

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito dedicarle a los jóvenes a través de los medios de comunicación local emitir emisiones educativas y culturales de una manera profesional, porque en la actualidad la mayoría de los programas de televisión a nivel nacional y local no tienen programas educativos y culturales que orienten a los jóvenes, teniendo como consecuencia los diferentes problemas que se presentan a diario como violencia, morbosidad, drogas, sexismo, delincuencia esto lleva a un mal comportamiento en la persona que es un problema muy grave ante la sociedad.

En este problema se debe poner mucha atención ya que los medios de comunicación en este caso como la televisión han generado controversias por sus fuertes contenidos. Para los medios televisivos es necesario que informen, orienten y entretengan sanamente a la audiencia televidente utilizando palabras adecuadas que vayan de acuerdo a la edad y que las personas puedan disfrutar de lo sano, pero lástima que esto no hay en la televisión es por esta razón que la nueva Constitución del Ecuador 2008 está a favor de que existan programas educativos.

La finalidad es crear una productora que trabaje con sus conocimientos así como utilizando creatividad para realizar programas de televisión con contenidos educativos y culturales que va hacer manejado de una manera profesional y el espacio de transmisión sea positivo para los jóvenes y niños.

CAPITULO I

IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL Y SU INFLUENCIA EN EL LENGUAJE DE LOS ESTUDIANTES DEL 2DO AÑO DE LA UNIDAD EDUCATIVA REPLICA “NICOLÁS INFANTE DÍAZ” DEL CANTON QUEVEDO AÑO 2016

1.1. MARCO CONTEXTUAL

1.1.1. Contexto internacional

El lenguaje va avanzando día a día a nivel mundial es por eso que la comunicación es acelerada tanto para alumnos y maestros que día a día están dispuestos a enseñar, la comunicación sin duda alguna se ha convencido por parte beneficios cuando se lo utilizan de manera adecuada para el mejoramiento del aprendizaje en la educación.

En la Unidad Educativa Replica Nicolás Infante Díaz se pudo identificar que los estudiantes de 2do año no hacen buen uso del lenguaje lo que tienen problemas al momento de comunicarse con otras personas.

1.1.2. Contexto nacional

En el Ecuador existe una gran cantidad de jóvenes que tienen problemas de lenguaje y esto repercute en sus logros académicos, por lo antes expuesto es evidente que los problemas de lenguaje tiene su origen en los medios de comunicación ya que actualmente son más fáciles que los jóvenes puedan

utilizarlos, ya que no tienen un control en los programas que son emitidos provocando que los jóvenes absorban todos esos conocimientos desubicados.

Actualmente en el Ecuador los medio de comunicación locales se encuentran manejados por la Ley de comunicación donde se sancionan a los medios que no cumplan con los diferentes contenidos en su programación.

1.1.3. Contexto local

Actualmente en el cantón Quevedo el problema de los medios de comunicación locales radica que los programas al momento de presentarlos no contienen valores para que adolescente los adquiriera sino que son emitidos sin ningún control por los entes reguladores. Los ejemplos y modelos a seguir (mujeres semidesnudas, la utilización de vocabulario no adecuado, la presencia de jóvenes que escapan de la escuela para irse a divertir, entre otros) son en la mayoría de los casos nocivos para una mente y espíritu en desarrollo. Las actitudes, las opiniones o comportamientos que se transmiten por televisión no siempre ayudan a dignificar a la persona, sino que la ridiculiza, degradan someten, entonces se habla de difusión de anti valores.

1.1.4. Contexto institucional

En la Unidad Educativa Replica Nicolás Infante Díaz, existe un importante número de estudiantes que presentan problemas de lenguaje, lo que dificulta la concreción de la transferencia de la acción educativa en forma eficaz y eficiente, impidiendo así que la institución pueda impulsar un modelo educativo crítico, que considere al estudiante el principal protagonista, en busca de nuevos conocimiento del saber hacer y el desarrollo humano, dentro de variadas estructuras metodológicas del aprendizaje, la práctica de valores y el

desarrollo de competencias y actitudes, para convivir con la naturaleza y la comunidad.

1.2. SITUACIÓN PROBLEMATICA

1.2.1. Planteamiento del problema

Las generaciones actuales gozan pasando largas horas deleitándose de los distintos medios de difusión locales, en donde se puede observar programación de alto contenido para sus edades como películas, noticias, novelas, etc.

Es importante que los padres de familia de los jóvenes de la Unidad Educativa Replica Nicolás Infante Díaz ponga en cuidado supervisar los contenidos que sus hijos ven por medio de los medios de comunicación locales.

Los efectos negativos que pueden acarrear una mala información emitida por los medios de comunicación en los jóvenes son largos periodos de aislamientos, desadaptación social y bajo rendimiento académico.

