaciones “sentimentales” en contraste a programas de índole educativo.

Las tablas 23, 24 y 25 indican que el 79% de los adolescentes están de acuerdo con que los padres de familia supervisen el uso de la televisión en el hogar, el

92% de los docentes manifiestan que los padres de familia son los responsables de “estar al tanto” de los programas que miran los adolescentes para que la televisión sea un medio de superación personal y el 60% de los padres de familia estiman que un horario raras veces podría ayudar a mantener un control sobre las horas que los hijos miran televisión.

Es importante resaltar el hecho de que los adolescentes encuestados estiman conveniente que sus padres “fiscalicen” que tipo de programaciones se miran en el hogar, en cuanto a la opinión de los padres de familia debe aceptarse que en muchos casos ambos padres salen a trabajar y consecuentemente al no haber una autoridad en casa la televisión es vista por más tiempo. Los datos anteriores coinciden con lo que se afirma en el marco teórico de este estudio en cuanto a que es importante estimular discusiones con los hijos sobre lo que se está viendo, poner límites a la cantidad de tiempo no más de dos horas al día y apagar la televisión durante las horas de comida y el tiempo destinado a los estudios.

Las señoritas comentaron en el focus group que miran televisión con su mamá principalmente al anochecer y los hacen de una forma natural, que nunca se han puesto a pensar como los papás pueden ayudarles para ver mejores programas, los varones explicaron que cuando miran televisión con su papá es para ver partidos de fut y muy rara veces miran juntos una película u otro programa ya que no tienen gustos similares.

En cuanto a valorar la televisión como medio de educación informal, los resultados obtenidos (tablas 26, 27, 28 y 29) evidencian que el 47.8% de los adolescentes creen que pocas veces la televisión promueve valores en los jóvenes, el 38.81% de los jóvenes consideran que algunas veces la televisión influye en su forma de pensar y actuar, respecto a los docentes, el 67% manifiestan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto a que programas

artísticos, científicos o culturales despierten interés en los adolescentes y el 80% de los padres de familia creen que la televisión influye negativamente en la formación moral de sus hijos.

Atendiendo los datos anteriores se puede concluir que la televisión no cumple con el cometido de ser un medio de educación informal en donde los adolescentes a través de programaciones educativas adquieran valores o que les influya positivamente a encarar situaciones de la vida real o a fomentar en ellos el gusto por programaciones artísticas, científicas o culturales. Al contrario es un medio que tiende básicamente a entretener y fomentar la pasividad en el televidente.

Para resaltar lo anterior, Liceras (2005) sostiene “la educación informal es entendida como aquellos procesos educativos que tienen lugar en la vida cotidiana en donde las personas no intencionalmente adquieren y acumulan conocimientos, habilidades, actitudes y modos de discernimiento”. Los estudiantes manifestaron en la actividad grupal llevada a cabo para este estudio que les gusta ver canales que pasan deportes, especialmente fútbol, lucha libre o box en el caso de los hombres, en tanto las señoritas dijeron que programas como los de “Laura en América”, “Caso cerrado” o “la Rosa de Guadalupe” les llama la atención.

Conclusiones:

El primer objetivo específico de esta investigación hace referencia a establecer el uso de la televisión por los docentes para promover valores en los estudiantes y, considerando que los valores son determinantes en el desarrollo de la personalidad de los adolescentes, 74 de los 134 encuestados que representan el 55.20% afirman que los maestros nunca favorecen los valores morales en los adolescentes promoviendo la audiencia de programaciones televisivas educativas, 7 de 10 padres de familia opinan que nunca sus hijos e hijas comentan en casa programas televisivos que sus profesores mencionan para promover valores en los adolescentes, 6 de 12 docentes afirman estar de acuerdo en que deberían utilizar la televisión en su quehacer educativo como herramienta para promover valores en los estudiantes.

De acuerdo a lo anterior se evidencia que los docentes del INEBE JV no usan la televisión y consecuentemente programaciones televisivas para promover valores y por ende contrarrestar los antivalores que la televisión difunde por medio de programas carentes y vacíos de contenidos que dignifiquen al ser humano.

En cuanto al segundo objetivo de esta investigación: determinar cómo afectan al adolescente los antivalores que se muestran en la televisión, los resultados demuestran que 85 de 134 estudiantes que representa el 63.43% afirman que el odio, la envidia o la mentira son antivalores que siempre y algunas veces se miran en ciertos programas televisivos, 94 de 134 estudiantes que representa el 70.15% estiman que siempre y algunas veces ciertos comportamientos impulsivos de los adolescentes son producto de ver programas violentos, 9 de 12 docentes están muy de acuerdo y de acuerdo que los estudiantes que muestran comportamientos agresivos ante sus compañeros generalmente han visto escenas violentas en la televisión, 8 de 10 padres de familia afirman que la

programación televisiva actual influye negativamente en la formación de valores en sus hijos e hijas.

Considerando los datos anteriores de la presente investigación se concluye que en alto grado el desarrollo emocional de los adolescentes es bombardeado por la televisión con una serie de antivalores que se manifiestan en diversidad de formas y se exteriorizan en conductas antisociales (conductas agresivas tanto físicas como emocionales ante sus iguales) o en la disminución de habilidades académicas. El adolescente, al considerarse que es un individuo en etapa de formación de valores tanto individuales como sociales, es blanco fácil de la influencia televisiva contaminante de antivalores. En los actuales días, la variedad de programaciones televisivas, para mantener altos niveles de audiencia juvenil y jugosas ganancias económicas, presentan al joven un mundo de vida fácil, un mundo de vida sin esfuerzos ni sacrificios y un mundo irreal en todo el sentido de la palabra.

Respecto al tercer objetivo: establecer el rol de los padres de familia en cuanto al uso del televisor en el hogar, debe destacarse que 106 de los 134 estudiantes encuestados que representa el 79% afirman que siempre los padres de familia deben supervisar la programación televisiva que se mira en el hogar, 11 de 12 docentes están muy de acuerdo en que los padres de familia deben analizar y consecuentemente supervisar la programación televisiva que miran los niños, niñas, jóvenes y señoritas en casa, 6 de 10 padres de familia estiman que el dialogo con lo hijos e hijas ayudan a determinar lo bueno y lo malo que proyecta la televisión.

