



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PRESENCIAL**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA  
EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN:**

**MENCIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (ECUADOR TV Y  
TC TELEVISIÓN) EN LOS ADOLESCENTES DE 12 A 16 AÑOS EN LA  
CIUDAD DE BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

**AUTORA:**

JENNY MARCELA ALBÁN GALEAS

**TUTOR:**

MSC. JAVIER PAGUAY BALLADARES

**LECTOR:**

MSC. GUSTAVO RENELLA MARIDUEÑA

**BABAHOYO –LOS RÍOS**

**2016**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PRESENCIAL**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a:

**Dios**, por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en el diario vivir.

**A mis padres**, por ser los guías en el sendero de cada meta, que realizo hoy, mañana y siempre.

**A mis hermanos**, por dar el incentivo para seguir adelante con este objetivo.

**A mi familia**, que estuvo conmigo durante el transcurso de mi preparación como profesional, para que cristalice mis sueños. Con mucha paciencia, comprensión y apoyo.

**A mi tutor de tesis**, por entregarnos sus conocimientos para realizar los propósitos que tengo en mente.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PRESENCIAL**

**AGRADECIMIENTO**

Luego de casi 6 años de estudios y de haber recibido apoyo de personas importantes en mi desarrollo estudiantil, es momento de expresar mi gratitud y aprecio hacia ellos.

Primero a Dios, quien en momentos difíciles me impulso a seguir luchando para llegar a mi meta y no renunciar en el camino, cuando así lo sentía.

Mi familia, quienes fueron los pilares fundamentales y fuente de inspiración para continuar.

En especial al Master Javier Paguay quien ha implementado en mis conocimientos, gracias por cada lección y por cada corrección.

A todos mis sinceros agradecimientos por haber influido de forma positiva y permitir enrumbarme y prepararme para enfrentar al mundo, pero esta vez como profesional



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PRESENCIAL**

**Babahoyo 30, 11, 2016**

**AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, **JENNY MARCELA ALBÁN GALEAS**, portadora de la cédula de ciudadanía **120750093-3**, en calidad de autora del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación Mención

**COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autora del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (ECUADOR TV Y TC TELEVISIÓN) EN LOS ADOLESCENTES DE 12 A 16 AÑOS EN LA CIUDAD DE BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

---

**JENNY MARCELA ALBÁN GALEAS**

**CI. 120750093-3**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PRESENCIAL**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL  
INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

**Babahoyo, 30, 11, 2016**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° **0024-S-CS-HT-2016**, con fecha del oficio **Julio 14 del 2016**, mediante resolución, N° **CD-FAC.C.J.S.E -SO-006- RES-002-2016** certifico que la Srta. **JENNY MARCELA ALBÁN GALEAS**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

**INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (ECUADOR TV Y  
TC TELEVISIÓN) EN LOS ADOLESCENTES DE 12 A 16 AÑOS EN LA  
CIUDAD DE BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

---

**MSC. JAVIER PAGUAY BALLADARES**

**DOCENTE DE LA FCJSE**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PRESENCIAL**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL  
INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

**Babahoyo, 30, 11, 2016**

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° **0024-S-CS-HT-2016**, con fecha del oficio **Julio 14 del 2016** mediante resolución N° **CD-FAC.C.J.S.E -SO-006- RES-002-2016** certifico que la Srta. **JENNY MARCELA ALBÁN GALEAS** ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

**INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (ECUADOR TV Y TC TELEVISIÓN) EN LOS ADOLESCENTES DE 12 A 16 AÑOS EN LA CIUDAD DE BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

---

**MSC. GUSTAVO RENNELLA MARIDUEÑA**

**DOCENTE DE LA FCJSE.**



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

### **FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

#### **PRESENCIAL**

#### **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación contempla un trabajo significativo y contextualizado de la influencia de los medios audiovisuales (Ecuador Tv y Tc Televisión) en los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos de 2016, con el objetivo principal de determinar el interés de la información educativa y cultural en los jóvenes.

Se analizó los medios de comunicación mencionados y se determinó que cuentan con una parrilla de una hora diaria en programación educativa y cultural, en distintos horarios. Pero, en una encuesta realizada a los estudiantes del Colegio Anexo de la Universidad Técnica de Babahoyo, reflejó el poco interés de los jóvenes por estos temas, teniendo como principal consumo de información la deportiva.

Sin embargo, en encuestas realizadas a los padres de familia del plantel, se determinó que la mayor parte no vigila la programación que consumen sus hijos dejándolos vulnerables al recibir información de cualquier índole y que no aporte en el desarrollo de su personalidad.

Mientras que en una investigación de campo realizada a Comunicadores Sociales locales, expresan que los contenidos educativos y culturales compartidos en Ecuador Tv y Tc Televisión no influyen en el comportamiento de los jóvenes por ser muy lineales y no permitir interacción con los adolescentes actuales, brindando como recomendación programas más dinámicos y entretenidos.

Se brindaron conclusiones y recomendaciones del trabajo investigado además de la propuesta de un guion para un programa educativo y cultural dirigida a los estudiantes de la ciudad de Babahoyo y público en general.





## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



### **FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

#### **PRESENCIAL**

The present research project contemplates a significant and contextualized work of the influence of the audiovisual media (Ecuador Tv and Tc Televisión) in the adolescents of 12 to 16 years in the city of Babahoyo, province of Los Ríos of 2016, with the main objective To determine the interest of educational and cultural information in young people.

The aforementioned media were analyzed and it was determined that they have a grill of one hour a day in educational and cultural programming, at different times. But, in a survey conducted to the students of the College Annex of the Technical University of Babahoyo, reflected the little interest of young people in these issues, having as main information consumption sports.

However, in surveys of parents of the campus, it was determined that most do not monitor the programming that their children consume leaving them vulnerable to receiving information of any kind and that does not contribute to the development of their personality.

While in a field research carried out to local Social Communicators, they express that the shared educational and cultural contents in Ecuador Tv and Tc Television do not influence the behavior of young people because they are very linear and do not allow interaction with the current adolescents, More dynamic and entertaining programs.

Conclusions and recommendations of the work investigated were offered in addition to the proposal of a script for an educational and cultural program directed to the students of the city of Babahoyo and general public.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PRESENCIAL**

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN**

**EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE**

**INVESTIGACIÓN, TITULADO: INFLUENCIA DE LOS MEDIOS  
AUDIOVISUALES (ECUADOR TV Y TC TELEVISIÓN) EN LOS  
ADOLESCENTES DE 12 A 16 AÑOS EN LA CIUDAD DE BABAHOYO,  
PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

**PRESENTADO POR LA SEÑORITA: JENNY MARCELA ALBÁN GALEAS**

**OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:**

---

**EQUIVALENTE A:**

---

**TRIBUNAL:**

---

**MSC. CARLOS SANCHEZ VIDAL  
DELEGADO DEL DECANO**

---

**MSC. VICTORIA  
GUIJARRO INTRIAGO  
PROFESOR  
ESPECIALIZADO**

---

**MSC. JAVIER PAGUAY  
BALLADARES  
DELEGADO H.CONSEJO DIRECTIVO**

---

**AB. ISELA BERRUZ  
MOSQUERA**

**SECRETARIA DE LA  
FAC.CC.JJ.SS.EE**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL

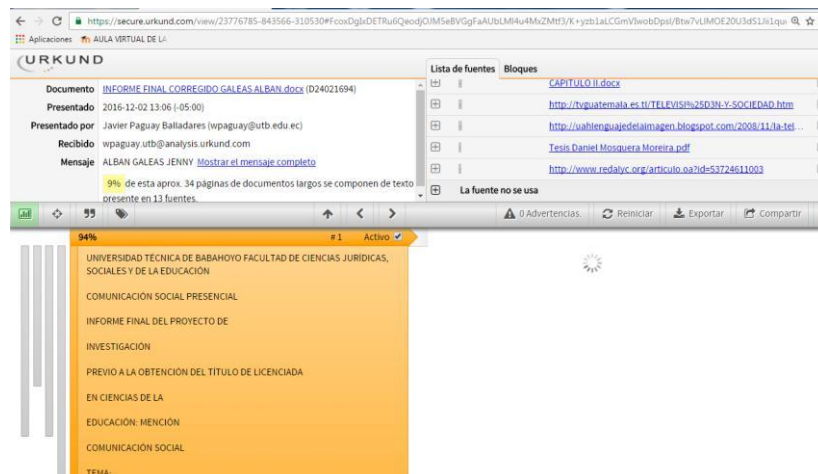
### PRESENCIAL

## INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Srta. **JENNY MARCELA ALBÁN GALEAS** cuyo tema es: **INFLUENCIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (ECUADOR TV Y TC TELEVISIÓN) EN LOS ADOLESCENTES DE 12 A 16 AÑOS EN LA CIUDAD DE BABAHOYO, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[9%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

**MSC. JAVIER PAGUAY BALLADARES**

**DOCENTE DE LA FCJS**

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
AUTORIZACION DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	III
CERTIFICADO DE APROBACION DEL TUTOR.....	IV
CERTIFICADO DE APROBACION DEL LECTOR .....	V
RESUMEN.....	VI
RESULTADO DEL INFORME FINAL.....	IX
INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND.....	X

INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
CAPÍTULO I.-DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	- 4 -
1.1 IDEA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 4 -
1.2    MARCO CONTEXTUAL .....	- 4 -
1.2.1    Contexto internacional.....	- 4 -
1.2.2    Contexto Nacional .....	- 5 -
1.2.4    Contexto Institucional.....	- 7 -
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....	- 7 -

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 8 -
1.4.1 Problema General .....	- 10 -
1.4.2 Sub-problemas o derivados .....	- 10 -
1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	- 11 -
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	-12-
1.7 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	- 14 -
1.7.1 . Objetivo general .....	- 14 -
1.7.2 Objetivos específicos.....	- 14 -
CAPÍTULO II.-MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL .....	- 15 -
2.1 . MARCO TEÓRICO .....	- 15 -
2.1.1 Marco conceptual .....	- 19 -
2.1.2 Marco referencial sobre la problemática de la investigación .....	- 34 -
2.1.3 Postura teórica .....	- 40 -
2.2. HIPÓTESIS .....	- 46 -
2.2.1 Hipótesis general .....	- 46 -
2.2.2 Sub-Hipótesis o Derivadas .....	- 46 -
2.2.3 Variables.....	- 47 -
CAPITULO III.-RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	- 48 -
3.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 48 -
3.1.1 Prueba estadística aplicada a la verificación de la hipótesis .....	- 49 -

3.1.2	Análisis e interpretación de datos .....	- 50 -
3.2	CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES .....	64
3.2.1	Específicas .....	64
3.2.2	General.....	65
3.3	RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES .....	66
3.3.1	Específicas .....	66
3.3.2	Generales .....	67
CAPÍTULO IV.-PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN .....		68
4.1	PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS .....	68
4.1.1	Alternativa obtenida .....	68
4.1.2	Alcance de la alternativa.....	68
4.1.3	Aspectos básicos de la alternativa .....	69
4.2.2	Objetivos.....	73
4.3.3	Estructura general de la Propuesta.....	74
4.4	RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA .....	91

## BILIOGRAFIA

## ANEXOS

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1-1 LINEA DE INVESTIGACIÓN.....	11
TABLA 1-1 POBLACION Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN.....	49
TABLA 2-1 PROGRAMACIÓN ECUADOR TV.....	52
TABLA 3-1 PROGRAMACION TC TELEVISIÓN.....	54
TABLA 3- 1 CONOCIMIENTO DE PROGRAMACIÓN.....	58
TABLA 3- 2 VIGILA LA PROGRAMACIÓN DE SUS HIJOS .....	60
TABLA 3- 3 INFLUENCIA DE PROGRAMAS .....	62
TABLA 3- 4 TALENTO HUMANO .....	75
TABLA 3- 5 DESCRIPCIÓN DEL GUION PARTE 1 .....	80
TABLA 3- 6 DESCRIPCIÓN DEL GUIÓN PARTE 2 .....	81
TABLA 3- 7 ESCENOGRAFÍA .....	83
TABLA 3- 8 PRESUPUESTO TÉCNICO.....	84
TABLA 3- 9 PRESUPUESTO TALENTO HUMANO .....	85
TABLA 3- 10 GASTOS VARIOS .....	86
TABLA 3- 11 TOTAL DE GASTOS EN EL PROGRAMA .....	87
TABLA 3- 12 CRONOGRAMA DE PROGRAMACIÓN POR UN MES.....	88

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1-1 FRECUENCIA DEL USO DE CELULAR.....	32
GRAFICO 2-1 FRECUENCIA DEL USO DE INTERNET.....	33
GRAFICO 3-1 PORCENTAJES DE POBLACIÓN.....	33
GRAFICO 3-1 ECUADOR TV.....	51
GRAFICO 3-1 TC TELEVISIÓN.....	53
GRÁFICO 3- 1 CONOCIMIENTO DE PROGRAMACIÓN .....	58
GRÁFICO 3- 2 VIGILA LA PROGRAMACIÓN DE SUS HIJOS.....	60
GRÁFICO 3- 3 APORTAN EN CONOCIMIENTO LOS PROGRAMAS.....	62



## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como propósito determinar “la influencia de los medios audiovisuales (Ecuador Tv y Tc Televisión) en los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos, con la finalidad de dar una investigación instructiva y significativa que determine el rol de cada canal en el mundo periodístico.

De este modo, todo el planteamiento y desarrollo de esta investigación se fundamentará en interrogantes esenciales que den sentido y forma, a la formulación de este proyecto, permitiéndonos conocer profunda y analíticamente, el problema y sus orígenes, logrando así determinar la importancia de este trabajo. Por lo cual para analizar este tema es necesario las causas que conllevan a esta investigación para entrar en un contexto significativo y de interés sobre el mismo.

El desarrollo tecnológico de las comunicaciones, ha permitido que la sociedad contemporánea se convierta en una aldea, porque en fracciones de minutos a través de un celular, televisión, el internet, podemos conocer lo que está sucediendo a miles de kilómetros.

Los medios de comunicación no tratan de dar una lección de buenas costumbres ni de moral, y se olvida que los adolescentes necesitan principios fundamentales de honestidad, veracidad, y paz interior.

La forma de pensar de los adolescentes experimenta una revolución que se inicia. Los jóvenes pueden captar puntos de vista ajenos siempre y cuando sean conocidos y verificables. Los adolescentes pueden tomar en consideración diversas perspectivas acerca de casos hipotéticos y ajenos a su experiencia.

La entidad encargada de fomentar los espacios educativos es el Ministerio de Educación, en este aspecto se pudo encontrar que en aras de cumplir con este fin se

desarrollan programas educativos y según nota en la página oficial (Ministerio de Educación del Ecuador, 2014) su trabajo en producción de programas infantiles se hizo ganador del premio de la III Muestra de Programas de Televisión Educativa desarrollado por Televisión Educativa y Cultural Iberoamericana.

Por otra parte, en la página oficial de (Tc Televisión, 2016) se puede observar la programación diaria encontrándose que existen algunos programas educativos como son: Educa 2012-2013, Aprendamos, Pluri Tv.

En relación a Ecuador Tv se pudo reconocer dentro de su programación (Ecuador TV, 2016) se pudo encontrar la parrilla de programación para poder reconocer los espacios dirigidos a este segmento.

Los adolescentes pueden tomar en consideración diversas teorías respecto a los diferentes programas que se emiten en Ecuador Tv y Tc Televisión utilizando como factor para su rol de vida.

El trabajo cotidiano tanto de los periodistas como también de los medios se centra más bien al aspecto publicitario, notándose una ausencia de compromiso respecto de la verdadera labor que tienen que desplegar los periodistas y los medios de comunicación social. (Dader J. L., 2000)

Cabe mencionar lo importante en el periodismo, es cumplir con los tres principios básicos que son: INFORMAR, ENTRETENER Y EDUCAR.

La Investigación de este proyecto se desarrolla a través de los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I.- Se refiere a la situación problemática y planteamiento del problema, el problema general y sub problemas derivados del mismo, la delimitación de la investigación, la importancia y justificación del proyecto, así como el objetivo general y los objetivos específicos que deseamos alcanzar a través de esta investigación.

CAPÍTULO II.- Este capítulo trata acerca de los antecedentes del problema, así como la fundamentación teórica del proyecto que es sustentada a través de definiciones de términos, autores, libros e información documentada que de relevancia y sustento al proyecto. También en el mismo, se expone diferentes hipótesis tratadas.

CAPITULO III.- Aborda la modalidad y tipo de investigación que se realizará a través de técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, lo que permitirá analizar e interpretar los resultados para establecer conclusiones referentes a la importancia que tiene en la comunicación.

# **CAPÍTULO I.-DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

## **1.1 IDEA DE LA INVESTIGACIÓN**

Influencia de los medios audiovisuales (Ecuador Tv y Tc Televisión) en los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos.

## **1.2 MARCO CONTEXTUAL**

### **1.2.1 Contexto internacional**

Para (Ojeda – Castañeda, 2000, pág. 3) Los intereses comerciales han hecho de la televisión un producto global que debe encajar en las diferentes culturas en las cuales se exhibe, no siempre compatible con los fines comerciales, siendo la televisión educativa iberoamericana un logro de la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado realizada en 1992 en Madrid, creando una red disponible en 22 países Latinoamericanos.

Sin embargo en el contexto mundial, como lo manifiesta “La Televisión ejerce una gran influencia en los niños y adolescentes, porque éstos pasan muchas horas viendo programas que no son educativos, con contenidos violentos y en la mayoría de los casos sin supervisión de un adulto, es por esto que los niños no consiguen entender los contenidos y al no tener una explicación, los infantes simplemente imitan ciertas conductas que vieron plasmadas en las pantallas sin poder discriminar si son buenas o malas, sin embargo, la televisión influencia en aspectos positivos como son el fomentar valores como la solidaridad, la responsabilidad, el respeto a los demás, además si se la

sabe utilizar puede ser un instrumento fundamental en la educación.” (González Amaya, 2011, pág. 25)

Es decir que la televisión influye en la vida de los seres humano, por es necesario que den programas de alta calidad, para poder llegar a la audiencia y poder encaminar hacia el buen vivir

### **1.2.2 Contexto Nacional**

En el contexto de las Jornadas de Comunicación y Responsabilidad Social del Observatorio Ciudadano de Comunicación social realizado en Cuenca, (Isch, 2006, pág. 4) revelo algunos datos importantes sobre la realidad de la comunicación en el Ecuador, revela que la Televisión se ha convertido en un recurso que reemplaza el trabajo de las niñeras y que en promedio los niños pasan un promedio de 2 horas y media al día viendo televisión por parte de sus padres para poder tener tiempo para sus actividades personales, sobre la programación disponible para ellos se presenta que solo es del 7% y está enfocada más en aspectos violentos.