Los medios de comunicación locales del cantón Quevedo desarrollan su programación a través de la información que se puede generar en el momento, y los cuales no censuran la información para que los jóvenes sean afectados en su manera de ver las cosas.

Existe una abusiva presencia de los medios de comunicación a lo diario de nuestras vidas, hasta las relaciones familiares y personales se encuentran muchas veces mediatizadas por la inconsciente actuación de los medios. Lo grave de esto es que la población no toma conciencia. La mayoría de veces no somos meros receptores que en ningún momento nos planteamos

reaccionar ante las manipulaciones ideológicas que la comunicación lleva consigo.

1.2.2. Problema general

¿De qué manera los medios de comunicación local influyen en el lenguaje de los estudiantes de la Unidad Educativa Replica Nicolás Infante Díaz del Cantón Quevedo?.

1.2.3. Subproblemas o derivados

- ¿Cuál es la influencia en la conducta de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo?.
- ¿Cuáles son los medios de comunicación que más les gustan a los jóvenes los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo?.
- ¿Cómo el lenguaje aporta a la calidad educativa de los estudiantes?.

1.3. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Delimitación temporal

Esta investigación tuvo una duración de 7 meses, que comenzó en el 10 de Enero y finalizo en Julio del presente año.

1.3.2. Delimitación espacial

Esta investigación se recopilara y analizara la información referente al problema de los medios de comunicación local y si influencia en el lenguaje de los estudiantes del 2do año de la Unidad Educativa Replica Nicolás Infantes Díaz del cantón Quevedo.

1.3.3. Delimitación demográfica

Cantón: Quevedo

Parroquia: 24 de Mayo

Unidad Educativa Replica Nicolás Infante Díaz

Jornada: Matutina

1.4. JUSTIFICACIÓN

A menudo expresar las ideas y pensamientos, mediante investigaciones, hace que la experiencia en una disciplina como la información educativa, sea más cómoda, expedito y fructífero que responder a las críticas de otros, por que las criticas es emitir juicios sobre algo.

Por esta razón existe la necesidad de realizar una investigación sobre la influencia de los medios de comunicación locales en los estudiantes del 2do año de la unidad educativa replica Nicolás Infante Díaz, que vaya encaminado para el bien de los estudiantes, aun mas cuando es una institución que posee personas de escasos recursos, los cuales no tienen directrices suficientes sobre los contenidos permitidos en los medios de comunicación.

De esta manera la investigación es factible debido que la Unidad Educativa replica Nicolás Infante Díaz del cantón Quevedo cuenta con los suficientes recursos humanos presto a colaborar a concluir con la siguiente investigación.

1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo general

Analizar como los medios de comunicación local influyen en el lenguaje de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.

1.7.2. Objetivo específicos

- Identificar la influencia en la conducta de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.
- Detectar cuáles son los medios de comunicación que más les gustan a los jóvenes los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.
- Determinar el aporte del lenguaje en la calidad educativa de los estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.

CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES

2.1.1. Medios de comunicación.

A lo largo del tiempo los medios de comunicación han ido ocupando un lugar de gran trascendencia en cada una de las sociedades del mundo y en sus sistemas políticos, más concretamente, durante el siglo xx con la llegada de la Globalización. (Escurra, 2015)

El principal interrogante que trataremos de develar es el papel de los medios de comunicación en la actualidad. Hasta que punto uno se ve influenciado en la relación Medios – Pueblo, donde las criticas van dirigidas hacia los primeros, o si por el contrario la culpa la tenemos nosotros como consumidores pasivos de algo que no es tal, sino solo un producto del mercado, con lo cual los principales responsables de esta gran revolución mediática la tenemos que empezar a buscar en uno mismo.

Dentro de este interrogante del cual obtendremos opiniones favorables y desfavorables, sea cual fuere la solución a la que arribemos, esperamos llegar a la más conveniente. **Fuente especificada no válida.**

De más esta decir que la respuesta no será unánime, partiendo de la base que los diferentes textos no han conciliado una opinión en tal sentido. Nos permitiremos al llegar el momento oportuno formar una conclusión que este abierta al disenso entre nosotros mismos de serlo necesario.

2.1.2. Evolución de los medios de comunicación

Probablemente el siglo XX pueda pasar a la historia como la época en la que la investigación científica ha condicionado por presiones externas sus objetivos en mayor medida que nunca lo había hecho. (Barrios, 2012)

El descubrimiento de los electrones, de las ondas electromagnéticas, de los circuitos eléctricos y electrónicos, etc., sirvieron entre finales del siglo pasado y comienzos de este para la construcción y desarrollo de instrumentos de comunicación preferentemente audiovisuales.