En relación a este objetivo se confirman puntos centrales de esta investigación en cuanto a que es a los padres de familia, como primero educadores, en quienes recae la responsabilidad del uso del televisor en el hogar. Unos padres proactivos deben tener en cuenta ciertos lineamientos como controlar el tiempo

que se pasa frente a la televisión o enseñar a los hijos a ver televisión con sentido crítico y juicioso. El adolescente mira televisión para pasar un tiempo que le permita diversión y entretención, en mínimo grado el joven de hoy busca en la televisión un medio de auto-aprendizaje, un medio para formarse tanto intelectual como moralmente, un medio de superación para crecer como persona que juega un papel importante en su rol como elemento edificante tanto en la familia como en la sociedad.

En relación a diseñar una propuesta para fomentar el juicio crítico, analítico y lógico en el adolescente para discernir lo bueno de lo malo que proyecta la televisión se presentan una serie de talleres para fomentar valores en los estudiantes del nivel medio y crearles el hábito de evaluar los mensajes que la televisión emite en su diversidad de programaciones.

Recomendaciones

1. Los docentes del INEBE JV deben utilizar y obtener el máximo provecho de la televisión como una herramienta tecnológica para fortalecer la educación en valores para que los adolescentes sepan discernir lo bueno y lo malo que este medio de comunicación de masas transmite al espectador.
2. Para contrarrestar los antivalores que se muestran en la televisión se deben implementar unidades temáticas en todas las asignaturas del INEBE JV para fortificar los valores como forma de propiciar una sana vida moral en los adolescentes.
3. Involucrar a los padres de familia del INEBE en talleres sobre el buen uso del televisor en el hogar para neutralizar los antivalores que se miran en las programaciones dirigidas especialmente al televidente juvenil.
4. A criterio de la Dirección del INEBE JV implementar talleres, seminarios, conferencias y/o charlas motivacionales para fomentar el los estudiantes criterios que les permitan desarrollar capacidades para ser televidentes que evalúen lo que la televisión actual emite.

REFERENCIAS

Libros

- Bermejo, J. (2006). *Mi hijo y la televisión*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Bravo, N. (1997). *Valores Humanos*. Santiago de Chile: RIL Editores.
- Cardona, A. (2000). *Formación de Valores, teoría, reflexiones y respuestas*. México: Editorial Grijalvo.
- Fronzizi, R. (1972). *¿Qué son los Valores?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Gallo, A. (2006). *Introducción a los Valores*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Gesell, A. (2000). *El Adolescente de 10 a 16 años*. Barcelona, España: Paidós Ibérica
- Izquierdo, C. (1998). *El mundo de los valores*. Ediciones Paulinas.
- Kohlberg, L. (1992). *Psicología del desarrollo moral*. Bilbao: Desclée de Brouwer
- López, A. (2003). *Quién fui, Quién soy y Quién seré*. México: Editorial Trillas
- Moleiro, M. (2008). *Relatos para Educar en Valores*. Venezuela: Editorial San Pablo.
- Rojas, E. (1992). *El hombre Ligh. Una vida sin valores*. Argentina: Editorial Planeta.
- Sada, R. (2007). *Curso de Ética General y Aplicada*. México: Ed. Minos Milenio.

Documentos

- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (S. F.). *La dimensión moral del ser humano*. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Gobierno de España. Recuperado de recursostic.educacion.es/.../edad/4esoetica/.../index_quincena2.htm

Ministerio de Educación –Mineduc- (2008). *Estrategia de educación en valores y Formación Ciudadana 2004-2008*. Recuperado de www.educadem.oas.org/documentos/2004-2008.pdf

Periódicos

Alvarado, C. (2006, 17 de julio). *La nueva competencia para el control de la TV familiar*. Recuperado de <http://www.elperiodico.com.gt/es//pais/29836>

Barrios, A. (2011, 11 de marzo). *Historia de la Televisión en Guatemala*. Recuperado de <http://www.ellibrepensador.com/2011/03/11/historia-de-la-television-en-guatemala/>

Cabero, J. (2011, 2 de septiembre). *La televisión educativa: aspectos a contemplar para su integración curricular*. Recuperado de <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/Bibliovir/120.pdf>

Revistas

Castro, G. (2007, Julio). *Aprendamos a ver televisión*. Recuperado de www.lafamilia.info/documentos/de_interés/sociedad/aprendamosavertv.pdf

Luarca, J. (2004, Agosto). *Efectos de la Televisión en la familia*. Apuntes. Recuperado de <http://medicina.usac.edu.gt/revista/2-2/efectostv.html>

Martínez, A. (2009 mayo-agosto). *En torno a los valores morales en Bioética*. Revista del Centro Juan Pablo II. Volumen 9, No. 2, pp. 25-27

Medrano, C. Cortés, A. & Palacios, S. (2009). *Los valores personales y los valores percibidos en la televisión: un estudio con adolescentes*. Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado. Recuperado de http://aufop.com/aufop/uploaded_files/articulos/1259996698.pdf

Negrete, L. (2004). *Valores Universales*. Rompan Filas. México 2004 Vol.: 14 Núm.: 72. Recuperado de http://132.248.192.201/seccion/bd_iresie/

Tesis

Azurdia Alquijay, C. R. (2007). *El desarrollo del pensamiento según Piaget*. Tesis de Maestría en Investigación. Facultad de Humanidades Departamento de Postgrado. Universidad de San Carlos de Guatemala.