A nivel Nacional la forma de pensar de los adolescentes ha evolucionado de una manera negativa, ya que los jóvenes pueden tomar en consideración diversos conceptos ajenos a su experiencia.

No todos los jóvenes de quince años piensan como los adultos, y sino todos los adultos alcanzan la etapa de las operaciones formales. Sin embargo, en la adolescencia el razonamiento deja de centrarse en el obvio y adquiere consciencia los aspectos más complejos. Esta manera más profunda de ver la vida tiene una relación importante con la manera en que los adolescentes entienden los mensajes de los medios de comunicación. (Batallán, 2011)

La televisión no es el medio adecuado para fomentar el desarrollo intelectual que produce un adulto reflexivo. Unas de las tareas de la adolescencia es desarrollar el sentido de la continuidad y el contexto histórico. (Gonzalez, 2002)

Los adolescentes necesitan saber que forman parte del continuo proceso humano. El aislamiento de la adolescencia se reduce cuando los adolescentes se vislumbran en el trabajo, con una familia o como parte de una comunidad. Esta es la razón por la cual a los adolescentes les interesan tanto películas y programas de televisión que se refieren a las carreras profesionales, las relaciones y los problemas sociales. (Bakan, 1971)

### **1.2.3 Contexto Local**

En la ciudad de Babahoyo, Provincia de los Ríos es limitada la información relacionada con el acceso de los programas en el entorno educativo de manera particular según datos publicados en el Censo de Población y vivienda (INEC, 2010) en la ciudad de Babahoyo existen al menos 4.429 suscriptores de televisión por cable.

En relación al consumo de productos audiovisuales por parte de los estudiantes de la ciudad de Babahoyo no se encontraron estudios oficiales referentes a este ámbito, sin embargo de manera personal se consultó con los estudiantes de la unidad Educativa Anexa a la Universidad Técnica de Babahoyo, sobre el impacto que tenía la televisión en su entorno educativo en particular del canal Tc Televisión y la referencia demostró que la mayoría tenían referencia de este medio por su programa de entretenimiento “Calle 7” y a las programaciones de la tarde que se dan en este mismo medio sin dar mayores detalles a más de que se llama “Educa Tv”.

En tanto que Ecuador Tv es un medio de comunicación público que tiene la finalidad de informar las actividades del Estado y además ser parte de los medios para la presentación de espacios deportivos y culturales.

#### **1.2.4 Contexto Institucional**

En la Universidad Técnica de Babahoyo contamos con un de los mejores colegios Anexo en calidad de educación, promoviendo al buen vivir de la población, tenemos estudiantes de 12 a 16 años de los cursos de Octavo “A” de Básico y primero de Bachillerato “B”.

De esta manera podremos enfocarnos en un cierto grupo estudiantil para poder conocer la influencia que tiene Ecuador Tv y Tc Televisión, y de esta manera poder aplicar un programa televisivo con un segmento educativo y cultura, con la participación e integración de estudiantes, padres de familia, y alumnos voluntarios de la Escuela Comunicación Social, con referencias de los mejores exponentes de la música Nacional y entrevistas a pintores, artistas reconocidos de la ciudad de Babahoyo, de esta manera se motivara y guiara a una mejor calidad de vida en la ciudad de Babahoyo.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

Un factor más frecuentemente analizado, ha sido la calidad de los mensajes que los menores de 12 a 16 años reciben de los medios de comunicación y de manera más específica de los audiovisuales. Los niños reciben toda clase de información a través de

los medios de comunicación colectiva y la mayoría no ha pasado por ningún matiz o censura que califique aquello que no es apto para su edad y desarrollo.

Pese a los esfuerzos realizados por el gobierno para mejorar la programación que reciben los adolescentes por parte de los medios de comunicación y de manera más específica de los programas educativos, existe poca información respecto a que si esta programación es aceptada y asimilada por los estudiantes a quienes ha sido dirigido.

Un grave problema ante estos hechos es que los padres/madres y los/las docentes no cuentan con las herramientas que les permitan transmitir capacidades interpretativas, de análisis de mensajes y de autocontrol frente a la atracción televisiva, mientras el hábito de la lectura de calidad va disminuyendo. Y esto a pesar de que muchos casos y sobre todo para la información en valores, la televisión suele ser considerada la mayor enemiga de la escuela.

#### **1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La sociedad ecuatoriana ha presentado en la última década una serie de cambios políticos y legales, proyectados a mejorar la calidad de vida de todos los ecuatorianos en particular a los grupos considerados como vulnerables entre ellos uno de los más importantes son los niños, y adolescentes porque su edad no lo permite distinguir las intenciones de los mayores.

Aunque el adolescente ha pasado ya la etapa de la infancia, donde le falta el criterio al obtener la oferta televisiva de contenidos de baja calidad, afecta el desarrollo de crecimiento.



Es dónde los medios de comunicación pueden influir de manera negativa presentando una falsa vida de los adultos, con fuertes dosis de violencia, de prohibidas pasiones, ambiciones diferentes barreras de clases sociales, infidelidades, etc.

Por esta razón los medios de comunicación, son una parte fundamental de nuestra vida cotidiana. Además de informarnos, también nos forman como personas intelectuales.

Para este grupo existe inclusive una ley especial denominada Código de la Niñez y adolescencia (Congreso Nacional, 2003), la cual tiene como principal finalidad proteger los derechos y garantizar su desarrollo integral en forma digna y libre.

Ente estos derechos se manifiesta el artículo 45 que tienen el derecho de buscar y seleccionar la información que quieran con las restricciones que establece la ley, pero también manifiesta que el Estado, la familia y la sociedad, deben de proporcionarles información que los orienten y eduquen prohibiendo la difusión de imágenes que afecten su desarrollo o que sea inadecuada para su formación.

Para cumplir esta premisa el Estado obliga a los medios de comunicación a que difundan material de interés para niñas, niños y adolescentes, es bajo esta premisa que todos los medios de comunicación mantienen espacios educativos para este grupo.

Cabe así demostrar que los medios de comunicación producen estos espacios por obligación legal, en contexto, mientras se cumplan las disposiciones legales, el producto audiovisual producido para niños, niñas y adolescentes estará presente en las pantallas de televisión, sin que se pueda o exista una obligación para conocer si realmente este

contenido es de aceptación por parte de la audiencia, pues no persigue lucro, como es el resto de la programación si no solamente cumplir con una orden.

Siendo así la realidad, ¿Cómo saber si estos espacios están cumpliendo su finalidad de impactar positivamente en la vida de los niños y adolescentes?

#### **1.4.1 Problema General**

¿De qué manera influyen los medios audiovisuales (Ecuador Tv y Tc Televisión) en los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos?

#### **1.4.2 Sub-problemas o derivados**

- ¿Qué clasificación tienen la programación de los medios audiovisuales Ecuador Tv y Tc Televisión?

- ¿Qué programación de Ecuador Tv y Tc Televisión tienen acceso los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Babahoyo?

- ¿Cuál es la participación que más influye en los adolescentes de 12 a 16 años de edad de los medios audiovisuales Ecuador Tv y Tc Televisión, en la ciudad de Babahoyo?

## 1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Delimitación espacial: La investigación se realizará en el Colegio Mixto Anexo a la Universidad Técnica de la ciudad de Babahoyo, Provincia Los Ríos.

Delimitación temporal: La investigación se realizará en el año 2016

Unidades de información: La información se la obtendrá mediante encuestas a los estudiantes del Colegio Mixto Anexo, padres de familia y periodistas de la ciudad de Babahoyo.

Tabla 1

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD	LINEA DE INVESTIGACIÓN FACULTAD	LINEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA	SUB-LINEAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS
<b>Educación y desarrollo social.</b>	Talento Humano Educación Docencia.	Periodismo investigativo sustentable aplicado nuevas Tecnologías.	Medio de comunicación y su influencia en la calidad de vida de los ciudadanos/as.	Objetivo 4: Del plan Nacional del buen vivir fortalecer las capacidades y potencialidad es de la Ciudadanía.

Elaborado por Jenny Albán

## 1.6 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene la finalidad de analizar la importancia que tiene la televisión como un elemento educativo para mostrar nuevas perspectivas de tipo social, cultural y científico a los Adolescentes. En algunas investigaciones se han encontrado influencias positivas en este sentido. El problema está en lo relativo a los contenidos presentados por estos dos canales, donde el material de este tipo es escaso y pobre en uno de ellos.

La televisión es un medio que pone en contacto a los adolescentes con problemas personales o sociales, les muestra países, regiones, etc., que de otra forma no conocerían. En este caso puede ser utilizada como medio de aprendizaje con fines escolares.

Se ha demostrado que "las personas aprenden por la televisión" y ésta puede afectar diferentes áreas del televidente: Cognitiva, emocional o conductual. Los psicólogos Bandura y Walters, a finales de la década de los setenta, investigaron los efectos de la exposición a conductas violentas (Batallán, 2011)

Los psicólogos han demostrado que las personas aprenden por la televisión, lo que conduce a tener conductas violentas debido a los programas que se transmiten en los medios de comunicación de baja calidad.

Sus resultados expresan que los adolescentes participantes en sus experimentos tienden a repetir la conducta de los modelos, pocos minutos después de haberla observado. Este hecho se ha convertido en una poderosa evidencia acerca de los riesgos

de la exposición a determinados contenidos de la televisión, particularmente aquellos que responden a conductas antisociales. (Hine, 2000)

Sin embargo, desde la década de los ochenta, algunos investigadores se han dedicado a explorar el potencial de la televisión cuando presenta actos pro sociales, bajo el supuesto de que, si es posible aprender "lo malo", también es posible aprender "lo bueno". Se ha estudiado la influencia de conductas cooperativas televisadas en adolescentes en edad escolar, encontrándose que aquellos que observaron conductas altruistas imitaron esas conductas, asimismo se nota, con respecto al aprendizaje de conductas no agresivas, que al observar a los modelos "pacíficos", los adolescentes aprenden a auto controlarse. (Pazmiño, 2014)

Algunos de los investigadores se han dedicado a explorar los efectos de la televisión que ha producido una gran cantidad de estudios. Es decir, que el efecto se inclinaría más en las actitudes, conductas o creencias

La posibilidad de influir en la conducta de los adolescentes por medio de estos canales de comunicación depende de su contenido en cada uno de los horarios de su programación , como lo podemos discernir, Tc televisión emite un contenido de entretenimiento y esparcimiento que hasta cierto punto podrá ser beneficio para nuestros adolescentes, y Ecuador Tv emite un contenido de carácter de investigación científica (documentales) , educativo e informático que va a aportar en el desarrollo cognitivo de los adolescentes.

## **1.7 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1 . Objetivo general**

Analizar cómo influyen los medios audiovisuales (Ecuador Tv y Tc televisión) en los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Babahoyo.

### **1.7.2 Objetivos específicos**

- ❖ Identificar la clasificación tiene la programación de los medios audiovisuales Ecuador Tv y Tc Televisión.
- ❖ Determinar qué programación de Ecuador Tv y Tc Televisión tienen acceso los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Babahoyo.
- ❖ Evaluar la participación de los adolescentes en la programación educativa (Ecuador Tv y Tc Televisión), contribuirá al buen vivir de la ciudad de Babahoyo.

## **CAPÍTULO II.-MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

### **2.1. MARCO TEÓRICO**

Por lo general la televisión hoy en día es considerada el medio de comunicación de mayor fuerza socializadora. Su gran influencia en los adolescentes de 12 a 16 años, así como la masiva utilización social que este medio se hace presente en nuestros días, nos lleva a examinar la importancia de revisar sus efectos e influencias. Sentarse cómodamente frente a un televisor es una de las mayores fuentes de agresividad, en los programas que se transmiten a diario. (Flores, 2005, pág. 45)

Los medios de comunicación han sido considerados por investigadores, como un interruptor de comunicación en la familia y la sociedad donde comparte diferentes características. Es un elemento primordial para manifestar nuevas apariencias de tipo cultural, social y científico a los adolescentes.

Uno de los factores que produce la televisión es que aumentan la permanencia de horas en familia, pero solo física aléjense de las actividades positivas de conversaciones, lecturas de cuentos, y conexión espiritual.

La Tv es la causante directa de la comunicación entre los miembros de la familia. De esta forma en la mayoría de los países, se encuentra afectada debido a que los miembros urbanos tienen menos tiempo de pasar en reunión familiar, dejando un espacio para que influya los medios de comunicación y se genere la pérdida de comunicación en la familia moderna. Los diferentes contenidos que se presentan en los

medios audiovisuales pueden enriquecer o empobrecer a la familia en sus actividades diarias.

Algo que hay que matizar es que la televisión no debe entrar en la escuela de manera puntual y extracurricular, sino que lo que hay que hacer es introducirla de manera específica y explícita en el currículo, como herramienta de trabajo para el estudiante y con sus temas de estudios específicos, con objetivos, contenidos, criterios de evaluación, Etc. (Lino, 2012)

La educación es considerada como factor fundamental para la vida social en el cual comienza cuando nace, y culmina al morir. Es decir que la educación se origina desde la casa, luego en la escuela con la enseñanza de los maestros y en el desarrollo juvenil puede ser afectado por la mala influencia de los medios de comunicación, ya que cada uno de ellos tienen diferentes roles de transmisión, para tener más publicidad, dejando a un lado la importancia de practicar los valores y la cultura que se tiene que rescatar para el bienestar de la sociedad.

Así de esta manera se obtendrá resultados positivos en la etapa del adolescente, encaminado hacia los representantes de las nuevas tendencias con mejores programas que resaltarán la historia y tradiciones de nuestros ancestros, para que la población disminuya de catástrofes audiovisuales y pueda obtener un encuentro familiar (Romero , Aguirre, & Bisbal, 1998).

### La adolescencia

La adolescencia es una de las etapas más difíciles de la persona y abarca desde los trece a los 19 años.



Se puede decir que la etapa de la adolescencia es la del nacimiento social, la del nacimiento como individuo. En palabras de Erikson sería la etapa de la construcción de la identidad. El adolescente queda a medio camino entre continuar siendo un niño y ser un adulto. Su “yo” está en plena transformación y debe enfrentarse a una serie de decisiones que le marcarán el resto de su vida. Es el momento de empezar a pensar en la profesión, en la continuidad de los estudios y, en definitiva, es el momento de empezar a plantearse qué desea hacer con la propia vida. El adolescente necesita reafirmar su “yo”, su personalidad ante los demás.

Tiende a crear grupos de iguales (los amigos), que tienen para él un significado muy distinto al que poseen durante el resto de etapas. Los lazos entre chicos de la misma edad tienden a ser tan fuertes que contrarrestan en muchas ocasiones los propios lazos familiares.

Es la época del miedo y de las quejas por parte de los padres, ya que tienen miedo a las malas influencias y quejas porque los hijos e hijas están más pendientes de la opinión de los amigos que de la propia familia. Los adolescentes necesitan establecer a qué grupo pertenecen, pero hasta esta etapa muchos niños han pertenecido a grupos por la relación con sus padres.

En la adolescencia el joven tiene la necesidad de crear, de pertenecer a sus propios grupos, que en más de una ocasión es contrario al de los padres. Como ejemplos de esto podríamos citar: un hijo de una familia adinerada que vive como un bohemio o el hijo de una persona de derechas que se hace de un partido radical de izquierdas. En definitiva, se trata de contraponer, de enfrentarse y reivindicar la propia particularidad, la propia identidad frente a la de los padres.

Este tipo de oposición, aunque ser muy incómoda para los padres, es sana. Sin este proceso de construcción de la identidad, sin estas pruebas o barreras no se puede superar las crisis, el reto que plantea la adolescencia. En función de la mejor o peor superación de esta esta dependerá, en gran medida el resto de la vida.

Necesidades de autorrealización, una de las necesidades que plantea Maslow. La palabra autorrealización ha adquirido cada vez más relevancia en la sociedad actual, esto se debe principalmente a que gran parte de la sociedad, y a que también las necesidades de aceptación y autoestima están a un nivel aceptable.

Las necesidades de autorrealización se pueden resumir en estas preguntas ¿Cuál es tu filosofía de futuro? ¿Qué esperas de la vida?, pero sin hacer referencia a lo material, sino a algo tangible, más espiritual.

Hay casos conocidos de personas que una vez que han logrado dinero, fama y poder lo dejan de lado y se dedican a buscar el sentido de la vida. Algunos simplemente se dedican a viajar, pero no en viajes turísticos, sino en viajes más interiores. Otras personas se dedican a colaborar con causas benéficas, con personas que sufren o sencillamente a escribir sus memorias y sus vivencias

Estas personas buscan pararse a pensar sobre el sentido último de la vida y lo que les gustaría llevarse y, sobre todo, entregar a los que se quedan. Un filósofo afirmaba que: las cosas que hacemos por nosotros mismos mueren con nosotros, pero las que hacemos por los demás perduran para siempre; esta cita sería la idea de la autorrealización, la de perdurar la de trascender.

Las necesidades básicas y de seguridad están cubiertas porque estas tienen un carácter más extremista que las de aceptación y autoestima, es decir o están cubiertas o no. Hay que tener en cuenta que en el momento que estén cubiertas, la persona se olvida de ellas, pero esto ocurre con las necesidades de aceptación y autoestima que además son muy utilizables desde el punto de vista del marketing y la publicidad.