El siglo XX es, en efecto, la era de la electrónica, la era atómica, la era de las comunicaciones, etc. Pero es, sobre todo, la era científico-tecnológica por el condicionamiento del desarrollo científico por el tecnológico.

La introducción de nuevas tecnologías modificó la lectura, el modo de vivir y de entender la realidad y la intervención sobre ella. Es la modificación cultural introducida por los nuevos medios de comunicación de masas, lo que va a provocar las reacciones más dispares, desde los entusiasmos más fervorosos hasta las condenas más rigurosas.

La entrada en escena del libro, del cine, de la radio, de la televisión, etc. Y su rápida utilización masiva en un corto espacio de tiempo, es motivo suficiente para convulsionar las pautas de la relación social.

La progresiva configuración de las masas o de la audiencia como entidad básica para el análisis de los nuevos fenómenos vinculados con la introducción de los nuevos instrumentos de comunicación, atrajo fundamentalmente a psicólogos sociales y sociólogos al estudio cada vez mejor planteado

metodológicamente de lo que en el ámbito anglosajón se denominó mass-media.

Las masas son solo el destinatario; las masas no se comunican a través de los medios; son los propietarios de esos medios quienes comunican algo. El cuerpo de conocimiento sobre los nuevos medios creció en forma espectacular y llegó a ser más divulgado.

Las implicaciones económicas, políticas, culturales, sociales, etc., son tan profundas que difícilmente podían ser así. La vida en las sociedades avanzadas está totalmente mediatizada. Conocer los medios o instrumentos que se utilizan en la mediación social los puede dirigir hacia objetivos positivos o negativos.

Uno de los hechos más importantes e influyentes de la historia de la humanidad en los últimos siglos ha sido el desarrollo técnico. Ese desarrollo ha abarcado todos los órdenes: la producción, la vivienda, la manera de viajar, la vida rural y urbana, la forma de hacer la guerra, la ingeniería, etc. Uno de los aspectos de ese proceso ha sido el progreso de los medios de comunicación.

Cuando estalló en nuestro país el movimiento emancipador, la noticia de los acontecimientos de la semana de mayo de 1810 solo pudo ser conocida en América del Norte tres meses más tarde. En cambio, cuando el 20 de julio 1969, la primera tripulación humana llega a la luna, el suceso fue presenciado simultáneamente en todo el planeta, por centenares de millones de personas a través de sus receptores de televisión que captaban lo que estaba ocurriendo a más de 300.000 kilómetros de distancia.

La capacidad que tenemos hoy de hacer llegar nuestros mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.

La primera etapa de la comunicación fue probablemente la era de los signos y las señales que se desarrolló en los inicios de la prehistoria, anterior al lenguaje. Los antropólogos opinan que el hombre prehistórico entró en la era del habla y del lenguaje alrededor de 40.000 años atrás. Para el hombre Cromagnon el lenguaje ya era de uso común. Hace 5.000 años se produjo la transformación hacia la era de la escritura, la que se constituyó en una progresiva herramienta del progreso humano.

Llegar a la escritura significó pasar antes por las representaciones pictográficas que reflejaban ideas hasta la utilización de letras que significaran sonidos específicos. Otro de los mayores logros humanos a favor de la comunicación se produjo en el siglo XV con la aparición de la imprenta de tipo móviles que reemplazó a los manuscritos.

La idea fue concebida por un orfebre, Johann Gutemberg, quien después de muchas pruebas descubrió un sistema único para hacer los caracteres de imprenta.

2.1.3. Principales medios de comunicación

Publicidad.- Actividad que se caracteriza intencionalmente por el mensaje que se elabora, buscando el cambio de actitudes, rasgos cognitivos y comportamiento de los destinatarios, utilizando para ello diversos soportes

tecnológicos. Vinculada estrechamente con la publicidad está esta la propaganda política.

Modernamente se dirige a la emoción como forma de sugestión hipnótica, procura influir emocionalmente sobre los sujetos, para someterlos luego también desde el punto de vista intelectual. Estos métodos son esencialmente irracionales, no tienen nada que ver con la calidad de la mercadería y debilitan o matan la capacidad crítica del cliente.

Los MCM no solo se prestan para que se los desprecie o insulte, sino que son también vehículo para ciertas manifestaciones de paroxismo colectivo en los cuales el público ha venido a tener una participación nueva: "la teleparticipación". La publicidad ya no se limita a informar de la existencia de un producto determinado, sino que trata de crear necesidades.

La publicidad puede llegar a ser nociva cuando su objetivo apunta a crear artificialmente necesidades de bienes superfluos o encarece los costos de producción con onerosas campañas que tienden a promocionar artículos competitivos que tienen mucho menos diferencias entre sí que las que sus promotores intentan hacer creer al público.