- Bocancho Toapaxi, M. J. (2010). *Los programas de televisión y su incidencia en la conducta de los estudiantes de los segundos y terceros años de Bachillerato especialidad físico matemático de la unidad educativa Madison High School del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi durante el período 2009-2010*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Educación. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.
- Cordón Aquino, M. G. (2010). *La influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Flores Thomas, C. E. (2010). *La recepción televisiva de jóvenes estudiantes del nivel medio (secundaria) de Comalcalco, Tabasco (México). Una exploración autor reflexiva del uso de la televisión y su investigación con técnicas cualitativas*. Tesis de Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Franco Guzmán, G., Mejía Leyva, J. A. (2010). *La influencia de la televisión en el aprovechamiento escolar del adolescente de educación secundaria general de la colonia Izcalli-Ayotla*. Tesis de Licenciatura en Educación. Universidad Pedagógica Nacional. México D. F.
- Freites, J., Piñero, M. (2012). *Evaluación del impacto de la serie de televisión los Simsons en la educación de los valores en adolescentes escolarizados*. Tesis de Licenciatura en Educación. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela,
- Gómez Guerra, S. I. (2013). *Análisis de programas televisivos y sus efectos en la identidad de los jóvenes*. Tesis de Licenciatura en Sociología. Escuela de Ciencia Política. Universidad de San Carlos de Guatemala,
- Gutiérrez Aguilar, C. (2009). *El uso adecuado de la televisión como recurso didáctico. Estudio de caso: Escuela Secundaria Diurna No. 255 "Antonio Semionocivh Makarenko"*. Tesis de Licenciatura en Pedagogía. Universidad Pedagógica Nacional. México, D.F.
- Mayén Rodríguez, G., Salinas Martínez, Y. G. & Sánchez Martínez, A. B. (2009). *La percepción del adolescente de secundaria sobre los contenidos sexuales que le presenta la televisión*. Tesis de Licenciatura en Psicología Educativa. Universidad Pedagógica Nacional. México, D.F.

- Molla, M. (1978). *La identidad del adolescente. Estudio preliminar de una prueba de identidad*. Tesis de Licenciatura en Psicología. Pontificia Universidad Católica del Perú,
- Pirela, P. (2012). *Análisis crítico de los contenidos de la televisión: investigación-acción con los estudiantes de diversificado de la U.E. Hipólito Cisneros*. Tesis de Maestría en Enseñanzas de las Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Carabobo. Valencia, Venezuela,
- Salguero Granizo, D. M., Venlasaca Hualli, I. M. (2011). *Incidencia de los programas televisivos en el comportamiento de los estudiantes de quinto, sexto y séptimo año de educación básica de la unidad educativa Jean Piaget de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo en el período 2010-2011*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Educación Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda. Ecuador.
- Torres Coj, N. L. (2011). *Influencia del programa de televisión icaly.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)* Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala

E-grafías

- Arranz, F. (2011, 15 de agosto). *Importancia de los valores morales en la escuela primaria*. Recuperado de <http://www.ilustrados.com/tema/11434/importancia-valores-morales-escuela-primaria.html> Consultado el 28 de abril de 2014.
- Brenda, A. (2002). *Filosofía aplicada*. Recuperado de <http://filosofia-aplicada.humanists.net/res8.htm> Consultado el 12 de mayo de 2014.
- Haiek, E. (S. F.). *Efectos de la televisión en la sociedad*. Recuperado de <http://www.rrppnet.com.ar/efectostv.htm> Consultado el 20 de junio de 2014
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (S. F.). *La dimensión moral del ser humano*. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Gobierno de España. Recuperado de recursostic.educacion.es/.../edad/4esoetica/.../index_quincena2.htm Consultado el 25 de abril de 2014.

- Larousse. (S.F.). *Diccionario en español*. Recuperado de <http://www.larousse.com.mx/Home/Diccionarios/> Consultado el 3 de abril de 2014.
- Manríquez. M. (2007). *Valores Sociales y Estéticas Juveniles*. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-22362007000200006&script=sci_arttext Consultado el 14 de abril de 2014
- Medicina familiar. (2005). Recuperado de [http://desastres.usac.edu.gt/apuntes/Vol-2-Num-2/efectos%20 la%20televisión.pdf](http://desastres.usac.edu.gt/apuntes/Vol-2-Num-2/efectos%20la%20televisi%C3%B3n.pdf) Consultado el 29 de mayo de 2014.
- Patiño, S. (1994). *El profesor como transmisor de valores*. Recuperado de <http://www.mty.itesm.mx/dhcs/centros/cvep/fundamentos/scheler.html>
- Psicología Educativa. (S.F.) *Psicología del niño*. Recuperado de [http://www.ite.educación.es](http://www.ite.educaci%C3%B3n.es) Consultado el 20 de abril de 2014.
- Pérez, M. (2011). *La Televisión como herramienta educativa*. Recuperado de <http://www.sabersinfin.com/index.php> Consultado el 25 de mayo de 2014.
- Real Academia Española. (2002). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://www.rae.es/> Consultado el 23 de mayo de 2014.
- Sociología. (2004). Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-22362007000200006&script=sci_. Consultado el 4 de abril de 2014.
- Televisión y violencia. (2002). Recuperado de [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/fmed/medicina.edu/psiquiatria/tel esvis.htm](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/fmed/medicina.edu/psiquiatria/tel%20vis.htm). Consultado el 14 de mayo de 2014.
- Teoría psicosocial. (2000). Recuperado de <http://www.psicologia-online.com/ebooks/personalidad/erikson.htm> Consultado el 5 de junio de 2014.
- Valores. (2001). Recuperado de <http://www.uovirtual.com.mx> Consultado el 20 de marzo de 2014.
- Wikipedia. (S.F.). *Televisión*. Recuperado de [http://es.wikipedia.org/wiki/ Televisi%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n) Consultado el 20 de junio de 2014.

ANEXO



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media

INNOVACIONES

**Para el fomento de valores en los alumnos y alumnas del INEBE JV
Antigua Guatemala, Sacatepéquez,
para contrarrestar los antivalores que se
promueven en la televisión.**

César Augusto Paz Morán

Guatemala, julio de 2015

Índice

1. Introducción.....	3
2. Justificación.....	4
3. Objetivos.....	5
3.1 Generales.....	5
3.2 Específicos.....	5
4. Desarrollo de la propuesta.....	6
5. Valores que nos harán mejores personas.....	7
6. Antivalores que nos harán peores personas.....	8
7. Referencia bibliográfica.....	9

Introducción

Después de haber realizado el trabajo investigativo sobre la incidencia de la televisión en la formación de antivalores en los adolescentes del INEBE JV de la Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez, se establece que es muy importante desde un punto de vista educativo formal promover valores en los y las estudiantes de este centro educativo.