Lo que vende la publicidad es la posibilidad de pertenecer a una clase social determinada por la compra de ciertos bienes (un coche de lujo, una casa en determinada zona, etc), y que mediante la adquisición de algún objeto o servicio (por ejemplo, cirugía estética) se puede elevar rápidamente y eficaz la autoestima. (Ruiz, 2010)

La adolescencia es un estado crucial y determinante para todo ser humano en esta etapa de la vida se necesita pertenecer a un grupo ser aceptado y adaptarse a cambios.

### **2.1.1 Marco conceptual**

#### Mundo Televisivo

Es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes y sonido que simulan movimiento, a distancia que emplea un mecanismo de difusión. La transmisión puede ser efectuada por ondas de radio, cable, satélite o IPTV, lo que existen en modalidades abierta y pago. El receptor de las señales es el televisor.

El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación. A veces se abrevia como TV. Este término fue empleado por primera vez en 1900 por

Constantin Perskyi en el Congreso Internacional de Electricidad de Paris. Es decir que la televisión es el medio de comunicación de masas.

La aparición de televisores que puedan conectarse al internet en los últimos años de la primera década del siglo XXI abre la posibilidad de la denominada televisión inteligente en donde se mezclan y conjugan contenidos de la transmisión convencional con otros que llegan vía Internet.

Programas infantiles: Para (ALOMÍA PÁNCHEZ, 2014) Un programa infantil es dirigido a los niños que se emite por los medios audiovisuales en horarios matutinos o vespertinos y que comprende dibujos animados, información musical en algunos de los casos concursos literarios y bíblicos. También hay segmentos para más pequeños como por ejemplo Barney o los Teletubbies que sirven a la vez de entretener educar a los niños de 0 a 6 años.

Medios audiovisuales: Son los medios de comunicación social que tienen que ver directamente con la imagen y el audio. Los medios televisivos se refieren especialmente a medios didácticos que, con imágenes y grabaciones, sirven para comunicar unos mensajes especialmente específicos. Entre los medios más populares se encuentra la diapositiva, la transparencia, la proyección de opacos, los diaporamas, el video y los nuevos sistemas multimedia les de la informática. (Tomas, 2009)

Importancia de los medios audiovisuales: La importancia de los medios audiovisuales, gracias a la tecnología, se difundir un mensaje, del tipo que sea, a través del audio y la imagen. Algo que sin duda consigue que dicho mensaje llegue de manera más profunda en los individuos.

El origen del audiovisual lo encontramos en el cine sonoro, allá por los años 50. Sin duda fue un avance realmente sorprendente y beneficioso para la industria del cine, que poco a poco vio como sus cuentas se engrosaban al crear productos mucho

más apetecibles y sorprendentes que sustituían a las típicas películas mudas. (González, 2002, pág. 15.)

Si bien es cierto que este sería el origen de la palabra audiovisual, uno de los papeles más importantes que ha desarrollado el material audiovisual ha sido precisamente en el terreno educativo. Gracias a los medios audiovisuales, la comprensión y aprendizaje aumenta considerablemente. Podemos entender este material audiovisual como material multimedia, mediante imágenes y audio, ya sea a través del ordenador o en forma de documental o película. Una manera diferente y alternativa a los libros de texto que parece tener gran calado en los estudiantes. (Lucila Guerrero, 2007)

El material audiovisual consigue exponer temas con muchísima más objetividad, de forma completamente clara y accesible para todos. Además, estimula muchísimo más el interés de los individuos, pues nos alejamos de los aburridos libros para que otros nos cuenten lo que posteriormente deberemos aprender. Una de las primeras experiencias educativas con este tipo de materiales la encontramos en las enciclopedias digitales. Los más jóvenes poco sabrán de ellas. No obstante, fueron una auténtica revolución, pues sustituían las típicas enciclopedias que todos tenemos en casa y las colocaban directamente en la pantalla de un ordenador, con un sinfín de audios, vídeos y fotografías extras. (Meza, Petit, & Lugo, 2011)

Programas INEC Tv: Los ecuatorianos dedican en promedio una hora y media diaria en ver televisión y solo 22 minutos diarios en compartir con la familia, según los últimos datos de la Encuesta de Uso del Tiempo del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010).

Esta información se recogió a través de la Encuesta de Empleo de junio del 2010 realizada a los jefes de hogar, su cónyuge o persona mayor de 12 años de 29.696 viviendas a nivel nacional.

Según este estudio, los ecuatorianos destinan más tiempo a dormir con 7h50m al día, seguido por ver la televisión con 1h30m y comer con 1h16m.

Las mujeres ecuatorianas emplean 3h10m diarios a las tareas de la casa y cuidado personal, mientras que los hombres apenas destinan 89 minutos diarios.

Entre los 32 y 46 años son las edades en donde menos tiempo dedican los ecuatorianos a dormir con 7h39m, mientras que las personas de 12 a 16 años emplean 8h18m. Entre tanto las personas de 62 años y más son las que destinan mayor tiempo a comer 1h35m.

Los ecuatorianos de 12 a 21 años dedican más tiempo a ver televisión con 1h40m y de los 47 a los 62 más tiempo a cocinar con 1h11m.

Finalmente, apenas el 25,8% de los ecuatorianos que están entre los 12 a 16 años de edad practica algún deporte, siendo el grupo que más realiza esta actividad y los que menos realizan son los de 57 y 61 años con 2,4%.

El INEC presenta este estudio a la ciudadanía, en el cual se puede acceder a los principales resultados, al formulario que se utilizó y a la base de datos, en el marco de democratización de la información del Instituto. Unificando todo en una sola máxima, lo que se puede afirmar es que tanto la Escuela como la televisión, ambas en colaboración, lo que deben hacer es crear espectadores críticos e inteligentes, de manera que sean capaces de elegir los programas que les interesen, y no consumir programas de manera indiscriminada.

Si se tiene en cuenta (Lopez Quintana, 2004), nos indica que los medios audiovisuales, “son aquellos que presentan la información en vídeo o audio por separado y los títulos formados por soportes alternativos: vídeo, registros sonoros o diapositivas”.

Por último, la opinión de la ISO (International Standards Organization) que define los documentos audiovisuales como “aquellos que necesitan la utilización de un equipo para ser vistos o escuchados”.

Adolescentes de 12 a 16 años : La OMS define "la adolescencia es la etapa que transcurre entre los 10 y 19 años ,considerándose dos fases ,la adolescencia temprana 10 a 14 años y la adolescencia tardía 15 a 19 años" Paralelamente con este tenemos también la juventud que comprende el periodo entre 15 y 24 años de edad, es categoría psicológica que coincide con la etapa post-puberal de la adolescencia, ligada a los procesos de interacción, social, de definición de identidad y a la toma de responsabilidad , es por ello que la condición de juventud no es uniforme ,varía de acuerdo al grupo social que se considere. (OMS, 1986)

Mejoramiento del comportamiento social al televidente. (Adolescentes) Difusión de programas educativos dirigidos a nuestro público objetivo. Con la interacción de los mismos estudiantes. Cambio de estrategias en las programaciones televisivas de los diferentes canales existentes. (UNESCO, 1983)

(Delval, 2012); Dice que los cambios físicos que se producen en la pubertad son muy importantes, porque hacen posible la participación de las muchachas y muchachos en las actividades adultas, y porque al ser tan rápidos e inesperados a los ajustes considerables que el medio social puede ser más fácil o difícil. (Hall, 2012) Manifiesta que la adolescencia es una edad especialmente dramática y tormentosa en la que se producen innumerables tensiones, inestabilidad, entusiasmo y pasión.

Según la OMS: “La adolescencia es el periodo de la vida en el cual el individuo adquiere la capacidad de reproducirse, transita de los patrones psicológicos de la niñez a la adultez y consolida su independencia económica la elaboración del mensaje audiovisual

“El mensaje publicitario es lo que debe decirse, la idea que tiene que transmitir el emisor, codificada perfectamente mediante sonidos, colores, imágenes y otros símbolos. La elaboración del mensaje constituye la estrategia creativa de la publicidad, en la que hay implicadas varias personas y empresas: el anunciante como responsable del documento de partida denominado briefing, la agencia de publicidad, responsable de la creatividad, y las empresas dedicadas a la producción final del anuncio, encargadas de todos los aspectos relacionados con su realización (fotografía, modelos, grabaciones o imprentas, entre otras).”



## Adolescencia y la televisión

La adolescencia está comprendida en el rango de edad desde los 12 a los 18 años. Es la faceta de crecimiento en la que el niño o niña pasa hasta convertirse en un joven/adulto. A esta etapa de vida del ser humano suele denominársele en el habla popular la “edad del burro” ya que el chico y chica están expuestos a adoptar actitudes comunes según el entorno en el que se manifiestan.

## Internet

“Internet no es una simple red de ordenadores, sino una red de redes, es decir, un conjunto de redes interconectadas a escala mundial con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma.” (Rodríguez Ávila, 2010)

## Emociones

Son las manifestaciones de sentimientos a las que se enfrenta el individuo según los modos de adaptación a los que tenga que enfrentarse en su momento. Estas emociones pueden variar en la persona según: el lugar donde se encuentre, las personas por las que está rodeado, objetos que vea, los sucesos que este enfrentando o por recuerdos que lleguen a su memoria.

## Actitud

Es la forma de comportarse de cada individuo. Esta puede manifestarse de manera positiva o negativa. Estas actitudes muchas veces dependen de la manera en la que ha sido educado el individuo y en otras ocasiones se presenta según el medio en el que se sitúa.

## Actividades

Son acciones en las que se desenvuelva el individuo según la etapa de vida en la que se encuentre, en las que cada actividad conlleva un propósito o meta.

## Influencia de los audiovisuales en actividades sociales en los adolescentes

“Es importante estimular a los jóvenes en actividades de tipo social con el objetivo de que tomen conciencia social y aprendan a ser solidarios. En este tipo de actividades, puede entrar por ejemplo el voluntariado (asociaciones, con personas mayores, etc). A parte de esto, también se consideran actividades sociales aquellas en las que los jóvenes interactúen entre ellos, organizan charlas, debates sobre temas e intereses comunes, como pueden ser los estudios, el trabajo, los hobbies, etc.(Olmedo 2013)

Como indica Olmedo es importante que los y las adolescentes y jóvenes se involucren en actividades sociales ya que por medio del intercambio de costumbres y realidades vivenciales el ser humano se hace solidario con sus semejantes y así se contribuye a crecer en una sociedad sin distinciones sociales, políticas, culturales y religiosas. Además estas actividades sociales como charlas, debates y foros ayudaran a desarrollar el intelecto de los y las adolescentes y jóvenes

## Ley Orgánica de Comunicación

La Ley Orgánica de Comunicación fue publicada el 25 de junio del año 2013 en el tercer suplemento del Registro Oficial con lo que se convirtió en una nueva norma de la

República. Con su publicación se integró el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y se designó el Superintendente de la Información y Comunicación. El Consejo de Regulación, está integrado por: un representante de la Función Ejecutiva; uno de los Consejos Nacionales de Igualdad; uno del Consejo de Participación Ciudadana; uno de los Gobiernos Autónomos y uno de la Defensoría del Pueblo. De acuerdo a la Ley de comunicación, el Consejo recibirá fondos del Presupuesto General del Estado y tendrá atribuciones, como establecer los mecanismos para el ejercicio de los derechos de los usuarios de la comunicación; regular el acceso a la comunicación e información; regular la clasificación de contenidos y franjas horarias; elaborar los informes para la adjudicación de frecuencias, entre otras.

La Superintendencia de Comunicación (Supercom) en ejercicio de sus funciones ha determinado que varios canales de televisión y actores Ecuatorianos en sus programas cómicos, difunden mensajes y contenidos discriminatorios que se encuentran prohibidos en el artículo 61 y 62 del capítulo IV de la Ley Orgánica de Comunicación. Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenido discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio. (Constitución del Ecuador, 2008)

Art. 63.- Criterios de calificación.- Para los efectos de esta ley, para que un contenido sea calificado de discriminatorio es necesario que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establezca, mediante resolución motivada, la concurrencia de los siguientes elementos:

1. Que el contenido difundido denote algún tipo concreto de distinción, exclusión o restricción;

2. Que tal distinción, exclusión o restricción esté basada en una o varias de las razones establecidas en el artículo 61 de esta Ley; y, distinción, exclusión o restricción tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o goce de los derechos humanos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales; o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación.(Ley Orgánica de Comunicación 2013)

La Asamblea Nacional destaca que esta Ley no regula la información u opinión en el país. Si no que establece el derecho a la libertad de expresión y opinión, la prohibición de censura previa, la responsabilidad ulterior, el derecho a la rectificación, a la réplica, protección integral de niños, niñas y adolescentes y la integración del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.

#### Influencia de los medios audiovisuales en la adolescencia

Los medios de comunicación están notablemente presentes en el desarrollo del individuo, pudiendo ser importantes las repercusiones de los medios en la adolescencia. Los medios no renuncian a su influencia sobre actitudes, valores y creencias, prejuicios, fantasías individuales (lo que quiero hacer) que engloban ideales sociales (altruismo) e ideales profesionales.

La publicidad tiene como objetivo estimular el deseo y la necesidad de consumir, y los niños y jóvenes representan una importante cuota de mercado. La influencia de la publicidad en los niños es muy fuerte, y puede considerarse como un instrumento peligroso, ya que crea apetencias y necesidades que no se corresponden con la edad del niño o del adolescente, y que en la mayoría de los casos no podrá satisfacer. Por ejemplo: hay numerosos estudios que confirman que el alto índice de violencia televisiva interviene como factor importante en la determinación de las conductas masculinas (y femeninas ) violentas; cuanto mayor sea el tiempo de exposición a programas televisivos violentos, mayor es el riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes.

Luego con la comida, la comida basura desplaza a la comida tradicional y nos enseñan a comer indirectamente en costumbres que vemos en otros países. La publicidad también influye de forma importante. Se ha demostrado que de los miles de anuncios que ven los niños al año en la televisión, dos terceras partes son sobre

alimentos con elevado contenido en calorías, grasas, colesterol, azúcar y sal. Y que por cada hora que aumenta viéndose la TV, aumenta la prevalencia de obesidad, tanto en niños como en adultos (Nahikari, 2015)

Con respecto a los hábitos de consumo, en el consumo de drogas legales e ilegales en todas las culturas, la publicidad ha influido mucho en las películas, incluso en contra de las drogas; pero eso no implica que al adolescente el consumo de drogas no le parezca natural. Y por otro lado, con el tabaco se influye de manera directa con los anuncios o de manera indirecta, presentado modelos de prestigio que fumen en algún momento de la película; y en ambos casos hay procesos de identificación más fuertes cuantos más jóvenes son los adolescentes.

Los adolescentes también optan por ser sus series y programas favoritos a través de los medios online ya que todo medio de comunicación se encuentra en internet con el avance tecnológico de nuestra era.

### Redes Sociales

Las redes sociales es el medio mediante el cual un gran número de personas se les facilita comunicarse, rompiendo límites en la comunicación, todo está disponible en tiempo real, así cambio la forma de comunicarnos y con ello la forma de publicitar convirtiendo a las redes sociales en herramienta importante en nuestro diario vivir.

En la actualidad existen muchas redes sociales como Facebook que sin definitivamente es una de las más utilizadas a nivel mundial.

"Facebook, una de las redes sociales más exitosas en Internet, que permitiría establecer lazos con viejos amigos y compañeros de trabajo, además de ofrecer una infinidad de juegos para entretener al usuario". (Lorandi, 2015).

## Facebook

es una herramienta que nos permite comunicarnos con personas a corta o larga distancia, cualquiera con un correo electrónico, mayor de 13 años puede crear un perfil, pueden compartir fotos, videos, crear grupos de chat, eventos y hasta publicitar un producto o empresa.

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard. Su propósito era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. Fue tan innovador su proyecto que con el tiempo se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de la red. (Libre, 2015)

## Instagram

Es una plataforma social de compartición de fotografías que se encuentra activa desde el año 2010 las aplicaciones de Instagram que nos permiten capturar una fotografía con nuestro dispositivo móvil y aplicarle un filtro de inspiración retro o "vintage" han causado furor entre millones de usuarios. Estos pueden, además difundir su contenido a través de múltiples redes sociales incluyendo las imprescindibles twitter y Facebook con una sola acción. Instagram viene a sumarse así a los diversos canales y medios sociales que ofrecen grandes oportunidades de marketing y publicidad gratuita para profesionales, negocios y marcas. Un canal donde la creatividad a través del poder de

Las imágenes tienen mucho que decir. La suma de los perfiles web de Instagram a suya conocida plataforma móvil supone otra importante oportunidad de captar una nueva posición para la marca (Ramos, 2015)

Esta red social ha evolucionado y programas como Tc y Ecuador tv cuentan con esta red social para emitir contenidos referentes a lo que se publica en la tv. Es usado también como medio de publicidad comercial.

Las redes sociales son fuente importante para compartir contenido audiovisual para cualquier canal de televisión tanto Tc Televisión como Ecuador Tv tienes redes sociales activas y actualizándose constantemente.