Propaganda.- Se llama propaganda al conjunto de técnicas destinadas a propagar ideas, doctrinas y opiniones para hacer que esos conceptos sean aceptados por la gente, y que como consecuencia, las personas y los grupos convencidos se adhirieran a ellas.

La publicidad comercial se hizo más directa, visual, emotiva, primaria, persuasiva con el pasar de los años. Los publicitarios emprendieron nuevas técnicas para manipular al consumidor y apelar a sus reportes más hondos. En el siglo XX, aparece la propaganda política como una empresa organizadas

para influir y dirigir la opinión sobre la masa moderna y sus medios de acción (las nuevas técnicas de información y comunicación). La propaganda no es meramente informativa, o sea, que no se limita a hacer conocer puntos concretos de un programa o las características de un candidato.

Es subjetiva, parcial, tendenciosa. En ese marco es posible que se exagere, se prometa con excesiva facilidad y, aún, se mienta. Pero en una sociedad abierta donde todos tienen las mismas posibilidades de llegar al público, los argumentos pueden ser rebatidos y las falsedades puestas en evidencia. A diferencia de la publicidad, que es esencialmente comercial, la propaganda es esencialmente política.

Ambas son moralmente aceptadas o repudiables, según los fines que persigan y los medios que empleen.

Prensa.- El periódico comparte con la radio y la televisión la mediación entre el conocimiento de la realidad y los sujetos. La mayoría de los acontecimientos son conocidos por los lectores a través del periódico. La realidad es dada a conocer parcializada en noticia. Esta es la materia prima fundamental con la que trabaja la prensa periodística.

El producto que elabora, el periódico, es una relación de noticias bastante extensa que se facilita diariamente. Dada la redundancia habitual en este medio, los titulares y supratitulares, permiten enterarse de lo que pasa con solo leer estos enunciados.

Cine.- Probablemente sea el medio que ha sufrido menos las presiones de los distintos tipos de poder social en comparación con la gran audiencia que tiene. La imagen en movimiento es una macro estructura que al combinar varios

sistemas de signos: icónico, cinético, verbal. La mezcla perfecta de estos sistemas provoca la sensación de realidad.

La relación entre texto visual y recurso visual en la imagen cinética se estrecha hasta casi confundirse, en la medida en que las acciones de secuencialidad y temporalidad son las bases de toda expresión de comunicación sea esta visual, lingüística o gestual. Lo que nos lleva a suponer que la vinculación con personas poco definidas puede llegar a condicionar sus comportamientos, de tal manera que reaccione ante el mensaje que le llega.

Radio.- La radio es un medio esencialmente auditivo: dentro de la jerga audiovisual se conoce como "audio". Por la rapidez con que se difunde, la economía del servicio y el alcance de su emisión, la radio es un valioso elemento de información y educación. En una época la radio tría algo nuevo en la comunicación para las masas: la inmediatez. A veces no nos enteramos de lo que está pasando sino de lo que nos dicen que está pasando.

Otra novedad fue el realismo de la radio que llegó a ser un nuevo medio de comunicación y expresión: verdaderos descubrimientos de mundos sonoros.

Televisión.- La atracción que ejerce sobre las masas es de naturaleza psicológica y artística en el sentido de un arte popular con características muy particulares y distintas a la convencional.

La T.V nos ha puesto frente a algo totalmente nuevo. Es preciso idear nuevos métodos para estos nuevos medios. Según Sartori la TV es explosiva, porque destrona a los llamados líderes intermedios de opinión y porque se lleva por delante la multiplicidad de autoridades cognitivas que establecen de modo diferentes, para cada uno de nosotros, en quien debemos creer, quien es digno de crédito y quien no los es. Es conocida por todos la influencia que tiene la

televisión en la vida de las personas y la cantidad de tiempo libre que se le dedica.

Algunos de los investigadores afirman que esa influencia es muy grande en el caso de los chicos y jóvenes, en especial en la formación de su identidad. Las imágenes tienen cada vez más poder de convicción, es decir, es muy fácil creer que lo que se ve en televisión es verdad.

2.1.4. Lenguaje

Un lenguaje (del provenzal *lenguatge*¹ y este del latín *lingua*) es un sistema de comunicación estructurado para el que existe un contexto de uso y ciertos principios combinatorios formales. Existen contextos tanto naturales como artificiales.

Desde un punto de vista más amplio, el lenguaje indica una característica común a los humanos y a otros animales (animales no simbólicos) para expresar sus experiencias y comunicarlas a otros mediante el uso de símbolos, señales y sonidos registrados por los órganos de los sentidos. Los seres humanos desarrollan un lenguaje complejo que se expresa con secuencias sonoras y signos gráficos. Por su parte, los animales desarrollan una comunicación a través de signos sonoros, olfativos y corporales que en muchos casos distan de ser sencillos.