En el estudio realizado a través de la investigación se llegó a la conclusión que los docentes deben hacer uso de la televisión para el fomento de valores que de alguna manera contrarresten lo negativo que actualmente proyecta la televisión. Debe destacarse que los y las estudiantes son afectados en su moralidad por una serie de programas que en lugar de contribuir a una formación sana tienden a desarrollar conductas agresivas tanto físicas como emocionales en la personalidad del televidente. Es importante señalar el aporte de Cordón (2010) que sostiene:

Los antivalores, vicios o males morales son la otra cara de la moneda, porque así como hay una escala de valores también existe una de valores inmorales y anti-éticos. La deshonestidad, la injusticia, la irresponsabilidad entre otros antivalores rigen la conducta de las personas inmorales, personas sin escrúpulos, frías, calculadoras, insensible al entorno social que les rodea. El camino de los antivalores es equivocado porque no solo deshumaniza y degrada a la persona, sino que la hace merecedora del desprecio, la desconfianza y el rechazo por parte de sus semejantes. (p. 47)

De acuerdo a las anteriores líneas se considera importante ejecutar actividades formativas para desarrollar en los estudiantes del INEBE JV valores como la honradez, la solidaridad, la amistad, el respeto o la verdad entre otros.

Para brindar un pequeño aporte y para superar aunque sea en mínima parte la

problemática de los antivalores de la televisión actual, se propone implementar una serie de innovaciones en beneficio de los y las adolescentes de este Instituto.

Justificación

La televisión, como medio de comunicación de masas, está presente en los hogares guatemaltecos. Ahora ya no se habla sólo de la televisión nacional, desde hace varios años la televisión internacional es parte de la vida de todos y cada uno de nosotros.

Al presentar estímulos tanto visuales como auditivos, el televisor se ha convertido en un medio comunicativo que mayor influencia tiene en la forma de pensar y de actuar de las personas, sean estas niños, jóvenes o adultos.

Sobre este medio de comunicación se ha escrito a favor y en contra, expertos en la materia estiman que la televisión es un medio para divulgar las ciencias, las artes, la cultura y toda manifestación científica del quehacer humano. También otros opinan que la televisión es un medio de manipular al ser humano, de degradar la naturaleza de la persona y ante todo es el medio idóneo para promover el consumismo y el mercantilismo como formas de vida de la sociedad actual.

De acuerdo al criterio de Ortiz Alonso, catedrático de Psicología Médica de la Universidad Complutense de Madrid, referente a la televisación argumenta:

En el mundo actual donde los medios de comunicación, sobre todo los audiovisuales, tienen una incidencia masiva en nuestra vida, parece lógico intentar entender y adaptarse lo mejor posible a estos medios y no rechazarlos de antemano. No creo que el uso ordenado de los medios de comunicación, como la televisión, sea malo: solamente es necesario entender en qué consiste, para qué sirve, en qué puede beneficiar y cuáles son los contenidos, elementos o situaciones negativas de la TV.

Luego de haber concluido el trabajo investigativo de esta tesis, se justifica que entre las tantas formas de contrarrestar los antivalores que se promueven en la televisión, una serie de innovaciones redundará en beneficio de las y los estudiantes del INEBE JV para que ellos y ellas asuman actitudes positivas en cuanto a saber ver televisión.

Objetivos

General

- ✓ Promover el espíritu crítico en los y las estudiantes del INEBE JV para que sean televidentes capaces de emitir juicios calificadores para contrarrestar los antivalores que se proyectan en la televisión.

Específicos

- ✓ Establecer la presente propuesta a los docentes del INEBE JV para fomentar valores en los adolescentes por medio de la televisión en beneficio al crecimiento moral de los estudiantes.
- ✓ Fomentar actividades extracurriculares con los estudiantes del INEBE JV para desarrollar en ellos capacidades que les beneficien en su formación moral.

Desarrollo de la propuesta

- Fase preparatoria
 - ✓ Listar una serie de **valores que nos harán mejores personas** y una serie de **antivalores que nos harán peores personas** de acuerdo a los intereses vivenciales del grupo.
 - ✓ Recabar información bibliográfica sobre los mismos.
 - ✓ Diagramar hojas de trabajo.
 - ✓ Establecer fechas y horarios idóneos para la realización de las innovaciones.
 - ✓ Acompañarse de invitados idóneos si se considera necesario para desarrollar una innovación.
 - ✓ Seleccionar un salón adecuado para la realización de los mismos como la biblioteca u otro ambiente agradable.

- Fase de desarrollo
 - ✓ Trabajar cada innovación semanalmente.
 - ✓ Pedir a un estudiante que lea en voz alta el valor o antivalor a tratar.
 - ✓ Recalcar ideas centrales por parte del facilitador.
 - ✓ Motivar para que escriban su forma de entender el tema en el apartado **Pienso y Respondo**.
 - ✓ Animar una puesta en común sobre la innovación realizada.
 - ✓ Incentivar a las y a los estudiantes para que sean agentes calificadores del programa televisivo de su preferencia y formulen un juicio crítico sobre los valores y antivalores proyectados por los principales personajes del programa. (llevar hoja a casa)
 - ✓ En la próxima innovación motivar la participación de los estudiantes para compartir lo trabajado en casa.

VALORES QUE NOS HARAN MEJORES PERSONAS (sugeridos)

	Innovación	Actividades sugeridas	Fecha/Tiempo	Recursos	Responsables
01	La Honradez	<ul style="list-style-type: none"> - lluvia de ideas - exploración de conocimientos previos - aprendizaje de nuevos conocimientos 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros
02	La Solidaridad	<ul style="list-style-type: none"> - ejercitación o aplicación de los nuevos conocimientos - canciones relacionadas a los valores 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros
03	La Amistad	<ul style="list-style-type: none"> - poemas relacionados a los valores - piezas de oratoria 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros
04	El Respeto	<ul style="list-style-type: none"> - dramatizaciones - programación televisiva actual (películas, series, programas en vivo) 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros
05	La Verdad	<ul style="list-style-type: none"> - otros 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera y/o Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros

ANTIVALORES QUE NOS HARAN PEORES PERSONAS (sugeridos)