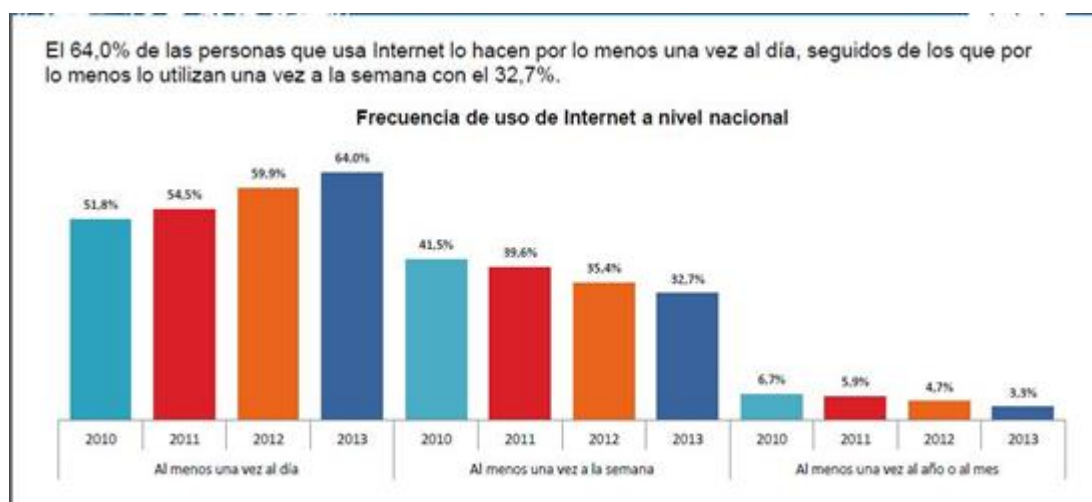
Es por esto que el siguiente cuadro muestra la frecuencia del uso de internet por edades



Fuente : Inec 2013

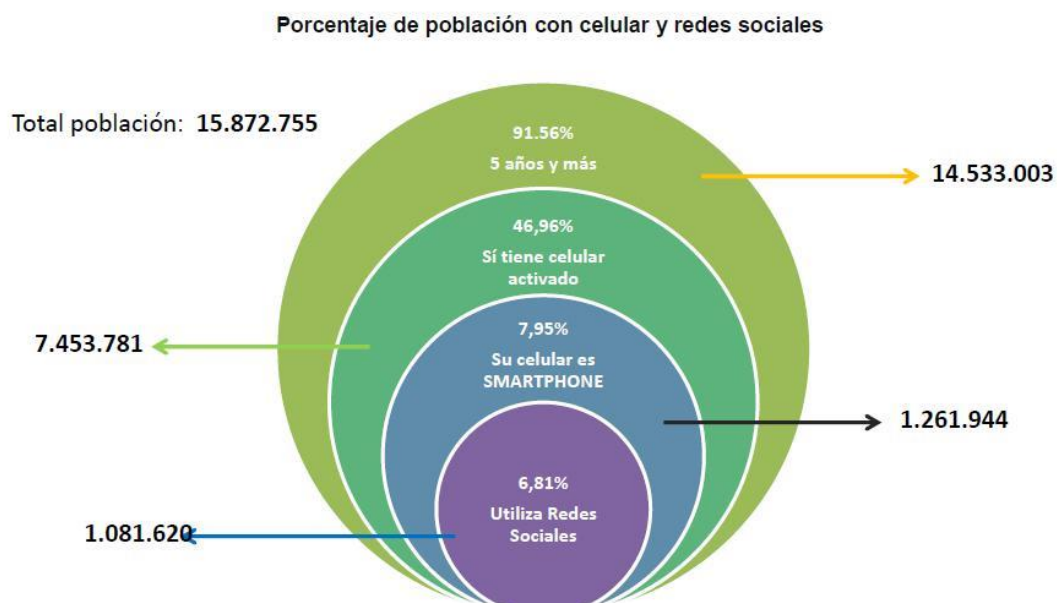


El siguiente cuadro muestra la frecuencia del uso de internet



Fuente : Inec 2013

Porcentaje de Población con celular y redes sociales



Fuente : Inec 2013

## **2.1.2 Marco referencial sobre la problemática de la investigación**

### ***2.1.2.1 Antecedentes investigativos***

Los medios audiovisuales en la actualidad se han apoderado de la conducta de los adolescentes en nuestra sociedad, difundidos a través de programas televisivos con información relevante y muchas veces accidentado. Por lo que hemos considerado importante la realización de un proyecto enfocado en la influencia que provocan los medios audiovisuales de Ecuador Tv y Tc televisión en los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Babahoyo.

Por lo tanto debemos tener claro que “Con toda esta visión coercitiva de los recursos audiovisuales, se pretende captar aquella supuesta objetividad que permanece ahí fuera como un ente ajeno a la visión del investigador y de las propias personas filmadas.” (Téllez y Vidal, 2016, p. 565)

La importancia de porque los adultos debemos estar familiarizados con todos los programas televisivos y de los cuales nuestros adolescentes captan su mayor atención se debe a el cambio de comportamiento que se ha venido percibiendo en nuestros hijos, y sobre todo a la actitud negativo frente a casos como el cambio de identidad y a la de vivir aceleradamente su adolescencia.

Según estadísticas realizadas se determina, que el problema no está basado directamente en qué tipo de programas frecuentan, sino en la desinformación que existe en nuestra sociedad, temas como sexo, uso de drogas, el embarazo precoz, deben formar parte de nuestro vínculo familiar y educativo.

El uso frecuente de los medios audiovisuales en especial de medios donde se transmiten programas con alto contenido sexual y hasta violento influencia en el comportamiento de nuestros adolescentes como son los programas que transmite Tc Televisión, pues estos repercuten de manera negativa en el comportamiento de nuestros adolescentes, logrando moldear una imagen similar a los de sus figuras preferidas.

Aunque los programas transmitidos por Ecuador Tv no sean en gran parte de farándula y reality show, son un ente importante en la sociedad, pues la mayoría de sus programas son de contenido cultural, social y sobre todo político, programas poco frecuentados por los adolescentes y minimizado aún más por los adultos, por lo que es evidente que “Los motivos por los cuales se ve televisión varían desde simple diversión hasta casos de completa adicción, en esto influye la personalidad del individuo y el medio ambiente que lo rodea.” (Alejandra;2013, p. 4)

(Flores, 2005), Alexandra Serrano Flores; Título: influencia de los personajes de la serie animada las chicas súper poderosas en las identificaciones sexuales de los adolescentes: investigación realizada con las alumnas de 12 años que estudian en el Colegio Nacional Pomasqui durante el año lectivo 2004.

Resumen: A través de la historia, los personajes heroicos han sido objeto de interés de muchas investigaciones, puesto que constituyen elementos representativos de las cosmovisiones particulares de las culturas y por lo tanto, de la constitución de los sujetos. A mediados del siglo XX, los medios de comunicación masiva se popularizaron en Latinoamérica.

A partir de entonces muchos de estos estudios fueron modificados para responder a este nuevo elemento que aparecía en el contexto cotidiano. Al respecto, existen numerosas investigaciones sobre el efecto que tienen los programas de televisión en los sujetos. La mayoría de estos estudios se han dirigido a sostener propuestas publicitarias, crear programas educativos, difundir componentes ideológicos, entre otros. La influencia de los medios audiovisuales sobre la población es innegable. (Pazmiño, 2014)

Resumen: La presente investigación, tuvo como objetivo principal, contribuir con el mejoramiento del desarrollo integral de los adolescentes, mediante una herramienta adecuada para el conocimiento de la sexualidad en los adolescentes de octavo año de la Escuela de Unidad Básica Completa “Carmen Sucre” durante el periodo 2013 - 2014.

Con este medio se logrará que el estudiante tenga la educación sexual adecuada sobre el proceso y cambios que ocurren durante su etapa adolescente al orientarlos hacia un mejor futuro, así prevengan consecuencias irremediables. El recurso didáctico aplicado al tema de la educación sexual servirá para su mejor comprensión y facilidad de retentiva en el aprendizaje debido a que pone en función sus sentidos receptores.

La investigación es aplicada y de campo, se hizo uso de los métodos inductivo e hipotético-deductivo. Se determinó la población de la Escuela de Unidad Básica

Completa Fiscal “Carmen Sucre” a docentes, representantes legales y estudiantes de octavo año. Se tomó la muestra no probabilística y se aplicó las técnicas de investigación como la observación, la entrevista y la encuesta a través de diversas preguntas cuyos resultados permitieron respaldar la propuesta de elaborar un video

animado para ser presentado a los estudiantes de manera motivadora y reflexiva (Hermenejildo & Barre, 2011)

Resumen: El presente trabajo de investigación relacionado a La televisión y su influencia en los embarazos precoces en el Cantón La Libertad, este medio de comunicación masiva y dominante es admitido como un poderoso medio audiovisual que ejerce una considerable influencia sobre la estructura familiar, superior a la de cualquier otra innovación tecnológica.

La televisión representa una parte de una nueva morbilidad en los adolescentes y los adultos debemos de estar familiarizados con sus efectos. Tanto las estadísticas de organizaciones nacionales e internacionales coinciden en que mientras más informados estén los jóvenes más tarde empiezan la vida sexual y paterna.

Pero en sociedades menos informadas ocurre todo lo contrario, el problema no radica en la pobreza sino en la desinformación, la cual en lugar de ayudar a creado tabúes y mitos respecto a la planificación familiar y el uso de los métodos anticonceptivos, por eso lo ideal es que una adolescente no use anticonceptivos, pero por sentido común es preferible adoptarlos antes de que queden embarazadas.

El embarazo adolescente se ha convertido en un problema de salud pública importante, debido a que básicamente son las condiciones socioculturales las que han determinado un aumento considerable en su prevaencia, aconteciendo con mayor frecuencia en sectores socioeconómicos más disminuidos, aunque se presenta en todos los estratos económicos de la sociedad. (Flores, 2005),

Resumen: A través de la historia, los personajes heroicos han sido objeto de interés de muchas investigaciones, puesto que constituyen elementos representativos de

las cosmovisiones particulares de las culturas y por lo tanto, de la constitución de los sujetos. A mediados del siglo XX, los medios de comunicación masiva se popularizaron en Latinoamérica.

A partir de entonces muchos de estos estudios fueron modificados para responder a este nuevo elemento que aparecía en el contexto cotidiano. Al respecto, existen numerosas investigaciones sobre el efecto que tienen los programas de televisión en los sujetos. La mayoría de estos estudios se han dirigido a sostener propuestas publicitarias, crear programas educativos, difundir componentes ideológicos, entre otros. La influencia de los medios audiovisuales sobre la población es innegable.(Pazmiño, 2014)

Resumen: La presente investigación, tuvo como objetivo principal, contribuir con el mejoramiento del desarrollo integral de los adolescentes, mediante una herramienta adecuada para el conocimiento de la sexualidad en los adolescentes de octavo año de la Escuela de Unidad Básica Completa “Carmen Sucre” durante el periodo 2013 - 2014.

Con este medio se logrará que el estudiante tenga la educación sexual adecuada sobre el proceso y cambios que ocurren durante su etapa adolescente al orientarlos hacia un mejor futuro, así prevengan consecuencias irremediables. El recurso didáctico aplicado al tema de la educación sexual servirá para su mejor comprensión y facilidad de retentiva en el aprendizaje debido a que pone en función sus sentidos receptores.

La investigación es aplicada y de campo, se hizo uso de los métodos inductivo e hipotético-deductivo. Se determinó la población de la Escuela de Unidad Básica

Completa Fiscal “Carmen Sucre” a docentes, representantes legales y estudiantes de octavo año. Se tomó la muestra no probabilística y se aplicó las técnicas de investigación como la observación, la entrevista y la encuesta a través de diversas preguntas cuyos resultados permitieron respaldar la propuesta de elaborar un video animado para ser presentado a los estudiantes de manera motivadora y reflexiva.

#### ***2.2.2.2 Categoría de Análisis***

Más que nunca, la educación, no solamente para romper moldes que han terminado por separarla de la posibilidad de crecimiento en el periodismo audiovisual. Para ello es necesario que el profesorado esté debidamente formado por Medios de Comunicación, así como también los padres; y que las distintas Administraciones Educativas doten de recursos económicos a los centros y horas asignadas específicamente a esa formación, y no como actividades extraescolares o complementarias, sino que se recojan de manera objetiva en los currículos de los distintos niveles educativos de manera progresiva.

Es un trabajo conjunto que requiere el esfuerzo de todos, encaminando la escuela actual hacia una escuela del futuro, una escuela de calidad, y sin incluir estos medios de comunicación que tendremos será una educación anclada en métodos, contenidos, objetivos y materiales curriculares de épocas pretéritas. Además, esta investigación servirá como referencia para futuras consultas, dirigido para todo público.

### **2.1.3 Postura teórica**

#### Teorías relativistas

En primer lugar, se tiene teorías particularistas o relativistas, respecto de la presencia de la adolescencia en las distintas culturas y sociedades, unido a la ausencia, o al menos el máximo alejamiento posible, de cualquier definición normativa o prescriptiva para explicar el fenómeno de la adolescencia como etapa diferenciada del desarrollo humano. (Hall, 2012)

En el programa televisivo “Dr., Expertus” se trataba toda clase de temas históricos, científicos, educativos con escenas bastantes entretenidas, donde hasta el más descuidado aprendía. Todo esto alcanzo con la participación de personajes agradable, como la querida y recordada Hanna y otros personajes.

Esta posición se identifica en determinados estudios etnológicos, así como en determinadas concepciones teóricas sobre la niñez o adolescencia. Efectivamente, y como reconocen los propios autores, se trata de una concepción influida por la antropología cultural de la escuela del particularismo histórico, la filosofía de la ciencia inspirada en la obra de Thomas Kuhn y la sociología del conocimiento en su crítica al positivismo. (Lozano, 2014).

(Jociles, France, & Poveda David, Emografías de la infancia y de la adolescencia, 2011, pág. 1), señalan que los estudios tradicionales sobre la infancia y adolescencia, que denominan “la infancia heredada”, aludiendo de forma indisimulada a las disputas en la filosofía de la ciencia del siglo XX, por su orientación prescriptiva, cosifican y naturalizan procesos y productos socio-históricos como son la infancia y adolescencia.



En este sentido se acusa a la psicología evolutiva como principal responsable de la homogeneización y “la exclusión del niño a través de formulaciones parciales de racionalidad”.

Se destaca que en la década de los 80, y desde el ámbito anglosajón, se consolida el campo de la sociología y la antropología de la infancia como un «nuevo paradigma» que ha sintetizado un marco teórico-metodológico ligado a la tradición antropológica.

Desde este nuevo campo de estudio se abre un debate en torno al estatus que se les otorga a los menores como sujetos con capacidad para involucrarse activamente en las dinámicas sociales, políticas y culturales de los diversos escenarios en los que están presentes. Los puntos de vista y perspectivas de los niños y adolescentes sobre lo que acontece en su entorno inmediato constituyen la realidad social que etnográficamente se procura conocer y comprender desde una metodología descriptiva.

Así, queda al descubierto la gran heterogeneidad y variabilidad cultural de concepciones de la infancia y adolescencia que existen frente a la naturalización y el esencialismo que imponen las representaciones hegemónicas occidentales. Sin embargo, lo que quiere destacar es que esta concepción teórica rechaza proponer algún criterio normativo más allá de las experiencias y vivencias propias de los diversos agentes adolescentes, padres, educadores, etcétera en un contexto social determinado.

No obstante, la descripción analítica de casos en la que los niños y jóvenes son protagonistas pareciera no precisar de la dimensión explicativa, dado que lo que interesa mostrar es justamente la “particularidad cultural” que da sentido a las diversas lógicas o códigos de comunicación y entendimiento específicos.

Los supuestos teóricos y metodológicos de esta concepción teórica son los del construccionismo social propio de la sociología de la ciencia post khunniana, incurriendo, a juicio, en los dos dogmas del relativismo: la oposición metafísica Naturaleza/Cultura y el dilema Prescripción/Descripción (Bakan, 1971).

(Delval, 2012) Trata la incorporación de las tesis del relativismo cultural al trabajo etnográfico con la infancia y adolescencia. Algunos autores han llamado la atención sobre las consecuencias a las que tiene que hacer frente esta concepción teórica:

Como derivación del principio relativista en la interpretación sobre lo que allí sucede, la lógica de cada cultura específica es inconmensurable con respecto a las otras.

Esto, llevado a un extremo, permitiría refutar el principio normativo universal, en este caso el de la misma Convención de los Derechos del Niño y de las legislaciones internacionales que los protegen, que la comprensión relativista, metodológicamente se inicia con la apertura y el descentramiento de la propia mirada y el análisis de los prejuicios inscritos en el lenguaje, no permite establecer la necesaria conexión epistemológica entre universalismo y particularismo que requiere la explicación histórica de los procesos sociales.

Estas concepciones serían propias de determinados estudios antropológicos, históricos y sociológicos en las que se señala la ausencia de la etapa adolescente en algunas culturas o su inexistencia durante determinados periodos históricos, para hacer su aparición posteriormente en función de determinados cambios sociales. El relativismo se apoya también en la crítica a la caracterización de adolescencia tal y como es propuesta por algunos autores desde las ciencias psicobiológicas.

Sin embargo, y sin negar el fenómeno de la pubertad, no se rechaza una definición regulativa de adolescencia en tanto que etapa diferenciada y recortada a escala individual. Digamos que para estas concepciones teóricas, rechazadas las versiones más dogmáticas en la definición de adolescencia, pero asumiendo la existencia de una etapa adolescente dada a nivel individual, se trataría entonces de relacionarla con la variabilidad cultural, social e histórica.

La infancia duraba exclusiva y necesariamente el periodo de mayor vulnerabilidad, y en cuanto se lograba cierta autonomía el infante pasaba a ser considerado como un hombre joven, esto es, un adulto en miniatura. Durante este periodo histórico persiste la ambigüedad entre infancia y adolescencia, por una parte, y entre la adolescencia y la juventud, por otra.

No se tenía una idea clara de lo que denominamos adolescencia y esta tardará en forjarse al menos hasta el siglo XIX. A finales del siglo XVII comienza transformaciones sociales respecto de la sociedad tradicional que modifican la consideración de la infancia.

La escuela sustituye al aprendizaje en el seno de la comunidad, siendo así que la cohabitación del niño con un grupo amplio y diverso de adultos se vio interrumpida.

Así mismo, durante el siglo XVIII se generaliza el hogar familiar como espacio de intimidad y sentimientos afectivos, a la vez que se produce una retirada de la familia del espacio público como lugar de socialización primaria. Ariés señala que la adolescencia se empieza a entrever bajo dos personajes, uno literario, el Querubín y el otro es el recluta.

El Querubín resalta los rasgos afeminados que se conservan en la niñez y primera adolescencia y no tendrá sucesor en la configuración de la idea de adolescencia posterior. En cambio, la fuerza viril del recluta será una de las ideas que ejemplifique la adolescencia entre los muchachos. El Sigfrido de Wagner, mezcla de pureza, fuerza física, espontaneidad y vitalismo, constituye el primer tipo de adolescente moderno.

La juventud adolescente se convertirá así en tema literario y objeto de desvelo moral, político y más adelante científico. Según (Yarisa Dominguez Ayllón , 2003), a cada época le corresponde una edad privilegiada y una periodicidad particular de la vida humana: la juventud es la edad privilegiada del siglo XVII; la infancia, del siglo XIX, y la adolescencia, del siglo XX.