2.1.4.1. Tipos de lenguaje

El lenguaje humano se basa en la capacidad de los seres humanos para comunicarse por medio de signos lingüísticos (usualmente secuencias sonoras, pero también gestos y señas, así como signos gráficos). Principalmente, lo hacemos utilizando el signo lingüístico. Aun así, hay

diversos tipos de lenguaje. En cuanto a su desarrollo, el lenguaje humano puede estudiarse desde dos puntos de vista complementarios: la ontogenia y la filogenia. La primera analiza el proceso por el cual el ser humano adquiere el lenguaje, mientras que la segunda se encarga de estudiar la evolución histórica de una lengua.

El lenguaje animal se basa en el uso de señales visuales, sonoras y olfativas, a modo de signos, para señalar a un referente o un significado diferente de dichas señales. Primates y otras especies construyen proposiciones simples (sustantivo, verbo y adjetivo). Dentro del lenguaje animal están los gritos de alarma, el lenguaje de las abejas, etc.

Los lenguajes formales son construcciones artificiales humanas que se usan en matemática y otras disciplinas formales, incluyendo lenguajes de programación. Estas construcciones tienen estructuras internas que comparten con el lenguaje humano natural, por lo que pueden ser en parte analizados con los mismos conceptos que éste.

2.1.5. Los efectos de la televisión sobre los adolescentes

Los primeros estudios sobre las relaciones entre los adolescentes y la televisión se realizan desde la perspectiva de los efectos, basada en el paradigma positivista y la lógica informacional, y dominante en el campo de la comunicación durante décadas. Los pioneros trabajos de Himmelweit, Vince y Oppenheim (trad. cast., 1962) y Schramm, Lyle y Parker (trad. cast., 1965) no poseían esta orientación, pero pronto los estudios alcanzaron un perfil psicologista imbuidos del temor a su posible impacto sobre niños y adolescentes.

La investigación sobre los efectos de la televisión ha producido una ingente cantidad de estudios. Por lo que a los adolescentes se refiere hemos seleccionado algunos de los más relevantes en cuanto a su conexión con su capacidad socializadora. Es decir, aquellos que contengan o, al menos, se inclinen hacia los efectos sociales, modificaciones en las actitudes, conductas o creencias. Todos ellos sustentados en la lógica del poder del medio sobre los receptores.

El tema más estudiado es el de las repercusiones de violencia televisiva sobre la real. Es el que, además, ha generado la mayor polémica y contradicciones en sus resultados. Se tiene la impresión de asistir a una película de buenos y malos en relación con las investigaciones americanas. Por lo demás, es cierto que los niños han sido objeto de mayores investigaciones, pero los adolescentes les siguen muy de cerca. En cuanto a las conclusiones, hay grandes contradicciones en sus resultados.

En 1994, Comstock y Paik efectuaron un meta-análisis sobre centenares de trabajos acerca la violencia en los medios y recogieron una ligera correlación positiva pero con la intervención de terceras variables en la mayoría de ellas. En lo que respecta a los adolescentes como grupo objeto y la idea de que la violencia mediática.

Un aspecto a destacar es la falta de precisión conceptual sobre lo que es la violencia. En muchos casos se alude a conductas antisociales o inclinación hacia actitudes violentas o agresivas. La hipótesis contraria, tanto su carácter inocuo como sus efectos catárticos, es defendida en muchos estudios.

En definitiva, en el aprendizaje social de la violencia sigue habiendo posturas encontradas entre los distintos estudios. Como sostiene Martín Serrano “cualquiera, según sus inclinaciones o intereses, puede describir la televisión

como Mary Poppins o como el Dr. Jekyll. Se puede encontrar en la literatura especializada apoyo científico para mantener un juicio 'apocalíptico' o 'integrado',.

Hay investigaciones que defienden los efectos negativos de la violencia televisiva, pero también las hay que mantienen un efecto catártico de ella, es decir, de canalización de la agresividad (Hodge y Tripp, 1988: 228 y ss.). Y ello sin contar con que cada vez es mayor el número de autores que se inclinan a pensar que es más perjudicial la violencia realista, la de los informativos y documentales, que es la que menos ven niños y adolescentes, que la de ficción. Otro tema analizado es el de la socialización política.

También aquí hay contradicciones respecto a la influencia de la televisión. Adoni (1979) llega a la conclusión de que no es muy significativa su influencia en los adolescentes. De modo similar, Johansson (1991) sostiene el escaso valor socializante en temas políticos de la pantalla debida a su escasa credibilidad como agente social, en comparación con otros. Otras investigaciones, en cambio, defienden una posición antagónica. Es el caso de Peterson y Peters (1983) que expresan una visión optimista sobre las posibilidades televisivas para adquirir habilidades en este aspecto, equiparables a otros agentes sociales importantes.