	Innovación	Actividades sugeridas	Fecha/Tiempo	Recursos	Responsables
01	El Odio	<ul style="list-style-type: none"> - lluvia de ideas - exploración de conocimientos previos - aprendizaje de nuevos conocimientos 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros
02	La Envidia	<ul style="list-style-type: none"> - ejercitación o aplicación de los nuevos conocimientos - canciones relacionadas a los valores 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros
03	La Mentira	<ul style="list-style-type: none"> - poemas relacionados a los valores - piezas de oratoria 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros
04	La Violencia	<ul style="list-style-type: none"> - dramatizaciones - programación televisiva actual (películas, series, programas en vivo) 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros
05	La Enemistad	<ul style="list-style-type: none"> - otros 	45 minutos Fecha:	Hojas impresas Lapiceros Computadora y/o TV Cañonera y/o Pizarrón Otros	Facilitador Docentes Director Consejeros escolares Investigador Otros

Referencias

Cordón Aquino, María Guisela, 2010. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, *La influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los y las adolescentes comprendidos en las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala.*

Definiciones ABC Recuperado de <http://www.definicionabc.com/social/indecencia>. Consultado el 21 de octubre de 2014.

Ortiz, T. (s/f). Impacto de la televisión en niños y adolescentes. Recuperado de <http://www.desarrolloinfantil.net/desarrollo-psicologico/impacto-de-la-television-en-ninos-y-adolescentes>. Consultado el 20 de septiembre de 2014.

Valores y Antivalores. Recuperado de <http://definicion.de/> Consultado el 20 de septiembre de 2014.

La Honradez	<i>La honradez es la rectitud de ánimo y la integridad en el obrar. Quien es honrado se muestra como una persona recta y justa, que se guía por aquello considerado como correcto y adecuado a nivel social. Por ejemplo: “Mi abuelo me enseñó que la honradez es lo más importante a la hora de los negocios”, “El gerente fue despedido por faltar a su honradez”, “Encontré un maletín con dinero y documentos importantes en un taxi e hice todo lo posible por contactar con su dueño: mi honradez no me permitió dudar ni por un segundo”</i>	
<i>PIENSO</i> <i>3 beneficios de ser una persona honrada</i>		
<i>RESPONDO</i> <i>¿Qué futuro le espera a una persona deshonesto?</i>		

Juicio Crítico	Programa televisivo:	
<i>Temática del programa:</i>		
Personajes	Valor proyectado:	Antivalor proyectado:

La Solidaridad	<p>La verdadera solidaridad es ayudar a alguien sin recibir nada a cambio y sin que nadie se entere. Ser solidario, en su esencia, es ser desinteresado. La solidaridad se mueve solo por la convicción de justicia e igualdad. Por lo tanto, ser una persona solidaria no se limita al acrecimiento de ayuda, sino que implica un compromiso con aquel al que se intenta ayudar. El sentido más básico de la solidaridad supone que se desarrolla sin distinción o condicionamientos de sexo, raza, nacionalidad o religión.</p>	
<p>PIENSO 3 formas de ayudar al prójimo</p>		
<p>RESPONDO ¿Qué futuro le espera a una persona egoísta?</p>		

Juicio Crítico	Programa televisivo:	
Temática del programa:		
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>

La Amistad	<p>La amistad es una relación afectiva entre dos personas y una de los vínculos interpersonales más comunes que la mayoría de los seres humanos tienen a lo largo de su vida. La amistad involucra diversos sentimientos, donde un amigo acude al otro en busca de confianza, consuelo, respeto y compañía, por ejemplo. Cuando se habla de amigo, se hace referencia a esa persona que no sólo comparte contigo los mejores momentos de tu vida sino también los peores. Entre los componentes que forman una amistad, puede mencionarse el agrado al compartir actividades, el entendimiento mutuo, la simpatía, la sinceridad y el interés y la preocupación por el otro.</p>	
<p>PIENSO 3 maneras de fomentar la amistad</p>		
<p>RESPONDO ¿Qué piensas sobre la enemistad entre los jóvenes de tu edad?</p>		

Juicio Crítico	Programa televisivo:	
Temática del programa:		
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>

El Respeto	<p>El respeto está relacionado con el acatamiento que se hace a alguien. El respeto incluye miramiento, consideración y deferencia. El respeto es un valor que permite que el hombre pueda reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos. Es decir, el respeto es el reconocimiento del valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad. El respeto no sólo se manifiesta hacia la actuación de las personas o hacia las leyes. También se expresa hacia la autoridad, como sucede con los alumnos y sus maestros o los hijos y sus padres. El respeto permite que la sociedad viva en paz, en una sana convivencia en base a normas e instituciones. Implica reconocer en sí y en los demás los derechos y las obligaciones, por eso suele sintetizarse en la frase <i>“no hagas a los demás lo que no quieres que te hagan a ti”</i>.</p>	
PIENSO 3 formas de respetar al prójimo		
RESPONDO ¿Qué opinas del comportamiento de una persona irrespetuosa?		

Juicio Crítico		Programa televisivo:	
Temática del programa:			
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>	

El Agradecimiento	<p>El agradecimiento, es la acción y efecto de agradecer. Este verbo, justamente, significa sentir gratitud. Por lo tanto, el individuo que siente gratitud desea agradecer el beneficio recibido. Este agradecimiento puede expresarse de diversas formas, desde una simple manifestación verbal "<i>Muchas gracias por ayudarme</i>" o una nota escrita "<i>Te escribo para agradecerte por el préstamo</i>", hasta un regalo material "<i>Quiero regalarte este libro en agradecimiento a todo lo que has hecho por mi padre</i>".</p>	
<p>PIENSO 3 ejemplos de ser una persona agradecida</p>		
<p>RESPONDO ¿Qué piensas sobre las personas desagradecidas ?</p>		

Juicio Crítico		Programa televisivo:	
Temática del programa:			
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>	

El Odio	<p>El Odio, es la antipatía y aversión hacia algo o hacia alguien. Se trata de un sentimiento negativo que desea el mal para el sujeto u objeto odiado. El odio está vinculado a la enemistad y la repulsión. Las personas tratan de evitar o destruir aquello que odian. En el caso del odio hacia otro ser humano, el sentimiento puede reflejarse a través de insultos o agresiones tanto físicas como verbales.</p>	
<p>PIENSO 3 consecuencias del odio</p>		
<p>RESPONDO ¿Qué piensas de las personas bondadosas?</p>		

Juicio Crítico	Programa televisivo:	
Temática del programa:		
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>

La Envidia	<p>El envidioso no se conforma con obtener algo, sino que quiere producir mal a la persona que tiene lo que él envidia. <i>“Me mata la envidia de saber que Jorge se pudo comprar una casa nueva y yo todavía tengo que alquilar”.</i></p> <p>La psicología afirma que la envidia es un sentimiento que se niega tanto ante terceros como ante uno mismo. El envidioso desea ocultar su envidia y resulta poco frecuente que la asuma, ya que supone la aceptación de ser una persona negativa.</p>	
PIENSO 3 consecuencias de ser una persona envidiosa		
RESPONDO ¿Qué opinas de las personas colaboradoras?		