Una perspectiva similar, desde la sociología y la historia, encontramos en el ensayo de; sobre la invención o descubrimiento de la adolescencia en América como respuesta a los cambios sociales que se produjeron en la segunda mitad del siglo XIX y la primera del siglo XX. El movimiento combinado de tres grandes cambios sociales fueron los responsables de la creación de la noción de adolescencia: la extensión de la educación obligatoria, la legislación laboral sobre el trabajo infantil y los procedimientos de la justicia juvenil. (Bueno, 2002).

La adolescencia se añadió a la infancia como una segunda infancia con el fin de realizar los fines de la nueva sociedad urbana e industrial. En la misma línea socio-histórica y también refiriéndose a la adolescencia en los Estados Unidos, añade interesantes contribuciones generalizables a otros países occidentales. (Szulc, 2006)

(Bakan, 1971) Señala; que la adolescencia, entendida como teenager, es un invento social propio de la primera mitad del siglo XX. El origen de su concepción

actual data de la época del New Deal, cuando los jóvenes son expulsados del mundo del trabajo e ingresan de forma masiva en las escuelas de secundarias.

La novedad es que a partir esta época todos los adolescentes empiezan a conformar un grupo social homogéneo, en el sentido de que tenían que pasar por el mismo tipo de experiencias vitales, formas de vida, hábitos, gustos, modas, etcétera, independientemente de su clase social, estatus y etnia; y así eran vistos y tratados por las instituciones y los adultos. Según (Bakan, 1971); la experiencia de ser adolescente se ha hecho menos diversa a lo largo del siglo XX. Con anterioridad a esta época, la juventud implicaba una gran variedad individual de experiencias y formas de vida.

Teoría de la comunicación: Los medios tienen un poder persuasivo sobre la gente prácticamente inevitable: el modelo estímulo – respuesta, aplicado a los medios, garantiza el éxito del mensaje, que siempre generará la reacción deseada en el receptor, conceptualizado como un individuo aislado en el seno de una masa amorfa.

Según indica (Dader J. , 2004), este modelo Presupone que: La sociedad moderna es un conjunto de seres atomizados y aislados. Todos los receptores son iguales.

Existe una difusión sistemática y a gran escala de mensajes.

Los medios de comunicación están comprometidos y dedicados a campañas de movilización del comportamiento y las actitudes de la audiencia.

Existe poca o nula atención a la estructura social o grupal que, al margen de los 'más media', condiciona a los individuos y les sirve de resistencia. La sociedad de masas permite a los medios de comunicación ejercer una influencia cada vez más poderosa sobre la audiencia, fragmentada y aislada.

Como postura teórica para el presente trabajo investigativo se indica que: los medios tienen un poder persuasivo sobre la gente prácticamente inevitable, influyen directamente sobre quienes tienen acceso, y en mayor efectividad en los niños y adolescentes donde según la son muy vulnerables por su inocencia y curiosidad, además de su inmadurez social, física y psicológica, donde todos los adolescentes empiezan a conformar un grupo social homogéneo, en el sentido de que tenían que pasar por el mismo tipo de experiencias vitales, formas de vida, hábitos, gustos, modas, etcétera, independientemente de su clase social, estatus y etnia; y así eran vistos y tratados por las instituciones y los adultos.

## **2.2. HIPÓTESIS**

### **2.2.1 Hipótesis general**

La programación educativa establecida por Ecuador Tv y Tc Televisión, influirá en los valores de los adolescentes de 12 a 16 años en la ciudad de Babahoyo.

### **2.2.2 Sub-Hipótesis o Derivadas**

- Los programas culturales educan a la población adolescente, en su desarrollo por descubrir los valores educativos.

- Con mayor acceso a la programación (educa, pluri tv) se mejorará la calidad de vida de la población.

- Con la participación de los adolescentes en la programación educativa (Ecuador Tv y Tc Televisión), contribuirá al buen vivir de la ciudad de Babahoyo.

### **2.2.3 Variables**

Variable independiente:

Medios audiovisuales Ecuador Tv y Tc Televisión

Variable dependiente:

Adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Babahoyo, padres de familia y profesionales.

## **CAPITULO III.-RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo se realiza una descripción y codificación de las variables seleccionadas para su respectivo análisis, aplicado a la población objetivo identificado como los estudiantes del Colegio Anexo de la Universidad Técnica de Babahoyo de 12 a 16 años, para establecer si la programación educativa establecida por Ecuador Tv y Tc Televisión influye en los valores de los adolescentes. Además, se presenta la forma y principios de selección de la muestra aleatoria necesaria para realizar el estudio.

Se utilizó una investigación de campo mediante encuesta a varios profesionales del medio local en la ciudad de Babahoyo para determinar la importancia de programación educativa para los adolescentes y su influencia en los valores de los mismos.

Y para finalizar una encuesta a diez padres de familias tomados de manera aleatorios para determinar su influencia en el consumo de ciertos contenidos en los adolescentes.



### 3.1.1 Prueba estadística aplicada a la verificación de la hipótesis

#### POBLACIÓN

Con la finalidad de obtener resultados verídicos y confiables, en la presente investigación toma en consideración la población que se encuentra en un rango de edad de 12 a 16 años de los alumnos de Octavo A de básica y Primero de Bachillerato B del Colegio Anexo de la Universidad Técnica de Babahoyo, 10 padres de familia y 10 Comunicadores profesionales.

Tabla 1 Población y muestra de investigación

PERSONAS	NÚMERO	TÉCNICA
Población estudiantil	60	Encuestas
Padres de familia	10	Encuestas
Profesionales del medio	10	Encuestas

Realizado por Jenny Albán

#### MUESTRA

Como se trata de dos paralelos, la muestra se la obtuvo de la selección directa. Se tomó a 15 estudiantes por paralelo, 10 padres de familia que componen dicho plantel educativo. Además de 10 Comunicadores Sociales.

### **3.1.2 Análisis e interpretación de datos**

Los medios de comunicación del país debido a la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en 2013 tienen la obligación de promover contenidos que impulsen valores, educación y cultura a todos los ciudadanos tal como lo explica el siguiente artículo:

Art.- 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

De este modo revisando la parrilla de Ecuador Tv y Tc televisión encontramos que cumplen con este parámetro fundamental de contenidos en medios donde promueven el desarrollo de valores a través de programación educativa y cultural.

Ecuador Tv o Televisión Pública (ECTV)



Ilustración 1 Logo ECTV

Es un medio de comunicación de servicio público, actualmente se encuentra en el canal 7 en todo el país, se caracteriza por intentar manejar programación con una serie de programas que intenta educar a los televidentes.

En una entrevista para el diario El Comercio en 2010, Marcelo del Pozo, director de programación y producción, catalogó a Ecuador TV “cataloga a Ecuador TV como una estación de entretenimiento cultural”.

Tabla 2 Programación Ecuador TV

PROGRAMACIÓN ECUADOR TV DE PROGRAMAS EDUCATIVOS Y CULTURALES		
Lunes	Martes	Miércoles
15:30:00	15:30:00	15:30:00
EDUCA 2012 - 2013	EDUCA 2012 - 2013	EDUCA 2012 - 2013
Jueves	Viernes	Sábado
15:30:00	15:30:00	7:30:00
EDUCA 2012 - 2013	EDUCA 2012 - 2013	PLURI INTERCULTURAL TV2
	Domingo	
	6:00:00	
	EDUCA 2012 - 2013	

Fuente: [www.tctelevisión.com](http://www.tctelevisión.com)

Realizado por Jenny Albán

Tc Televisión



Ilustración 2 Logo de TC

Es uno de los principales medios de comunicación del país, comenzó sus transmisiones en el año 1968 por el empresario Ismael Pérez Perasso.

La misión del canal según su portal web [www.tctelevisión.com](http://www.tctelevisión.com) es: “Satisfacer las necesidades de información, entretenimiento de las amas de casa y otras audiencias, con personal calificado, ético y creativo, con solidez responsabilidad financiera”.

Y podemos observar en su programación que cumple también con lo predispuesto por la Ley Orgánica de comunicación de dedicar más de media hora a programación cultural y educativa.

Tabla 3 Programación de Tc Televisión

PROGRAMACIÓN TC TELEVISIÓN DE PROGRAMAS EDUCATIVOS Y CULTURALES		
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES
6:00:00	11:00:00	11:00:00
EDUCA 2012 - 2013	PLURI INTERCULTURAL TV2	PLURI TV2 INTERCULTURAL
12:37:00	15:30:00	15:30:00
PLURI INTERCULTURAL TV2	EDUCA 2012 – 2013	EDUCA 2012 – 2013
	23:30:00	23:30:00
	PLURI INTERCULTURAL TV2	PLURI TV2 INTERCULTURAL
JUEVES	VIERNES	SÁBADO
11:00:00	11:00:00	6:00:00
PLURI INTERCULTURAL TV2	PLURI INTERCULTURAL TV2	EDUCA 2012 – 2013
15:30:00	15:30:00	7:30:00
EDUCA 2012 - 2013	EDUCA 2012 – 2013	PLURI TV2 INTERCULTURAL
23:30:00	23:30:00	
PLURI INTERCULTURAL TV2	PLURI INTERCULTURAL TV2	
	DOMINGO	
	6:00:00	
	EDUCA 2012 – 2013	
	12:37:00	
	PLURI INTERCULTURAL TV2	

Realizado por Jenny Albán

## Análisis de datos

El 67% de los estudiantes encuestados conoce sobre la programación de Ecuador Tv y Televisión. Esto quiere decir que las marcas televisivas están latentes en la memoria de los adolescentes, pero al preguntar descripción sobre alguna programación que recuerden no lograron hacerlo.

El 63% confirma no conocer sobre estos programas con contenidos, educativos, sociales y culturales, mientras que el 37% menciona conocerlos. A pesar de ser

Programación que está en la pantalla en distintos horarios hay adolescentes que no le prestan atención o consumen otro tipo de información, o simplemente ya no consumen televisión por estar en sus celulares.

El 73% de los estudiantes que han visto estas dos programaciones la catalogan como aburrida, el 18% Interesante y el 9% Educativa. Se puede analizar que pocos son los encuestados que consideran educativa un contenido que es precisamente para eso. ¿Qué está fallando?

Estas cifras reflejan el contenido televisivo que prefieren los adolescentes de 12 a 16 años del Colegio Anexo de la Universidad Técnica de Babahoyo: el 27 % programas deportivos en especial de fútbol, el 23% Series como la Rosa de Guadalupe, 17% programas de farándula, el 13 % Noticias y con 10% respectivamente programas musicales, con programas educativos y culturales.

Que los adolescentes consuman fútbol no es solo de ellos, también las masas lo hacen así que va de la mano. Si en la casa consume cierta programación los niños y adolescentes seguirán esos ejemplos. Otro factor importante es que los adolescentes

observan series como la Rosa de Guadalupe con contenidos de “realidades sociales” y las televisoras lo pasan en horarios no aptos para niños o adolescentes lo que hace que se consuman este material y los jóvenes en lugar de concientizar hagan lo que dicen dichas series, al no tener una guía adecuada. Solo el 10 % indica consumir programas educativos y culturales.

El 40% de los padres de familias encuestados no está pendiente de los que sus hijos ven en la televisión lo que provoca que los adolescentes miren contenido muchas veces no aptos para su edad y los vuelve vulnerables a adquirir nuevas costumbres o desechar valores primordiales como el respeto, responsabilidad y lealtad. Mientras el 40% de los padres dice que sí están pendientes.

El 90 % de los padres de familia NO canalizan la información que sus hijos ven en la televisión una vez más marcando la vulnerabilidad que se encuentran constantemente. El 10 % indican que sí. De acuerdo a las encuestas realizadas a los profesionales.

Los profesionales encuestados de los distintos medios de comunicación de la ciudad de Babahoyo, coinciden en un 80% que esos programas no influyen en el comportamiento de los adolescentes. Entre los motivos mencionan que “son muy lineales” no existe interacción con ellos, en el caso de Educa Tv y Pluri Tv tienen un formato predeterminado, que no permite retroalimentación con las personas que lo ven. Solo muestran información, pero no saben si causa impacto en ellos. Mientras que el 20% menciona que si influyen.

El 70 % de los profesionales en Comunicación encuestados indican que el contenido cultural y educativo es muestra por obligación que por compromiso social.



Entre los factores indican que la televisión actualmente se mueve con fines económicos y lastimosamente un programa con determinad horario determinado por obligación hace que ellos pierdan dinero.

El 30 % coinciden en el compromiso social y mencionan que en el caso de Ecuador Tv al ser televisión pública es normal generar contenidos educativo y cultural, mientras que Tc Televisión tuvo que adaptarse a la ley, pero tenía una imagen establecida como ayudante permanente de la sociedad.

El 50% de los encuestados indican que se debe mejorar los contenidos de los programas culturales y educativos, mientras que el otro 50% apostaría por programas educativos adaptándose a las nuevas tendencias tecnológicas.

En este entorno se podría dejar sentado que realizando programas educativos-culturales más llamativos se captaría la atención de los adolescentes de 12 a 16 años que actualmente pasan en el boom de las redes sociales por entretenimiento, y ha desplazado en ese aspecto a la televisión y no precisamente por educación.

CUADROS ESTADÍSTICOS SEGÚN ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO A BÁSICO Y PRIMERO B DE BACHILLERATO DEL COLEGIO ANEXO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, LOS RÍOS

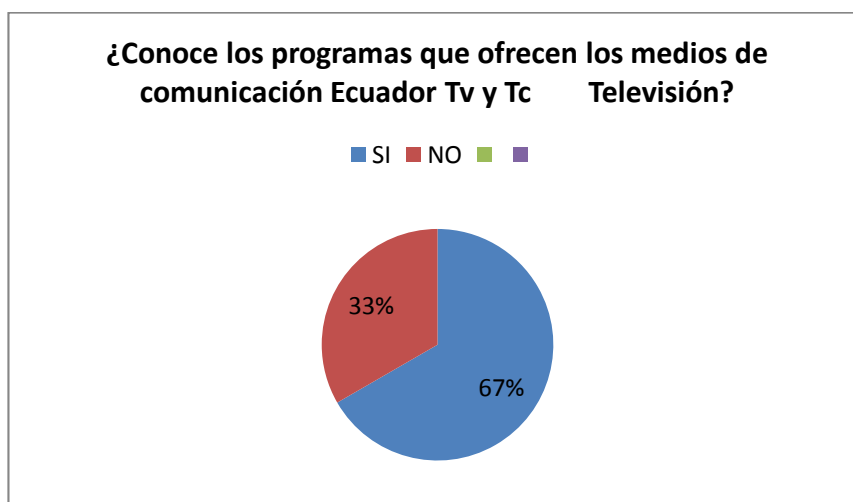
¿Conoce los programas que ofrecen los medios de comunicación Ecuador Tv y Tc Televisión?

TABLA 3- 1 CONOCIMIENTO DE PROGRAMACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	20	67%
No	10	33%
TOTAL	30	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes  
ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

GRÁFICO 3- 1 CONOCIMIENTO DE PROGRAMACIÓN



ANÁLISIS

De los 30 estudiantes encuestados, 20 respondieron que conocen la programación de los medios de comunicación de Ecuador Tv y Tc Televisión y 10 que no la conocen.

## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El 67% de los estudiantes encuestados conoce sobre la programación de Ecuador Tv y Televisión. Esto quiere decir que las marcas televisivas están latentes en la memoria de los adolescentes, pero al preguntar descripción sobre alguna programación que recuerden no lograron hacerlo.

CUADROS ESTADÍSTICOS SEGÚN ENCUESTAS APLICADAS A LOS PADRES DE FAMILIA, DEL OCTAVO “A” BÁSICO Y PRIMERO “B” DE BACHILLERATO DEL COLEGIO ANEXO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, LOS RÍOS.

¿Está pendiente de la programación que consume sus hijos en la televisión?

TABLA 3- 2 VIGILA LA PROGRAMACIÓN DE SUS HIJOS

ALTERNATIVAS	FRECUEN CIA	PORCENT AJE
SÍ	6	60%
NO	4	40%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a padres de familia  
ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

GRÁFICO 3- 2 VIGILA LA PROGRAMACIÓN DE SUS HIJOS



## ANÁLISIS

De los 10 padres encuestados, seis supervisa la programación que consumen sus hijos, mientras cuatro no lo hace.

## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El 40% de los padres de familias encuestados no está pendiente de los que sus hijos ven en la televisión lo que provoca que los adolescentes miren contenido muchas veces no aptos para su edad y los vuelve vulnerables a adquirir nuevas costumbres o desechar valores primordiales como el respeto, responsabilidad y lealtad. Mientras el 40% de los padres dice que sí están pendientes.

CUADROS ESTADÍSTICOS SEGÚN ENCUESTAS APLICADAS A COMUNICADORES SOCIALES DEL MEDIO EN BABAHOYO, LOS RÍOS.

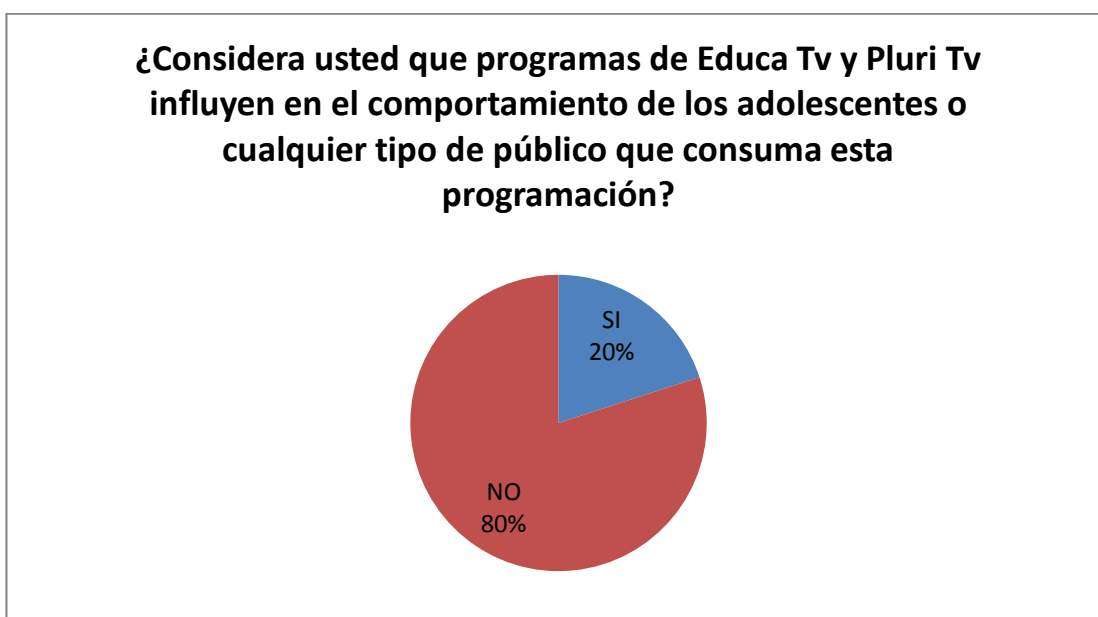
¿Considera usted que programas de Educa Tv y Pluri Tv influyen en el comportamiento de los adolescentes o cualquier tipo de público que consuma esta programación?