De influencia relativa puede calificarse la posición de Rubin (1978), dado que para él hay una relación directa entre el tipo de programas y la conciencia política. Los chicos aficionados a la información y espacios documentales muestran una mayor sensibilidad social y política que el resto. Relación sí, pero con determinado tipo de programas.

Lo relativo a estereotipos de las minorías es otro asunto estudiado por varios especialistas. También en este caso se puede hablar de posturas encontradas

referente a su influencia. Hay un grupo de investigadores que sustenta la tesis de una cierta influencia negativa el aprendizaje social sobre otros grupos. German (1994) destaca que las representaciones sobre ellas inciden en la percepción social que se posee por parte de grupos adolescentes y las mismas no se ajustan a la realidad.

Al defender la influencia positiva en la adquisición de modelos de otras culturas. Con matices esta es una conclusión también defendida por Tan et al. (1997) que consideran que la aceptación de modelos y valores de otras culturas es positiva cuando son reconocidos, es decir, cuando los han visto en la pantalla. Aunque observó que tienden a apreciar más aquellos aspectos relacionados con lo importante y con el éxito. No se trata, pues, de una conclusión tan evidente como la Stroman.

Los modelos y valores sociales son otro aspecto investigado, una valoración positiva de la televisión en su capacidad de incidir en la configuración de roles y estereotipos sociales. Si en el caso de Tan et al. (1997) hablamos de una contribución condicional a la socialización en valores, S. Jeffries-Box y B. Jeffries-Box (1981) defendían una contribución limitada a la misma en temas como la socialización laboral, sexual o hábitos sociales en general. En cambio, Strouse y Fabes (1985) defenderán que la televisión es una fuente de información y aprendizaje sexual importante para los adolescentes, por lo que los padres y educadores deberían tenerla más en cuenta.

Para Brown y Newcomber (2011) hay correlación entre el volumen de sexo visto en la televisión y el interés personal hacia él en su vida social. Hay un aprendizaje social respecto al sexo que es defendido en sus conclusiones. Shanahan (1995) se interesa por la construcción psicológica del autoritarismo y considera que hay una influencia negativa en este concepto. Y Roberts

(1993) considera que, en general, es necesario adoptar medidas correctivas para contrarrestar la influencia negativa de la televisión.

Como resumen, cabe señalar lo mismo que respecto a los anteriores temas, la televisión es vista en general como un instrumento socializador en la medida en que permite un aprendizaje social, pero hay importantes variaciones en cuanto a la estimación de su contribución.

La relación entre determinados programas y actitudes o comportamientos influidos por ellos ha sido estudiado por varios trabajos. Alexander (1985) analizó la relación entre la cantidad de comedias que un grupo de adolescentes y su concepción de las relaciones sociales de pareja y familia. Los resultados son variables para hombres y mujeres.

El perfil de éstas últimas muestra que son más asiduas aquellas con menor relación paterno-familiar y más inclinadas a las pandillas de amigos y relaciones de pareja. En cambio, los hombres que siguen estos programas son más proclives a resolver sus problemas mediante las conversaciones.

En una época en que la cadena musical MTV estaba en candelero acusada de escandalizar con vídeos musicales, Gresson y Williams (1986) realizaron un estudio correlacional sobre su influencia en aspectos como el sexo, las drogas, la violencia y otras actitudes y comportamientos sociales. Su conclusión es que no hay correlación alguna entre los espectadores de este tipo de programas y la mayor inclinación hacia los temas referidos.

2.1.6. La importancia de la comunicación interpersonal en los jóvenes

Es importante la revisión de dicho tema, por la relevancia inherente que implica la naturaleza misma de la comunicación, trascendiendo al contexto educativo

porque corresponde ser parte de toda formación, el dominio de una ama de casa con tal impacto, como lo es el habla y no solo el lenguaje, sino informar, advertir, convencer, persuadir, cualquiera que sea el propósito.

En un mundo actual tan globalizado; en donde los medios masivos de comunicación, las redes humanas o sociales, el capitalismo con su mercadotecnia, el desarrollo y competencia profesional; se caracteriza por ser voraces y exigir un perfecto desarrollo del ser humano, y que éste tenga todas las habilidades necesarias y competencias para la vida. Es vital el estudio de nuestras primeras cartas de presentación como individuos, la capacidad de expresarnos adecuadamente con cualquier objetivo en mente.

Menciona Parra (2014) de la voz latina *comunicare*, que significa “poner en común”. Comunicación es acción y efecto hacer a otro participe de lo que no tiene; descubrir, manifestar o establecer alguna cosa. Es el proceso mediante el cual se transmiten significados de una persona a otra. La comunicación es un fenómeno social sujeto a los cambios en el hombre, a las modificaciones en su lenguaje.