Juicio Crítico	Programa televisivo:	
Temática del programa:		
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>

La Mentira	<p>Una mentira es una expresión que resulta contraria a lo que se sabe, se piensa o se cree. El término suele utilizarse en oposición a lo que se considera como una <u>verdad</u>. La mentira, por lo tanto, implica una falsedad.</p> <p>Quien pronuncia una mentira espera que el otro tome sus palabras como veraces. De esta manera, la persona que miente sabe que está incurriendo en algo malo, pero su interlocutor puede no darse cuenta que le están mintiendo.</p>	
PIENSO 3 consecuencias de ser mentiroso		
RESPONDO ¿Qué opinas de las personas que siempre dicen la verdad?		

Juicio Crítico	Programa televisivo:	
Temática del programa:		
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>

La Violencia	<p>La violencia contempla los actos que se ejercen con la intención de lograr una cosa a través del uso de la fuerza. La conducta violenta, por lo tanto, busca dañar física o mentalmente a otra persona para someterla. La violencia es aquella conducta que se realiza de manera consciente e intencional para generar algún tipo de daño a la víctima. La violencia se manifiesta en aquellas conductas o situaciones que provocan o amenazan con hacer daño (físico, sexual, verbal o psicológico) a un individuo o a una colectividad.</p>	
<p>PIENSO 3 maneras en que las personas fomentan la violencia</p>		
<p>RESPONDO ¿Qué piensas sobre las personas que fomentan la paz?</p>		

Juicio Crítico	Programa televisivo:	
Temática del programa:		
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>

La Indecencia	Denominamos indecencia a aquel dicho o hecho que se encuentra en contra de las normas o de las costumbres vigentes en una determinada sociedad. Por ejemplo, mantener relaciones sexuales en una plaza pública y realizar cualquiera de las dos necesidades fisiológicas son consideradas indecencias. También puede entenderse como indecencia: falta de honradez y de honestidad en el actuar y pensar. Otras palabras relacionadas a indecencia son: inmoralidad, impureza, desvergüenza, deshonestidad, porquería, obscenidad, grosería, cochinada.	
PIENSO 3 ejemplos de indecencia		
RESPONDO ¿Por qué es importante actuar honestamente?		

Juicio Crítico	Programa televisivo:	
Temática del programa:		
<i>Personajes</i>	<i>Valor proyectado:</i>	<i>Antivalor proyectado:</i>

ANEXO 2

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media
Licenciatura en Innovaciones Educativas con Énfasis en Procesos de Aprendizaje

Televisión y Valores

Estimado estudiante: se solicita tu colaboración para responder el presente cuestionario cuya finalidad es saber la relación que existe entre la televisión y valores en los estudiantes del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV de la Antigua Guatemala del departamento de Sacatepéquez.

Edad años

Sexo:

Masculino

Femenino

Subraya la alternativa que más refleje tu forma de pensar sobre el tema.

1. La televisión forma juicios en los adolescentes sobre lo que es correcto e incorrecto:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
2. La televisión influye en ciertas actitudes y comportamientos como el respeto, el agradecimiento o el compañerismo en los adolescentes:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
3. Ciertos comportamientos impulsivos de los adolescentes son producto de ver programas violentos:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
4. Los maestros favorecen valores morales en los adolescentes al promover la audiencia de programas educativos:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
5. El odio, la envidia o la mentira son antivalores que se miran en ciertos programas televisivos:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
6. Los padres de familia deben supervisar la programación televisiva que se mira en el hogar:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
7. La televisión, como medio de comunicación social, promueve valores en la audiencia juvenil:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
8. La solidaridad, el agradecimiento o la honestidad son valores que se difunde en la televisión:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
9. Por lo general la televisión influye en la forma de pensar y de actuar del adolescente:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
10. Los adolescentes miran televisión como una forma de "distracción" de sus actividades cotidianas:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
11. Apreciar los servicios de otras personas, devolver lo que no es de uno o cumplir con lo prometido son acciones que fomenta la televisión:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca
12. Programaciones culturales, científicas o educativas son de las preferencias de los adolescentes:
a) siempre b) alguna veces c) pocas veces d) casi nunca e) nunca

¡Gracias por tu colaboración!

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media
Licenciatura en Innovaciones Educativas con Énfasis en Procesos de Aprendizaje

Estimado Docente:

Se solicita su colaboración a efecto de responder el presente cuestionario cuya finalidad es estrictamente académica. Marque una X en la alternativa que más refleje su forma de pensar sobre el tema.

TELEVISIÓN Y VALORES	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. La televisión es un medio de comunicación de masas que promueve más antivalores que valores en la juventud actual.					
2. Como docente, en mi diaria acción educativa, debería utilizar (o he utilizado) la televisión como herramienta educativa para promover valores en los estudiantes.					
3. Los estudiantes que muestran comportamientos agresivos ante sus compañeros generalmente han visto escenas violentas en la televisión.					
4. Los padres de familia deben analizar y consecuentemente supervisar la programación televisiva que miran los niños y niñas, jóvenes y señoritas en casa					
5. Regularmente un estudiante muestra respeto hacia los mayores porque ha visto en la televisión programas de consideración hacia los adultos.					
6. Un alto porcentaje de programas televisivos inciden en el adolescente para valorar una buena armonía en sus relaciones interpersonales.					
7. Los adolescentes miran televisión porque buscan saber "cosas" de la vida.					
8. Las películas que se transmiten en la televisión, por lo general, tienden a fomentar valores en los estudiantes de nivel medio.					
9. Documentales sobre arte, ciencia o cultural tienen una audiencia juvenil porque son programas que despiertan interés en los adolescentes.					