TABLA 3- 3 INFLUENCIA DE PROGRAMAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	2	20%
NO	8	80%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a profesionales  
ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

GRÁFICO 3- 3 APORTAN EN CONOCIMIENTO LOS PROGRAMAS



## ANÁLISIS

De los 10 Comunicadores Sociales encuestados, 8 indicaron que consideran que los programas de Educa Tv y Pluri Tv no influyen en el comportamiento de los adolescentes o cualquier tipo de público que consuma este tipo de contenido. Mientras dos indicaron que sí influyen.

## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los profesionales encuestados de los distintos medios de comunicación de la ciudad de Babahoyo, coinciden en un 80% que esos programas no influyen en el comportamiento de los adolescentes. Entre los motivos mencionan que “son muy lineales” no existe interacción con ellos, en el caso de Educa Tv y Pluri Tv tienen un formato predeterminado, que no permite retroalimentación con las personas que lo ven. Solo muestran información, pero no saben si causa impacto en ellos. Mientras que el 20% menciona que si influyen.

## 3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

### 3.2.1 Específicas

- ❖ Ecuador Tv, es reconocido por mostrar contenidos educativos y culturales. Mientras Tc Televisión ha sido icono de la televisión ecuatoriana en cuanto a la generación de noticias. Pero, desde que se aprobó la actual Ley Orgánica de Comunicación, todos los medios tienen que dedicar un espacio en su parrilla a estos temas importantes para el desarrollo de país, revisando la parrilla ambos cumplen con este propósito, pero hay un total desinterés por el público objetivo en Babahoyo.
- ❖ El 27% de los adolescentes de 12 a 16 años del Colegio Anexo de la Universidad Técnica de Babahoyo manifiestan que prefieren ver programas deportivos que educativo o cultural.
- ❖ Los adolescentes confirman que todo lo que consumen en la televisión puede influir en su comportamiento y valores, porque creen en todo lo que les dice este medio de comunicación.
- ❖ El 90% de los padres de familia asienten no supervisar el tipo de contenidos que los adolescentes ven en su televisión. Reflejando una amplia brecha entre padres e hijos, sobre las decisiones de contenidos que quieren consumir. Para los Comunicadores Sociales mostrar un mejor programa educativo y cultural adaptado a las nuevas tecnologías podría captar la atención de los adolescentes.



### 3.2.2 General

Amparado en lo que la Ley de Comunicación manifiesta, los medios de comunicación investigados cumplen la disposición impuesta de mantener dentro de su programación contenidos de índole educativo, lo cual efectivamente se pudo comprobar con la presentación de programas didácticos, sin embargo, los productos audiovisuales investigados, EDUCA y PLURITV presentan un contenido que no refiere directamente al grupo de jóvenes de 12 a 16 años sino más bien se trata de un contenido más abierto a toda la audiencia en un contexto que no atrae la atención de los menores en ese rango de edad.

Siendo así, en el aspecto netamente legal, ambos medios de comunicación cumplen con la obligación de propender espacios didácticos y con mensaje educativo, sin embargo los contenidos que se presentan no estimulan a la audiencia de tal manera que puedan hacer un seguimiento constante de esta programación, sumado a las otras opciones que tienen disponibles que fundamentalmente corresponden al espacio de entretenimiento hacen que la intención de que los espacios educativos en la televisión sean consumidos por los jóvenes a los cuales está dirigido es escaso al menos en el grupo humano estudiado.

Por otra parte, siendo los menores quienes deciden qué y cuándo es lo que desean ver, como lo demuestran las encuestas, también se evidencia que los responsables de estos menores no tienen la preocupación ni la intención de verificar que clase de programación ven sus hijos por lo que se concluye que la influencia que producen los programas educativos de Tc Televisión y Ecuador Tv en los adolescentes de 12 a 16 de la ciudad de Babahoyo es mínima.

Como conclusión en esta investigación se evidenció la falta de interés de los adolescentes en la visualización de programas de interés cultural y educativo como son Pluriv y Educa. Programas con contenidos motivantes, culturales y educativos que son de gran importancia ya que contribuyen al desarrollo y formación del adolescente.

### **3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

#### **3.3.1 Específicas**

- Ecuador Tv y Tc Televisión podrían mejorar la calidad de sus contenidos, crear escenas de actuación con mejores artistas, y replicar educación y cultura a través de sus redes sociales, para poder llegar de una manera más entretenida a los adolescentes.

- Que los padres de familia controlen lo que sus hijos ven en la televisión e inculcar el contenido educativo y cultural en sus hijos para ir erradicando esa falta de información entre la población.

- Los jóvenes son conscientes de que la televisión influye en el momento de realizar alguna actividad o recabar tendencias impuestas por este medio, por eso es indispensable que las instituciones y padres de familia fomenten el consumo de televisión educativa.

### **3.3.2 Generales**

Se recomienda que los medios de comunicación dentro de sus planes de programación refuercen la investigación de cómo estos productos audiovisuales están siendo asimilados por las audiencias a las cuales va dirigido, si bien es cierto, esta programación nace de una obligación legal, es importante recordar que estos medios de comunicación son parte del Estado y su función debe de ser el promover y mejorar las condiciones de vida más allá del lucro, sin embargo, no hay que olvidar que si estos programas no cumplen su objetivo de llegar a los jóvenes, se debería de tomar una decisión: o mejorar estos programas para que sean realmente asimilados por las audiencias a las que están dirigidas o crear nuevos espacios para que los jóvenes realmente se sientan identificados y puedan tener una empatía suficiente que garanticen una audiencia constante de los jóvenes al menos, de la ciudad de Babahoyo.

Se pretende realizar un programa televisivo educativo y cultural para de esta manera fomentar el interés de los adolescentes en informarse y sintonizar programas con valor educativo y con beneficios a la formación del adolescente.

## **CAPÍTULO IV.-PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN**

### **4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS**

De la tabulación e interpretación de los resultados de las encuestas; de los alumnos, padres de familias del Colegio Anexo de la Universidad Técnica de Babahoyo y profesionales del medio local. Se establece la importancia de tener un programa educativo y cultural entretenido para captar la atención de los adolescentes.

#### **4.1.1 Alternativa obtenida**

Diseño de un programa televisivo Educativo y Cultural para fomentar el interés en los adolescentes de 12 a 16 años sobre estos temas de la manera más dinámica.

#### **4.1.2 Alcance de la alternativa**

El alcance de nuestra alternativa es primero a todos los adolescentes Colegio Anexo de la Universidad Técnica de Babahoyo, luego expandirlo a nivel institucional local.

### **4.1.3 Aspectos básicos de la alternativa**

Hoy en día el tema educativo y cultural genera poco interés, por lo que a través de un programa con esas características además de entretenido y dinámico genere impacto no sólo en los adolescentes sino a cualquier persona que lo vea

#### ***4.1.3.1 Antecedentes***

En la actualidad los programas que transmite la televisión ecuatoriana, se enfocan más en entretener al televidente que en culturizar o enseñar valores, es por ello que surge la necesidad de realizar un análisis profundo sobre la influencia de los medios audiovisuales Ecuador Tv y Tc Televisión en los adolescentes de 12 a 16 años de la ciudad de Babahoyo. Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), señala que los ecuatorianos dedican, en promedio, una hora al día para pasar con su familia.

Esto factor desata que los adolescentes al no sentirse cuidados se refugien horas de horas en ver televisión o pasar en redes sociales viendo contenidos que no aportan para su desarrollo personal.

Actualmente la televisión ecuatoriana tiene contenidos más para entretener que para educar por ejemplo Calle 7, programas de farándula a los cuales se les dedica más de horas al aire y no se ven programas culturales o educativos con esa misma cantidad de tiempo. “La televisión en el Ecuador es una basura”

Esa son las palabras de Freddy Ehlers, titular de la Secretaría del Buen Vivir, quien además tiene una experiencia de más de 20 años en medios de comunicación y fue el mentalizador y productor de “La TV” un programa con importante contenido cultural que el mismo autofinanciaba.

Esto nos demuestra que los adolescentes son más vulnerables y fáciles de dejarse influenciar por los diferentes tipos de programa.

A pesar que los adolescentes son un punto fácil para captar la atención de los medios audiovisuales. También radica en el poco tiempo que los padres de familia dedican más a sus hijos, sea el motivo por trabajo, estudio, o alguna otra ocupación.

En una entrevista para diario EL UNIVERSO Ehlers, menciona que en Ecuador debe haber una mayor conciencia sobre temas que ayuden al crecimiento de la sociedad y no solo hacer programas por rating, para él la televisión en Ecuador es una basura y que los medios de comunicación tienen mucha responsabilidad del desarrollo del país.

Son varios los estudios y programas que se han creado para fomentar el interés educativo y cultural en las personas. Para este trabajo se ha tomado como referencia el piloto de un espacio televisivo de comunicadores de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Politécnica Salesiana en Cuenca.

El nombre de su piloto fue “Ovación Juvenil” donde mostraron las expresiones culturales realizadas por jóvenes, en distintos campos como: teatro, cine, pintura tecnología, proyectos, turismo y expresiones urbanas las mismas que mostraban la esencia de Cuenca. (León Cabrera & Muñoz Arévalo , 2010)

Esta idea va de la mano con lo que se desea, no solo mostrar la parte de la educación y cultura en general sino motivar a que los jóvenes se expresen y les interese participar con el tema que más le apasione.

#### ***4.1.3.2 Justificación***

En el Ecuador actualmente, los padres de familia dedican la mayor parte del tiempo a sus diversas ocupaciones, motivo por el cual dejan a sus hijos como únicos responsables de sus actividades durante el día, tiempo en el que dedican no a realizar sus actividades escolares, sino a ponerle la mayor parte de atención a los programas de entretenimiento que brindan los medios audiovisuales, pues esto atenta contra las actividades físicas, psicológicas y emocionales especialmente entre los adolescentes de 12 a 16 años.

Según una encuesta realizada por la Universidad Tecnológica Indoamérica, levantada en el 2013 en Quito, reveló que los jóvenes de entre 12 y 18 años dedican por día, en promedio, 7 horas con 50 minutos a ver la televisión, usar el ordenador y las consolas de videojuegos, escuchar música y hablar o chatear por el teléfono.

Estas cifras reflejan como el inadecuado uso de las tecnologías debilitan los lazos familiares, los jóvenes pasan muchas horas por ejemplo frente del televisor viendo contenidos sin ningún tipo de restricción.

No se puede esperar que el interés de los adolescentes aumente por contenidos educativos y culturales sino existe la necesidad de trabajar en erradicar esta problemática por parte de las instituciones educativas, padres de familia y de todos los ciudadanos en general.

Como todos sabemos que todos los programas de televisión comienzan con un concepto, es decir conocer la idea sobre lo que va a tratar dicho espacio, en la cual debemos entrar con nuevos periodistas y plantear la idea de orientar a nuestros jóvenes con programas que sumen para su vida.

Por lo tanto, esta propuesta es con la intención de dejar sembrado una semilla en la Escuela de Comunicación, para ser portavoces de las necesidades latentes de todas las personas de nuestra ciudad. Crear un programa donde se muestre actividades que sirvan para el desarrollo de los adolescentes y que además toda la colectividad participe para ser más educados y cultos, respetando las distintas ideologías artísticas mostradas en cada segmento.

Con estudiantes y personas que consuman programas educativos y culturales se logrará erradicar problemas sociales como la adicción a las drogas, consumo de televisión basura, bullying, etc.



## **4.2.2 Objetivos**

### ***4.2.2.1 General***

Crear un guion de un programa Televisivo Educativo-Cultural que sea dinámico y entretenido para los adolescentes y público en general.

### ***4.2.2.2 Específicos***

- Elaborar un programa que genere el interés en el ámbito Educativo y Cultural.
- Coordinar información cultural entretenida para cambiar la parte negativa que se tiene sobre el tema.
- Impartir un programa de inclusión donde todos los adolescentes puedan generar ideas sobre cualquier tipo de tema Educativo y Cultural.

### **4.3.3 Estructura general de la Propuesta**

Conformación de equipo de trabajo para el futuro programa de tv “educando y culturizando”

Se necesita de talento profesional para llevar este gran proyecto en marcha:

Director. - Encargado de dirigir y orientar el trabajo que se va a realizar.

Productor. - Es el encargado de la parte administrativa del proyecto y vigilar el contenido del proyecto

Camarógrafo. -Su trabajo es muy importante porque a más de grabar se encarga de impregnar los mejores planos en la pantalla.

Editor. - Es como un periodista encargado de producción de contenido y otorga sentido a la historia o producto que se quiere contar a través de un espacio.

Sonidista. -Ambientará con sonidos adecuados el programa audiovisual. Sonidos, silencios y efectos darán el toque adecuado a la producción

TABLA 3- 4 TALENTO HUMANO

TALENTO HUMANO PARA REALIZAR PROGRAMA DE TV EDUCATIVO Y CULTURAL	
DIRECTOR	Jenny Marcela Albán Galeas 1
PRODUCTOR	Jenny Marcela Albán Galeas 1
CAMARÓGRAFOS	CONTRATAR 2
EDITOR Y SONIDISTAS	CONTRATAR 2

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

## FACTIBILIDAD DEL PROGRAMA

Analizando canal C6 de la ciudad de Bahahoyo su contenido es netamente de entretenimiento y noticioso. La ventaja que se tiene es que con el guion listo se propone trabajar en el área de educación y cultura, fomentando la variedad de contenido en los medios locales, porque al darse oportunidad de mostrar el arte y la cultura de nuestra ciudad se explota un público objetivo al que no le está llegando la información adecuadamente.

Aprovechar que los medios de la capital fluminense usan la tecnología para replicar toda la información posible, lo que hace 90% factible que lleguemos al público objetivo que son los adolescentes de las instituciones educativas locales y por qué no provinciales.

Además de la oportunidad de retroalimentación que tendrán los adolescentes al poder interactuar constantemente con todos los temas educativos y culturales a tratar. Esto sería un gran camino para que mostrando un programa de calidad las instituciones muestren interés y colaboren de manera económica para que este perdure.

A continuación, detallaremos los conceptos de lo que se a emitir en cada semana del primer mes.

Primera semana

¿Conoce los peligros de estar muchas horas en internet? Dolores de espalda y columna

Ojos irritados o secos.

Dolores en las muñecas y piernas entres otros que al largo afectan a nuestra salud.

Valores: Responsabilidad Social.

Se refiere a un cargo, compromiso o responsabilidad que tiene el individuo con la sociedad.

Palabra cultura.

Es el arte, conocimientos, las creencias, la ley, la moral y las diferentes costumbres. Además, su estructura se compone en:

Cultura Física: Son las diferentes rutinas de ejercicio que sirve para el bienestar del cuerpo y alma.

Cultura Organizacional. Son un conjunto de personas que componen reglas, valores y costumbres.

Cultura Política: Se refiere a la vida política de actos de poder y autoridad.  
Cultura Clásico: Diferentes conceptos políticos, religiosos, social, e artístico.

## Semana 2

¿Primeros exponentes de la música nacional?

Unos de los más importantes exponentes de la música son: Julio Jaramillo, y Olga Gutiérrez en el cual destacaremos su trayectoria.

## Valores Lealtad

Consiste en nunca darle la espalda a determinada o grupo social que están unidos por lazos de amistad o por alguna relación social.

## Palabra Arte

Son los diferentes talentos realizado por el ser humano con la finalidad estética y también comunicativa, en el cual se expresan ideas, emociones o, en general, una visión del mundo.

Entrevista: Artista reconocido por sus habilidades artísticas. ¿Cómo descubrió sus talentos de ser artista?

## Semana 3

Entrevista. Pintor reconocido de la ciudad. ¿Desde cuándo empezó su carrera profesional? Valores Respeto

Valorar a los demás con defectos y virtudes.

Elaboración de un reportaje donde se apreciará los temas que pre prefieren hacer en la actualidad.

Semana 4

Se analizará que hacen las instituciones públicas para fomentar la educación y la cultura. Y para culminar se tratará sobre el tema de honestidad, y espiritualidad, para aplicar a nuestras vidas como factor fundamental para tener la paz.

#### ESTRUCTURA DEL GUIÓN LITERARIO

A través de este guion se mostrará las actividades a realizar en el programa: escenas, protagonistas y eventos de la manera más descriptiva.