Algunos de los estudiosos de la comunicación hacen referencia, a la transaccional, donde se proporciona una reciprocidad de ideas; es emprendedora, porque no se refleja y siempre fluye; e influye mutuamente, por la interacción humana y los encuentros con los hombres. Si por naturaleza somos seres comunicativos, entonces es un proceso natural en el ser humano, es compartir algo de nosotros, para tener ese acercamiento con nuestros congéneres, para tratar de establecer vínculos, mediante distintas maneras, a las cuales llamamos formas de expresión.

El comunicar no es solamente utilizar el lenguaje o expresarnos, implica tener una intencionalidad, para recibir una respuesta de los demás, para saber si

fuimos comprendidos. Y es todo un proceso, en donde lo ideal es que existan distintos elementos, como el emisor, mensaje, canal, receptor, un contexto y retroalimentación principalmente. Cuando se tiene la intención de comunicar algo, siempre es por un propósito. Las funciones básicas del lenguaje, sugiere Fonseca (2000:13-14), se usarán para cumplir los propósitos de la comunicación, se citan los cuatro generales:

- El propósito de informar utiliza la función representativa del lenguaje, ya que con él se intenta explicar algún suceso.
- El propósito general de entretener usa la función expresiva del lenguaje, ya que con él se intenta lograr el encuentro y comprensión entre hablante y oyente.
- El propósito general de persuadir usa la función apelativa del lenguaje, ya que la persona, al comunicarse quiere influir al pensamiento del oyente.
- El propósito general de actuar, que se realiza también mediante la función apelativa, intenta dirigir o llevar al oyente a un grado de motivación que lo impulse a generar una acción.

En la enseñanza no se hace mención dichos componentes, o no de todos, se llega a omitir el propósito de la comunicación, tal vez porque es un proceso tan inherente al ser humano, es obvio el camino a seguir y los procesos que conllevan que se omiten y solo se tratan como una generalidad. Ya lo dice la programación neurolingüística y la inteligencia emocional, que los seres humanos debemos aprender a comunicarnos, porque pensamos que el simple hecho de aprender un lenguaje y decir las cosas que pensamos, que eso es comunicarnos.

Ahora hablemos sobre este proceso en nuestros adolescentes, cuando se les muestra el amplio panorama de sus palabras de las intencionalidades con las cuales pueden hacer uso de ellos; se despiertan en él interés innato por querer aprender a comunicar dichas cosas que son de su convivencia. En este período, en donde el sentimiento de incompreensión y la búsqueda de una personalidad, son fuertes motores. El joven puede relacionarse por cómo comunicarse con sus iguales, porque esto le dará más herramientas para desenvolverse.

Por diversos motivos la comunicación está relacionada a la educación. Una de las razones es porque las modernas teorías educativas que se elaboran como respuesta a la crisis de la institución escolar colocan la necesidad de un intercambio comunicativo entre el maestro y el alumno, entre la escuela y la realidad. Por otra, parte la informática, proporciona a la comunicación y su soporte tecnológico, adyacente a las posibilidades de la misma, amplía los sucesos educativos.

En ocasiones podemos observar que el conocimiento de la realidad no proviene del texto escrito y porque el conocimiento de la realidad no proviene únicamente de textos escritos; ya que los jóvenes se educan en gran medida fuera de la escuela. Sus concernientes de conocimientos, sus imágenes sus valores y sus esperanzas guardan relación cercana con la comunicación y sus mensajes (Cafiero, 2014).

En la realidad académica a los alumnos solo se les enseña el modelo básico de la comunicación oral, sin más elementos enriquecedores, o las funciones de cada uno, alcance y las imitaciones de éstos. Para poder aprender, se tiene que tomar de nuestras decisiones en actos de comunicación y de sus resultados, es tener conciencia de lo que pensamos, decimos y hacemos.

Para Parra (2011) La comunicación oral en su mayoría de las comunicaciones orales que efectuamos a diario es interpersonal, es decir, de persona a persona, es una comunicación abierta, impar, flexible y dinámica. Donde se desempeña el proyecto de interactuar socialmente y llevar a cabo algún propósito específico. Pero es más allá de solo dar un mensaje, es establecer confianza, es compartir sentimientos, influir en el estado anímico de otra persona. De ahí la importancia de estar conscientes sobre el acto de hablar, ya que no es solo que el adolescente aprenda quién es el emisor, quién el receptor, o cuáles son las barreras de la comunicación.

Las situaciones más curriculares para nuestras vidas ocurren en situaciones tan comunes que con frecuencia, ni siquiera pensamos que en ellas se involucren habilidades para la comunicación y muy raramente hacemos un análisis para poder comprender todas las razones por las que una persona ha fracasado en comunicarse en una situación interpersonal, según menciona Fonseca (2012).