Gracias por su colaboración

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media
Licenciatura en Innovaciones Educativas con Énfasis en Procesos de Aprendizaje

Valores y programación televisiva: un estudio con adolescentes del ciclo básico del Instituto Nacional de Educación Básica Experimental JV.
La Antigua Guatemala, Sacatepéquez

GUÍA PARA ESTUDIO DE GRUPO FOCAL

Objetivo:

Obtener información de los adolescentes de primero, segundo y tercero básico del INEBE JV para analizar la opinión de los estudiantes respecto a la televisión y los valores.

PREGUNTAS A DESARROLLAR DURANTE EL ESTUDIO

- ✓ ¿Qué es lo que buscan los jóvenes en la televisión? ¿Por qué? ¿Para qué?
- ✓ ¿Qué tipo de programas son los que más llaman su atención? ¿Les agrada todo lo que ven en la televisión?
- ✓ ¿Qué comportamientos se ven en los jóvenes por influencia de la televisión? Mencionar algunos positivos y otros negativos
- ✓ ¿Cómo creen que sus maestros deberían aprovechar la televisión para la educación de los adolescentes?
- ✓ ¿Cómo creen que sus padres deberían aprovechar la televisión para la educación de los hijos?

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

Requiere de una sola aplicación del instrumento y se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a los ítems del instrumento.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K : El número de ítems
 $\sum S_i^2$: Sumatoria de Varianzas de los Ítems
 S_T^2 : Varianza de la suma de los Ítems
 α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Ítems	a1	a2	a3	a4	a5	Suma de Ítems
1	39	16	70	4	5	134
2	10	30	17	18	59	134
3	23	71	24	10	6	134
4	8	18	24	10	74	134
5	50	35	40	5	4	134
6	106	15	13	0	0	134
7	12	26	64	10	22	134
8	10	37	34	33	20	134
9	29	52	22	11	20	134
10	75	32	12	5	10	134
11	17	12	17	73	15	134
12	12	16	48	10	48	134
						S_T^2 :
VARP (Varianza de la Población)	862.74	278.67	352.58	362.69	522.74	0.00

$\sum S_i^2$: **2379.42**

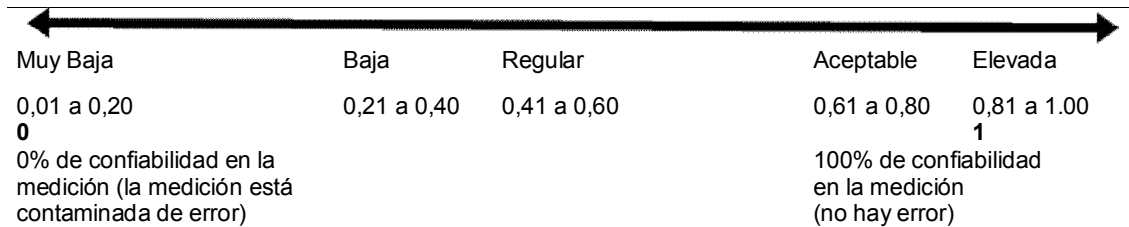
K:	El número de ítems	12
$\sum S_i^2$:	Sumatoria de las Varianzas de los Ítems	2379.42
S_T^2 :	La Varianza de la suma de los Ítems	0.00
α :	Coeficiente de Alfa de Cronbach	

$$\alpha = \frac{12}{12 - 1} \left[1 - \frac{2379.42}{0.01} \right]$$

$\alpha =$ **1.09**

Entre más cerca de 1 está α , más alto es el grado de confiabilidad

CONFIABILIDAD



ENCUESTA A ESTUDIANTES

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

Requiere de una sola aplicación del instrumento y se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a los ítems del instrumento.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

- K:** El número de ítems
- $\sum S_i^2$:** Sumatoria de Varianzas de los Items
- S_T^2 :** Varianza de la suma de los Items
- α :** Coeficiente de Alfa de Cronbach

Ítems	a1	a2	a3	a4	a5	Suma de Ítems
1	3	8	1	0	0	12
2	0	6	4	2	0	12
3	5	4	1	1	1	12
4	11	1	0	0	0	12
5	0	1	4	4	3	12
6	1	1	3	4	3	12
7	0	1	6	5	0	12
8	0	0	2	2	8	12
9	0	0	8	3	1	12

VARP (Varianza de la Población)	12.40	7.36	5.95	2.89	6.17	S_T^2: 0.00
						$\sum S_i^2$: 22.37

K:	El número de ítems	9
$\sum S_i^2$:	Sumatoria de las Varianzas de los Items	22.37
S_T^2:	La Varianza de la suma de los Items	0.00
α:	Coeficiente de Alfa de Cronbach	

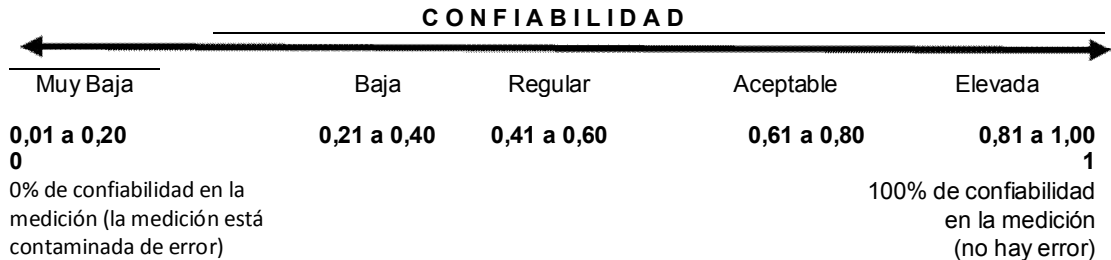
$$\alpha = \frac{9}{9 - 1} \left[1 - \frac{22.37}{0.00} \right]$$

$$\alpha = \frac{9}{8} [1 - 0.40]$$

$$\alpha = 1.125 [0.60]$$

$$\alpha = 0.67$$

Entre más cerca de 1 está α , más alto es el grado de confiabilidad



ENCUESTA A DOCENTES

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

Requiere de una sola aplicación del instrumento y se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a los ítems del instrumento.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