TABLA 3- 5 DESCRIPCIÓN DEL GUIÓN PARTE 1

1	DESCRIPCION GENERAL
TITULO	EDUCANDO Y CULTURIZANDO EN BABAHOYO
GÉNERO	EDUCATIVO-CULTURAL
FORMATO	AUDIOVISUAL
DURACION	30 MINUTOS
REALIZADOR	Jenny Marcela Albán Galeas
PRODUCTOR	Jenny Marcela Albán Galeas

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas



TABLA 3- 1 DESCRIPCIÓN DEL GUIÓN PARTE 2

SEGMENTO	OBJETIVO	CONTENIDO	ESTRATEGIA	COLABORADORES	TIEMPO
Presentación	Contener en un espacio de 30 minutos, todos los contenidos necesarios para que los jóvenes conozcan los riesgos que se presentan al momento de hacer uso del internet.	Saludo por parte de la presentadora seleccionada: Perfil carismática y educada.	Imágenes de los lugares atractivos de la ciudad de Babahoyo para fomentar lo nuestro.	Edición y sonidista	3m
Tema del día		¿Conoce los peligros de estar muchas horas en internet?	Testimonio de padre, su hijo fue víctima de acoso sexual por internet/Además de trabajo audiovisual con imágenes del tema.	Trabajo del Productor /edición/sonidista	4m
Información		Números de teléfonos de instituciones pertinentes, y hacer un llamado a los padres de familia para que tomen atención cuando los jóvenes están extraños	Imágenes con el detalle de # y con voz en off de un colaborador.	Productor/Edición n/Sonidista	2m
Publicidad		Publicitar negocios e instituciones públicas	Cápsulas audiovisuales en cada comercial.	contenido audiovisual producido	4m
Análisis y conclusión		La presentadora finaliza el tema y da paso al siguiente segmento	Música nacional cultural.	sonido e plano medio de la presentadora	2m

El Valor del día		Responsabilidad Social	Invitar a 5 alumnos de las distintas instituciones y socializar el tema.	Productor/Edición/Sonidista	5m
Publicidad		Publicitar negocios e instituciones públicas	Cápsulas audiovisuales en cada comercial.	Contenido audiovisual producido	4'30
Análisis y conclusión		Cada alumno tiene que dar su conclusión final sobre "Responsabilidad"	Imágenes sobre Responsabilidad social.	Productor/Edición/Sonidista	2'30m
Información		Palabra Cultura	Preguntar a estudiantes de las distintas instituciones.	Productor/Edición/Sonidista	1m
Final del programa		¿Cómo proteger nuestros datos personales en internet?	Entrevista con un técnico.	Productor/Edición/Sonidista	2'00m
				<b>TOTAL</b>	<b>30m</b>

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

## ESCENOGRAFÍA

TABLA 3- 7 ESCENOGRAFÍA

ESCENOGRAFÍA PROGRAMA	PRIMER LOCACIONES PRIMER PROGRAMA	GESTIÓN
Por temas de presupuesto conviene utilizar varias locaciones de la capital fluminense.	Malecón de la ciudad en la plaza del artista o Salón de la Ciudad.	Productor/Permisos de lugares públicos por parte de las instituciones Correspondientes.

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

TABLA 3- 8 PRESUPUESTO TÉCNICO

EQUIPO TÉCNICO			
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR	OBSERVACIÓN
Contratación de servicios de Producción audiovisual: dos cámaras, editora, 2micrófonos, 1 corbatero, 1 consola, 1 impresora, 100 hojas.	1	\$ 3.000	Se realizará varias cotizaciones para elegir la más convenientes
	TOTAL	\$ 3.000	

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

TABLA 3- 9 PRESUPUESTO TALENTO HUMANO

TALENTO HUMANO			
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR	OBSERVACIÓN
Presentador/ presentadora/presentadores	1	\$ 150	Se realizará un casting para elegir a la persona que tenga el perfil de educadora y Carismática. En el momento se decidirá si va uno o dos.
	TOTAL	\$ 150	Por programa

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

TABLA 3- 10 GASTOS VARIOS

VARIOS			
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR	OBSERVACIÓN
Transporte de los invitados	5 a 10 personas	\$ 100	Los valores aumentarán o disminuirán depende de los invitados del día
Transporte de equipos	1	\$ 100	
Transporte del personal	1	\$ 50	
Alimentación equipo de producción	4	\$ 10	
	TOTAL	\$ 260	

ELABORADO POR

Jenny Marcela Albán Galeas

TABLA 3- 11 TOTAL DE GASTOS EN EL PROGRAMA

<b>TOTAL, DE GASTOS DEL PROGRAMA EDUCATIVO</b>	<b>\$ 3.410</b>
--	-----------------

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

#### CRONOGRAMA DE PROGRAMACIÓN MENSUAL

Se ha establecido un cronograma de contenidos por un mes y tendrá modificaciones dependiendo del presupuesto. Entre más publicidad y apoyo de las diferentes instituciones más programación se irá proyectando mes a mes.

TABLA 3- 12

CRONOGRAMA DE PROGRAMACIÓN POR UN MES

CRONOGRAMA DE PROGRAMAS	TEMAS	LOCACIÓN /AUTORES
PRIMERA SEMANA	¿Conoce los peligros de estar muchas horas en internet?	Malecón
	Valores: Responsabilidad Social	Adolescentes, padres de familia
	Palabra: Cultura	Adolescentes, padres de familia
SEGUNDA SEMANA	¿Primeros exponentes de la música nacional?	Casa de la Cultura
	Valores: Lealtad	Adolescentes, padres de familia
	Palabra: Arte	Personalidades del medio



TERCERA SEMANA	Entrevista: Pintor reconocido de la ciudad.	Presentador/Entrevista
	Valores: Respeto	Adolescentes, padres de familia
	Reportaje sobre lo que los adolescentes prefieren hacer en la actualidad	Producción
CUARTA SEMANA	¿Qué hacen las instituciones públicas para fomentar la educación y la cultura?	Reportaje con las principales autoridades de la ciudad
	Debate con los adolescentes sobre proyectos culturales que deseen ejecutar	Estudiantes de unidades educativas interesadas
	Palabra: Espiritualidad	Personalidades del medio y adolescentes
	Valores: Honestidad	Adolescentes, padres de familia

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

## PUBLICIDAD

Para llegar a la audiencia y poder conseguir publicidades se hará una rueda de prensa con los principales medios de comunicación de Babahoyo para así replicar el objetivo de nuestro programa Educativo Cultural y llamar la atención de las principales instituciones públicas o privadas, fundamentalmente por la necesidad que tienen las entidades públicas en promover los derechos descritos en la Constitución y el Plan Nacional del Buen Vivir.

Los medios de comunicación de la ciudad se manejan con la publicidad de grandes empresas y de instituciones como la Alcaldía, Prefectura y otras carteras de estado. Al ser un programa educativo será 80% factible conseguir el apoyo de muchas empresas.

Además, que el plus en nuestra programación será diferenciarse de la habitual, existen también en la ciudad negocios que tienen entre sus principales consumidores a los jóvenes, segmento al cual va dirigido este espacio y que no tienen capacidad de promocionarse en los medios de comunicación nacionales.

### ***4.3.3.1 Título***

Guion de un programa Televisivo Educativo-Cultural que sea dinámico y entretenido para los adolescentes y público en general.

#### ***4.3.3.2 Componentes***

Equipo de trabajo

Factibilidad del programa

Descripción del Guion

Escenografía

Presupuesto

Cronograma de contenidos por un mes

#### **4.4 RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA**

Con esta alternativa se espera que los índices de interés por programas educativos y culturales incrementen de manera positiva en los adolescentes, sobre todo involucrando a las instituciones educativas y padres de familias. Con este formato dinámico y entretenido llegar a los hogares impartiendo arte, valores, palabras nuevas a nuestro vocabulario y una conexión más cercana con las familias.

Creando conciencia a los medios de comunicación y quienes emiten las noticias,. Directores de programas la importancia e influencia que tiene su contenido en la formación del adolescente y de la juventud en general.

Este proyecto también pretende dar conocimiento a los nuevos profesional en Comunicación social de crear programas con valor formativo y no simplemente producir programas de entreteniendo sino más bien de crecimiento y desarrollo ya sea intelectual o espiritual.

## BIBLIOGRAFÍA

ALOMÍA PÁNCHEZ, M. (06 de 2014). “LOS PROGRAMAS INFANTILES TRANSMITIDOS POR TELEVISIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOAFECTIVO DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE PREPARATORIA, Recuperado el 25 de 08 de 2016, de PRIMER GRADO DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA

DE LA ESCUELA “GENERAL JUAN LAVALLE” DE LA CIUDAD DE

RIOBAMBA. PERÍODO LECTIVO 2013-2014:

<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/14428/1/TESIS%20FINAL%20MARIELENA%20ALOMIA.pdf>

Ariés, P. (1987). El niño y la vida familiar en el antiguo régimen. Madrid: Taurus.  
Asamblea Nacional. (2013). Ley de Organica de Comunicación. Quito - Ecuador: RegistroOficial.

Bakan, D. (1971). Adolescence in America: From Idea to Social Fact». Daedalus, 100(4). .

Boston: American Academy of Arts and Science. Batallán, G. (2011). Comentarios desde la antropología: ambigüedades entre el trasfondo relativista de la disciplina y los derechos universales. Madrid: Catarata.

Bueno, G. (2002). Etnocentrismo cultural, relativismo cultural y pluralismo cultural. Barcelona: El Catoblepas.

Congreso Nacional. (2003). Código de la Niñez y la Adolescencia. Quito: Registro Oficial. Dader, J. (02 de 06 de 2004). Estudio de los efectos de los medios de comunicación en la opinión pública. Recuperado el 24 de 08 de 2016, de [http://www.uv.es/guilopez/documentos/2\\_4-Efectos\\_de\\_los\\_medios\\_en\\_la\\_Opinion\\_Publica.pdf](http://www.uv.es/guilopez/documentos/2_4-Efectos_de_los_medios_en_la_Opinion_Publica.pdf)

Dader, J. L. (2000). Comunicación, Política y Periodismo. Madrid: UCM. Delval, J. (2012). La pubertad y la adolescencia. Mexico: UNAM.

Ecuador TV. (26 de 08 de 2016). Programacion. Recuperado el 24 de 08 de 2016, de <http://www.mediospublicos.ec/tags/programacion>

Flores, A. S. (2005). INFLUENCIA DE LOS PERSONAJES DE LA SERIE ANIMADA LAS

CHICAS SUPERPODEROSAS EN LAS IDENTIFICACIONES SEXUALES DE LAS ADOLESCENTES: INVESTIGACIÓN REALIZADA CON LAS ALUMNAS DE 12 AÑOS QUE ESTUDIAN EN EL COLEGIO NACIONAL POMASQUI DURA. Quito: PUCE.

González Amaya, M. (12 de 2011). GENERACIONES INTERACTIVAS, ESTUDIO EN NIÑOS Y JÓVENES FRENTE A LAS PANTALLAS, REALIZADO EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS: UNIDAD EDUCATIVA JEAN JACQUES

ROUSSEAU, UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR NUESTRA MADRE DE LA MERCED, COLEGIO SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS DE LA. Recuperado el 25 de 08 de 2016, de PROVINCIA DE PICHINCHA, EN EL AÑO 2011: [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2587/3/UTPL\\_Gonzalez\\_Amaya\\_Maria\\_Fernanda\\_371X2467.pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2587/3/UTPL_Gonzalez_Amaya_Maria_Fernanda_371X2467.pdf)

Gonzalez, A. (2002). Del relativismo cultural y otros relativismos. Barcelona: El Catoblepas.

González, O. (2002). El Enfoque Histórico-Cultural como fundamento de una concepción pedagógica. Tendencias Pedagógicas Contemporáneas. La Habana: CEPES.

Hall, S. (2012). La Adolescencia y la educación. Michigan: Conray.

Hermenejildo, H., & Barre, M. L. (2011). La televisión como medio de comunicación y su influencia en los embarazos precoces en adolescentes de 13 a 17 años de edad del cantón La Libertad provincia de Santa Elena, año 2011. UEPSE: La Libertad.

Hine, T. (2000). The Rise and Fall of the American Teenager. . New York: Perennial. INEC. (2010). [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec). Recuperado el 15 de 03 de 2015, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN>

&BASE=CENEC&MAIN=WebServerMain.inlIng.Piedra, N. (2008). CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL ECUADOR. Loja : Los Andes.ltda.

Isch, E. (07 de 06 de 2006). Medios de comunicación niñez y adolescencia. Recuperado el 25 de 08 de 2016, de [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:EQFoYHQq84oJ:gammaecuador.org/media/uploads/cyclope\\_old/adjuntos/Mediosdecomunicacionyninez-E\\_Isch-jun06.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:EQFoYHQq84oJ:gammaecuador.org/media/uploads/cyclope_old/adjuntos/Mediosdecomunicacionyninez-E_Isch-jun06.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec)



J.Watts, R. (2003). *Redes Sociales*. Cambridge: CUP. Jociles, I., France, A., & Poveda David. (2011). *Emografías de la infancia y de la adolescencia*. Madrid: Catarata.

Jociles, I., Franzé, A., & Poveda, D. (2011). *Etnografías de la infancia y de la adolescencia*. Madrid: Catarata. León Cabrera, H. S., & Muñoz Arévalo, C. X. (2010). <http://dspace.ups.edu.ec/>.

Recuperado el 20 de Noviembre de 2016, de Universidad Politécnica Salesiana :

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/301/9/UPS-CT001908.pdf>

Lino, A. R. (2012). *Medios de comunicación y estudiantes de colegios en la protección del medio ambiente en el cantón Jipijapa, como producto de la falta de concienciación en el cuidado de la limpieza de la ciudad*. Guayaquil: UG.

Lomonosov, B., & otros. (2006). *EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN EN*

PSICOLOGÍA. Reino Unido: GREEN.Lopez Quintana, F. (2004). La educación social especializada con personas en situación de conflicto social. Obtenido de [http://www.revistaeducacion.mec.es/re336/re336\\_04.pdf](http://www.revistaeducacion.mec.es/re336/re336_04.pdf)

Lozano, A. (2014). Teorías de Teorías sobre adolescencia. Última década, 11-36.  
Lucila Guerrero, M. (2007). La televisión; sus Ventajas y Desventajas. *Vitzazo*, 57.

Meza, R., Petit, A., & Lugo, F. (02 de Febrero de 2011). Medios Audiovisuales . *MisionSucre*, pág. 29.

Ministerio de Educación del Ecuador. (06 de 10 de 2014). EDUCA ganó la III Muestra Iberoamericana de Programas de Televisión Educativa, Cultural e Infantil. Recuperado el 25 de 08 de 2016, de <http://educacion.gob.ec/educa-gano-la-iii-muestra-iberoamericana-de-programas-de-television-educativa-cultural-e-infantil/>

Nacional., A. (2014). Constitución del Ecuador del 2014. Quito -Ecuador : Editorial AEN. Navarro Pou, D., Malo Cerrato, S., & Casas Aznar, F. (2012). El uso de los medios audiovisuales en la adolescencia y su relación con el bienestar subjetivo: Análisis cualitativo desde la perspectiva intergeneracional y de género *Athenea Digital*. *Revista de Pensamiento e Investigación Social*, vol.12, núm.3, pp 27-49. Obtenido de [www.redalyc.org/articulo.oa?id=53724611003](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53724611003)

Ojeda – Castañeda, G. (06 de 2000). La televisión educativa iberoamericana: Escenarios actuales y futuros. Recuperado el 25 de 08 de 2016 de <http://www2.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/taller-virtual-de-television/atei.pdf>

OMS. (21 de 11 de 1986). Carta de Otawa para la promoción de la salud. Recuperado el 22 de 08 de 2014, de <http://www.fmed.uba.ar/depto/toxico1/carta.pdf>

Orbe, L. A. (2012). La influencia de Facebook en las interacciones comunicativas de los adolescentes de 15-16 años del primer año de bachillerato. Quito: UCE.

Pazmiño, A. M. (2014). MEDIOS AUDIOVISUALES COMO RECURSO DIDÁCTICO PARA LA EDUCACIÓN SEXUAL DE LOS ADOLESCENTES DE 8VO AÑO DE LA ESCUELA DE UNIDAD BÁSICA COMPLETA “CARMEN SUCRE” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2013-2014. Guayaquil: UG.

Pichón, R. (2010). EL PROCESO GRUPAL DE PSICOANÁLISIS A LA PSICOLOGÍA Argentina: Paidós

Ponce, J. P. (15 de Mayo de 2014). Formación gerencial. Recuperado el 12 de Octubre de 2015, de Formación gerencial: <http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/>

Prieto, D. (2002). Derechos de la niñez: una tarea para padres y madres. Nederland: Plan Internacional.

Rey, F. G. (2006). Personalidad y Educación. La Habana: Pueblo y Educación.

Rilla, F. (2014). XI Convención sobre la Conservación de Especies Migratorias de Vida Silvestre de Naciones Unidas. Quito: NU.

Ruíz, M. (2009). La utilización educativa del vídeo en educación primaria. México: Trillas. Sandoval, C. (15 de Abril de 2015). elcomercio.com. Recuperado el 22 de Octubre de 2015, de elcomercio.com: <http://www.elcomercio.com/tendencias/facebook-redes-sociales-ecuador-inec-usuarios.html>Shure, M. (2012). La Psicología Soviética. Rusia: URS.

Szulc, A. (2006). Antropología y niñez: de la omisión a las 'culturas infantiles'. En Guillermo Wilde y Pablo Schamber (editores): Culturas, comunidades y procesos urbanos contemporáneos . Buenos Aires: SB.

Tc Televisión. (25 de 08 de 2016). Programación. Recuperado el 25. de 08 de 2016, de <http://www.tctelevision.com/programacion79>

Television, T. (14 de julio de 2002). Tc. Television . Recuperado el 11 de mayo de 2015, de Tc. Television : <http://www.tctelevision.com/programacion>

Tomas, A. (06 de 2009). Medios audiovisuales en el aula. Recuperado el 25 de 08 de 2016, de [http://online.aliat.edu.mx/Desarrollo/Maestria/TecEducV2/Sesion5/txt/ANTONIO\\_ADAME\\_TOMAS01.pdf](http://online.aliat.edu.mx/Desarrollo/Maestria/TecEducV2/Sesion5/txt/ANTONIO_ADAME_TOMAS01.pdf)

UNESCO. (1983). Impacto de la televisión educativa en la infancia. Recuperado el 25 de 08 de 2016, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001340/134097so.pdf>

Yarisa Dominguez Ayllón . (2003). Adolescencia . Habana - Cuba : Universidad de la Habana Edit. Nacional .

Zorín, Z. M. (2008). Psicología de la Personalidad. Barcelona: Andaluz.

# ANEXOS

**CUADROS ESTADÍSTICOS SEGÚN ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO A BÁSICO Y PRIMERO B DE BACHILLERATO DEL COLEGIO ANEXO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, LOS RÍOS**

**¿Conoce los programas que ofrecen los medios de comunicación Ecuador Tv y Tc Televisión?**

**TABLA 3- 2 CONOCIMIENTO DE PROGRAMACIÓN**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Sí	20	67%
No	10	33%
TOTAL	30	100%

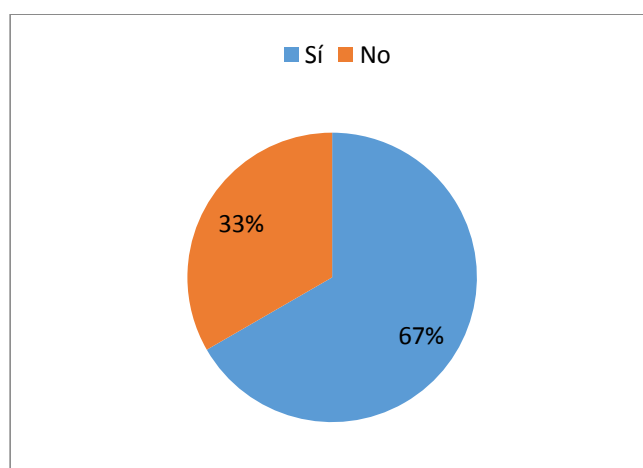
**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes

**ELABORADO POR:** Jenny Marcela Albán Galeas

**ANÁLISIS**

De los 30 estudiantes encuestados, 20 respondieron que conocen la programación de los medios de comunicación de Ecuador Tv y Tc Televisión y 10 que no la conocen.

**GRÁFICO 3- 1 CONOCIMIENTO DE PROGRAMACIÓN**



## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El 67% de los estudiantes encuestados conoce sobre la programación de Ecuador Tv y Tc Televisión. Esto quiere decir que las marcas televisivas están latentes en la memoria de los adolescentes pero al preguntar descripción sobre alguna programación que recuerden no lograron hacerlo.

### ¿Conoce los programas Educa Tv y Pluri Tv?

**TABLA 3- 3 CONOCIMIENTO DE EDUCA Y PLURI TV**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	9	37%
No	19	63%
TOTAL	30	100%

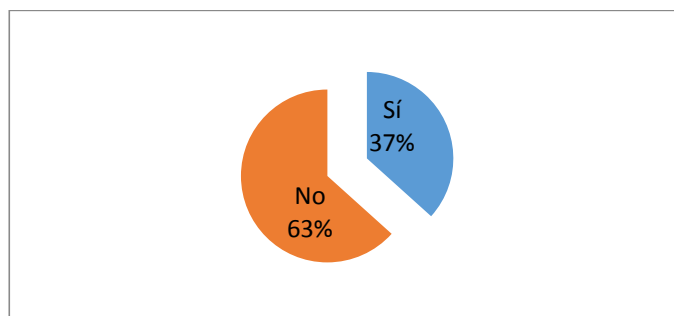
FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

## ANÁLISIS

De los 30 alumnos encuestados, nueve conocen la programación de Educa y Pluri Tv, mientras que 19 no la conocen.

**GRÁFICO 3- 2 CONOCE EDUCA TV Y PLURI TV**





## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El 63% confirma no conocer sobre estos programas con contenidos, educativos, sociales y culturales, mientras que el 37% menciona conocerlos. A pesar de ser programación que está en la pantalla en distintos horarios hay adolescentes que no le prestan atención o consumen otro tipo de información, o simplemente ya no consumen televisión por estar en sus celulares.

### ¿Cómo catalogaría a este tipo de programación?

**TABLA 3- 4 COMO DESCRIBE A LOS PROGRAMAS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ABURRIDA	8	73%
INTERESANTE	2	18%
EDUCATIVA	1	9%
TOTAL	11	100%

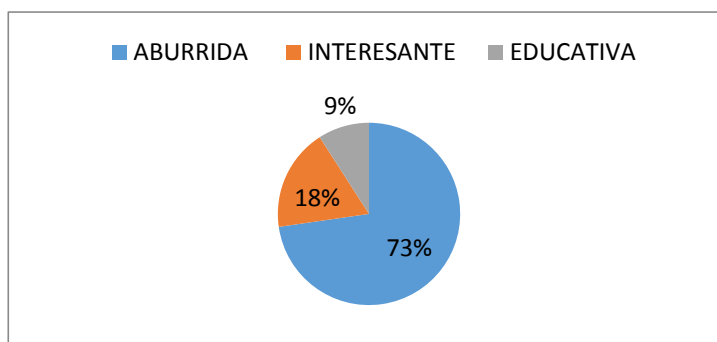
FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

## ANÁLISIS

De los estudiantes que observaron la programación de Educa Tv y Pluri Tv, ocho la consideran aburrida, dos interesante y una persona mencionó que es educativa.

**GRÁFICO 3- 3 CATALOGAR LA PROGRAMACIÓN**



## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El 73% de los estudiantes que han visto estas dos programaciones la catalogan como ABURRIDA, el 18% Interesante y el 9% Educativa. Se puede analizar que pocos son los encuestados que consideran educativa un contenido que es precisamente para eso. ¿Qué está fallando?

### ¿En la televisión que tipo de contenido prefieres ver?

**TABLA 3- 5 QUE PROGRAMACIÓN PREFIERE**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Noticias	4	14%
Deportes	8	27%
Farándula	5	17%
Musical	3	10%
Series como la Rosa de Guadalupe	7	23%
Educativos y Culturales	3	10%
	30	100%

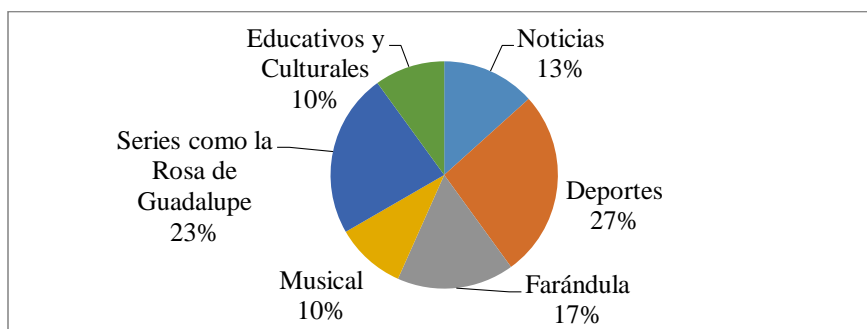
FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

## ANÁLISIS

De los 30 estudiantes encuestados, ocho eligen ver programación deportiva, siete ver series como la rosa de Guadalupe, cinco farándula, cuatro noticias, tres musical, tres educativos y culturales.

### GRÁFICO 3- 4 PROGRAMACIÓN PREFERIDA



### INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Estas cifras reflejan el contenido televisivo que prefieren los adolescentes de 12 a 16 años del Colegio Anexo de la Universidad Técnica de Babahoyo: el 27 % programas deportivos en especial de fútbol, el 23% Series como la Rosa de Guadalupe, 17% programas de farándula, el 13 % Noticias y con 10% respectivamente programas musicales, con programas educativos y culturales.

Que los adolescentes consuman fútbol no es solo de ellos, también las masas lo hacen así que va de la mano. Si en la casa consume cierta programación los niños y adolescentes seguirán esos ejemplos. Otro factor importante es que los adolescentes observan series como la Rosa de Guadalupe con contenidos de “realidades sociales” y las televisoras lo pasan en horarios no aptos para niños o adolescentes lo que hace que se consuman este material y los jóvenes en lugar de concientizar hagan lo que dicen dichas series, al no tener una guía adecuada. Solo el 10 % indica consumir programas educativos y culturales.

**CUADROS ESTADÍSTICOS SEGÚN ENCUESTAS APLICADAS A LOS PADRES DE FAMILIA, DEL OCTAVO “A” BÁSICO Y PRIMERO “B” DE BACHILLERATO DEL COLEGIO ANEXO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, LOS RÍOS.**

**¿Está pendiente de la programación que consume sus hijos en la televisión?**

**TABLA 3- 6 VIGILA LA PROGRAMACIÓN DE SUS HIJOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	6	60%
NO	4	40%
TOTAL	10	100%

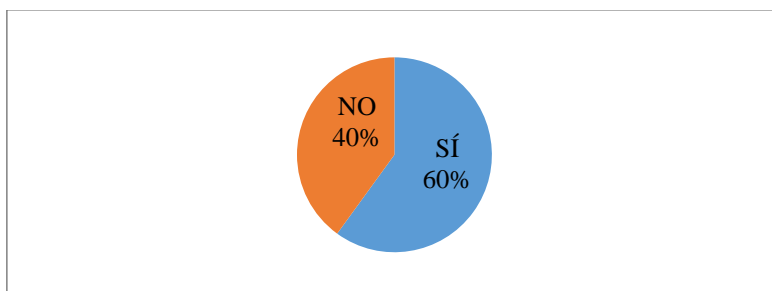
FUENTE: Encuesta aplicada a padres de familia

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

**ANÁLISIS**

De los 10 padres encuestados, seis supervisa la programación que consumen sus hijos, mientras cuatro no lo hace.

**GRÁFICO 3- 5 VIGILA LA PROGRAMACIÓN DE SUS HIJOS**



## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El 40% de los padres de familias encuestados no está pendiente de los que sus hijos ven en la televisión lo que provoca que los adolescentes miren contenido muchas veces no aptos para su edad y los vuelve vulnerables a adquirir nuevas costumbres o desechar valores primordiales como el respeto, responsabilidad y lealtad. Mientras el 40% de los padres dice que sí están pendientes.

**¿De alguna manera impulsa que sus hijos vean programas educativos y culturales?**

**TABLA 3- 7 MOTIVAR AL CONSUMO DE CONTENIDOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	1	10%
NO	9	90%
<b>TOTAL</b>	10	100%

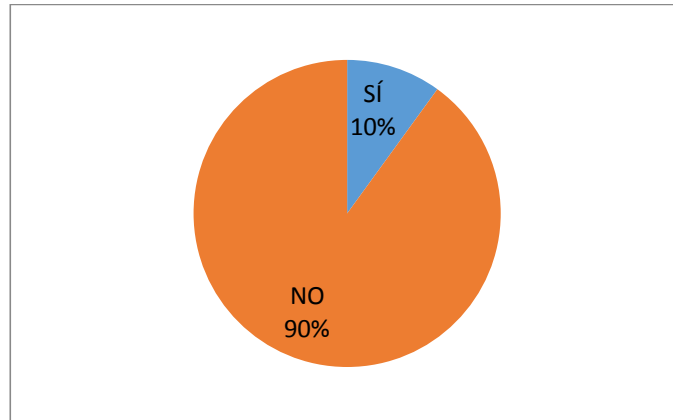
FUENTE: Encuesta aplicada a padres de familia

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

## ANÁLISIS

De los 10 padres encuestados, nueve no influyen para que sus hijos vean programas educativos y culturales, mientras que uno sí se precopa.

### GRÁFICO 3- 6 MOTIVAR AL CONSUMO DE CONTENIDOS



#### INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El 90 % de los padres de familia no canalizan la información que sus hijos ven en la televisión una vez más marcando la vulnerabilidad que se encuentran constantemente.

El 10 % indican que sí.

## CUADROS ESTADÍSTICOS SEGÚN ENCUESTAS APLICADAS A COMUNICADORES SOCIALES DEL MEDIO EN BABAHOYO, LOS RÍOS.

¿Considera usted que programas de Educa Tv y Pluri Tv influyen en el comportamiento de los adolescentes o cualquier tipo de público que consuma esta programación?

**TABLA 3- 8 INFLUENCIA DE PROGRAMAS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	2	20%
NO	8	80%
TOTAL	10	100%

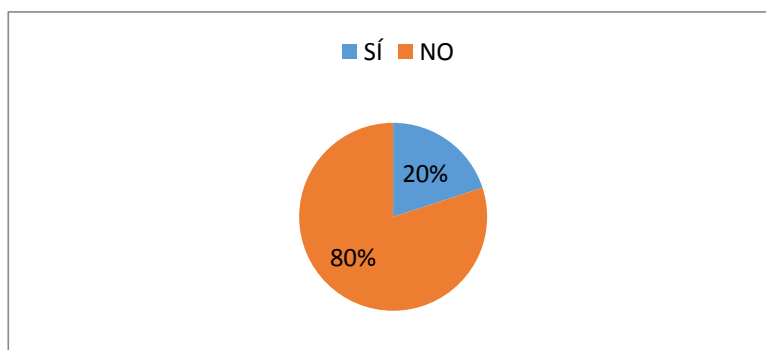
FUENTE: Encuesta aplicada a profesionales

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

### ANÁLISIS

De los 10 Comunicadores Sociales encuestados, 8 indicaron que consideran que los programas de Educa Tv y Pluri Tv no influyen en el comportamiento de los adolescentes o cualquier tipo de público que consuma este tipo de contenido. Mientras dos indicaron que sí influyen.

**GRÁFICO 3- 7 APORTAN EN CONOCIMIENTO LOS PROGRAMAS**



## **INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Los profesionales encuestados de los distintos medios de comunicación de la ciudad de Babahoyo, coinciden en un 80% que esos programas no influyen en el comportamiento de los adolescentes. Entre los motivos mencionan que “son muy lineales” no existe interacción con ellos, en el caso de Educa Tv y Pluri Tv tienen un formato predeterminado, que no permite retroalimentación con las personas que lo ven. Solo muestran información pero no saben si causa impacto en ellos. Mientras que el 20% menciona que si influyen.

**¿Considera usted que los medios de comunicación cumplen con la disposición de mostrar contenido cultural y educativo más por obligación por la LOC o por compromiso social?**

**TABLA 3- 9 POR OBLIGACIÓN O COMPROMISO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>POR OBLIGACIÓN</b>	7	70%
<b>POR COMPROMISO SOCIAL</b>	3	30%
<b>TOTAL</b>	10	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a profesionales

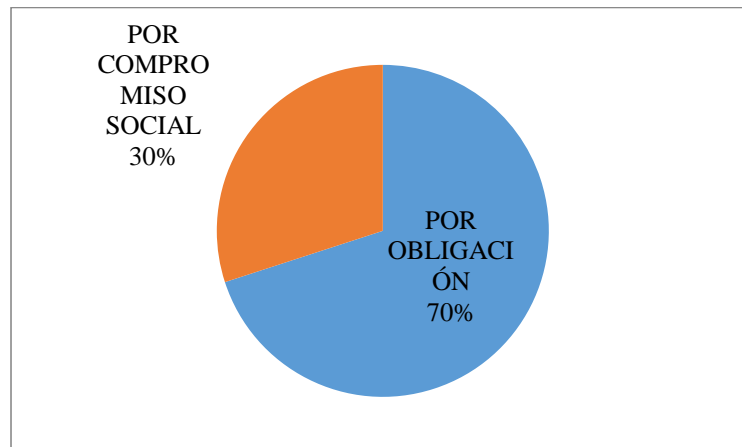
ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

## **ANÁLISIS**

De los comunicadores sociales encuestados, siete mencionan que los medios de comunicación cumplen con la disposición de mostrar contenido cultural y educativo por la Ley Orgánica de Comunicación que por compromiso social.



**GRÁFICO 3- 8 TV MUESTRA CONTENIDO CULTURAL**



### **INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

El 70 % de los profesionales en Comunicación encuestados indican que el contenido cultural y educativo es muestra por obligación que por compromiso social. Entre los factores indican que la televisión actualmente se mueve con fines económicos y lastimosamente un programa con determinado horario determinado por obligación hace que ellos pierdan dinero.

El 30 % coinciden en el compromiso social y mencionan que en el caso de Ecuador Tv al ser televisión pública es normal generar contenidos educativos y culturales, mientras que TC tuvo que adaptarse a la ley pero tenía una imagen establecida como ayudante permanente de la sociedad.

**¿De qué manera cree que se podría motivar a los jóvenes a consumir programación cultural-educativa en la TV?**

**TABLA 3- 10 MOTIVACIÓN A LOS JÓVENES**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>MEJORES CONTENIDOS</b>	5	50%
<b>PROGRAMAS ENTRETENIDOS INVOLUCRANDO LAS NUEVAS TENDENCIAS</b>	5	50%
<b>TOTAL</b>	10	100%

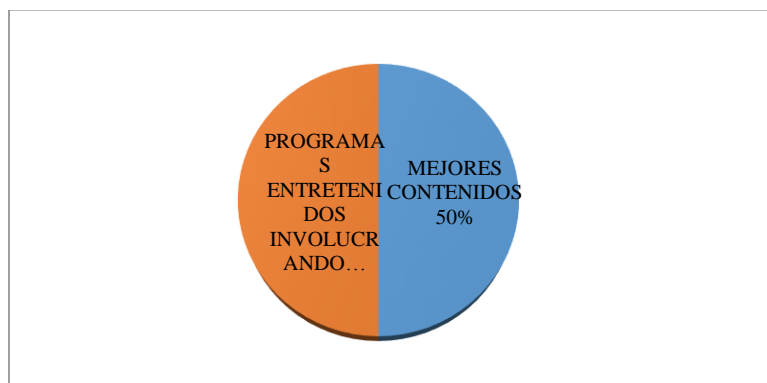
FUENTE: Encuesta aplicada a profesionales

ELABORADO POR: Jenny Marcela Albán Galeas

**ANÁLISIS**

De los profesionales encuestados, cinco indican que mejorar los contenidos culturales y educativos motivaría a los adolescentes a verlos y cinco recomienda tener programas entretenidos involucrando las nuevas tendencias.

**GRÁFICO 3- 9 MOTIVACIÓN A LOS JÓVENES**



## **INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

El 50% de los encuestados indican que se debe mejorar los contenidos de los programas culturales y educativos, mientras que el otro 50% apostaría por programas educativos adaptándose a las nuevas tendencias tecnológicas.

En este entorno se podría dejar sentado que realizando programas educativos-culturales más llamativos se captaría la atención de los adolescentes que actualmente pasan en el *boom* de las redes sociales por entretenimiento, y ha desplazado en ese aspecto a la televisión y no precisamente por educación.

**Ecuador Tv.**



**Programa Educa**