- K:** El número de ítems
- $\sum S_i^2$:** Sumatoria de Varianzas de los Items
- S_T^2 :** Varianza de la suma de los Items
- α :** Coeficiente de Alfa de Cronbach

Items	a1	a2	a3	a4	a5	Suma de Items
1	6	4	0	0	0	10
2	0	1	0	2	7	10
3	0	2	0	6	2	10
4	8	0	2	0	0	10
5	6	0	4	0	0	10
6	0	2	0	2	6	10
7	0	0	0	3	7	10
8	3	0	0	1	6	10

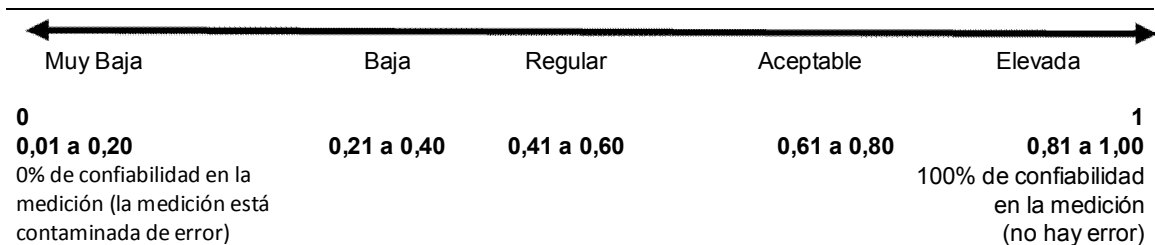
VARP (Varianza de la Población)	9.86	1.86	1.94	3.69	9.50	S_T^2: 0.00
	$\sum S_i^2$: 26.84					

K: El número de ítems	8
$\sum S_i^2$: Sumatoria de las Varianzas de los Items	26.84
S_T^2: La Varianza de la suma de los Items	0.00
α: Coeficiente de Alfa de Cronbach	

$$\alpha = \frac{8}{8 - 1} \left[1 - \frac{26.84}{914} \right]$$

$$\alpha = \frac{8}{7} \left[1 - \frac{26.84}{914} \right] = 1.14285714 \left[0.97078775 \right] = 1.10476190 \left[0.70 \right] = 0.80$$

Entre más cerca de 1 está α , más alto es el grado de confiabilidad
CONFIABILIDAD



ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA

ESCALA DE LIKERT

El participante indica el grado de acuerdo o de desacuerdo acerca de una actitud, objeto, persona o acontecimiento.

PT/ NT		PT: puntuación total					Número de afirmaciones
		NT: número de afirmaciones					
Pon / item	Siempre	Algunas veces	Pocas veces	Casi nunca	Nunca		
1	39	16	70	4	5	134	
2	10	30	17	18	59	134	
3	23	71	24	10	6	134	
4	8	18	24	10	74	134	
5	50	35	40	5	4	134	
6	106	15	13	0	0	134	
7	12	26	64	10	22	134	
8	10	37	34	33	20	134	
9	29	52	22	11	20	134	
10	75	32	12	5	10	134	
11	17	12	17	73	15	134	
12	12	16	48	10	48	134	
p/Parcial	391	360	385	189	283	1608	
P/Total	1955	1440	1155	378	283	5211	

Puntuación Parcial:

1608

Puntuación Total:

5211

Puntuación total:

5211

Número de afirmaciones:

1608

PT/ NT

3.24

ACTITUD

Las personas tienen actitudes favorables, desfavorables o neutras a las cosas o situaciones lo cual es normal en términos de información.

Muy desfavorable	Desfavorable	Ni - ni	Favorable	Muy favorable
1	2	3	4	5

Estudiantes

ESCALA DE LIKERT

El participante indica el grado de acuerdo o de desacuerdo acerca de una actitud, objeto, persona o acontecimiento.

PT/ NT		PT: puntuación total NT: número de afirmaciones				
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni - ni	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Número de afirmaciones
Pon / item	5	4	3	2	1	
1	3	8	1	0	0	12
2	0	6	4	2	0	12
3	5	4	1	1	1	12
4	11	1	0	0	0	12
5	0	1	4	4	3	12
6	1	1	3	4	3	12
7	0	1	6	5	0	12
8	0	0	2	2	8	12
9	0	0	8	3	1	12
p/Parcial	20	22	29	21	16	108
P/Total	100	88	87	42	16	333

Puntuación Parcial: 108

Puntuación Total: 333

Puntuación total: 333

Número de afirmaciones: 108

PT/ NT

3.08

ACTITUD

Las personas tienen actitudes favorables, desfavorables o neutras a las cosas o situaciones lo cual es normal en términos de información.

Muy desfavorable	Desfavorable	Ni - ni	Favorable	Muy favorable
1	2	3	4	5

Docentes

ESCALA DE LIKERT

El participante indica el grado de acuerdo o de desacuerdo acerca de una actitud, objeto, persona o acontecimiento.

PT/ NT		PT: puntuación total					Número de afirmaciones
		NT: número de afirmaciones					
	Siempre	De vez en cuando	Muy a menudo	Raras veces	Nunca		
Pon / ítem	5	4	3	2	1		
1	6	4	0	0	0	10	
2	0	1	0	2	7	10	
3	0	2	0	6	2	10	
4	8	0	2	0	0	10	
5	6	0	4	0	0	10	
6	0	2	0	2	6	10	
7	0	0	0	3	7	10	
8	3	6	0	1	0	10	
p/Parcial	23	15	6	14	22	80	
P/Total	115	60	18	28	22	243	

Puntuación Parcial:

80

Puntuación Total:

243

Puntuación total:

243

Número de afirmaciones:

80

PT/ NT

3.04

ACTITUD

Las personas tienen actitudes favorables, desfavorables o neutras a las cosas o situaciones lo cual es normal en términos de información.

Muy desfavorable	Desfavorable	Ni - ni	Favorable	Muy favorable
1	2	3	4	5

Padres de familia