Desde luego, no todo es la palabra oral, ya que tiene un mayor peso el tono de voz y el lenguaje corporal, acciones que por lo general ignoramos, y los neurlingüistas nos explican que son más importantes aún que la misma palabra en sí. Se debe a esta ignorancia, que a veces tenemos errores en nuestra comunicación, y tendemos a perder energía, enojamos, contraer conflictos, frustraciones y toda clase de acciones negativas que nos pueden perjudicar.

2.1.7. Desarrollo e influencia del internet en los jóvenes

Al igual que con la aparición de inventos como el telégrafo, el teléfono, la radio o las computadoras, la llegada de Internet se tradujo en un cambio profundo en la sociedad. Desde las costumbres cotidianas, hasta las formas de comunicarse, transmitir datos y hasta informarse, fueron atravesadas por la implementación de Internet en la vida diaria.

Siguiendo esa línea, es imposible negar que la sociedad actual se encuentra completamente atravesada por estas nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Tal como enuncia la Real Academia Española en su vigésima tercera edición, Internet se define como una “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación”. Internet comienza a gestarse a principios de los '60, cuando el investigador del MIT (Massachusetts Institute of Technology) Carl Robenett Licklider publicó una serie de documentos donde se discutía el concepto de “red galáctica”. (Barry, 2014)

Este hombre hacía referencia a una red interconectada globalmente a través de la que cada uno pudiera acceder desde cualquier lugar a datos y programas. Se trataba de una concepción bastante similar a la de Internet actual. Leonard Kleinrock fue el primero en publicar desde ese mismo instituto un documento donde exponía una propuesta diferente a la de Licklider: la “teoría de conmutación de paquetes”.

Este investigador hacía referencia a la posibilidad de realizar comunicaciones mediante paquetes en lugar de hacerlo a través de circuitos. El mayor avance se dio a mediados de los '60, cuando Lawrence G. Roberts, otro de los investigadores del MIT, realizó la conexión entre un ordenador de

Massachusetts y uno de California a través de una línea telefónica. Este experimento mostró claramente que los ordenadores podían trabajar en conjunto, pero que el sistema telefónico no era el adecuado para realizar este tipo de trabajos.

De esa manera, se confirmó la necesidad de transmitir datos en forma de paquetes que había planteado Kleinrock años antes. Así fue como en 1969 la DARPA (Advanced Research Projects Agency), junto con la RAND Corporation, desarrolló una red sin nodos centrales basada en la conmutación de paquetes. Esa red, que fue denominada “DARPANET”, sólo unía en principio a un pequeño número de computadoras y fue creada en plena Guerra Fría pensando en que, en el caso de desatarse una guerra nuclear, los espías estadounidenses diseminados por el mundo pudieran comunicarse entre sí a través de una red descentralizada. (Eскурra, 2015)

Si grandes porciones de la red fueran destruidas eso simplemente no importaría, los paquetes permanecerían en la red en los nodos que hubieran sobrevivido. En 1972, se presentó públicamente a esta red con el nombre de “ARPANET”, que estaba financiada por la DARPA, y ya contaba con 40 nodos conectados⁶⁵. Con el objetivo de interconectar redes de diferentes clases, se desarrollaron entonces protocolos de comunicaciones que permitiesen el intercambio de información entre los nodos conectados.

Lo que se movía por allí eran noticias y mensajes personales. Los investigadores estaban usando ARPANET para colaborar en proyectos, intercambiar notas sobre sus trabajos y, eventualmente, chismorrear” ⁶⁶. El hecho de que el sistema fuera descentralizado, facilitó una expansión incontrolable. Así surgió “Internet”, que es una abreviatura de “Interconnected Networks”- lo que en español se traduce como “red de redes”, y que se aplicó a este sistema de redes interconectadas mediante los protocolos TCP e IP⁶⁷.

Internet trascendió su objetivo inicial la finalidad bélica con la que fue creado y terminó por afectar todos los aspectos de la vida cotidiana.

Hoy, todo el mundo puede conectarse entre sí y desde cualquier lugar de la Tierra. Su incidencia en la vida diaria fue tan importante que dio lugar a la aparición de un nuevo espacio virtual, que trajo aparejados cambios profundos en prácticas habituales de la sociedad y que logró permitir vínculos entre individuos que, a pesar de estar distantes en el espacio real, pueden relacionarse, chatear y hasta intercambiar información en forma diaria.

De ese contexto actual surge lo planteado por el sociólogo argentino Marcelo Urresti en su libro *Ciberculturas Juveniles*, donde se sostiene que estas tecnologías en constante transformación inciden en diferentes ámbitos de la realidad social: “Generan un entorno de relaciones comunicativas hombre-hombre, hombre-máquina y máquina-máquina que transforman sin retorno la vida cotidiana en todos los niveles de observación del sistema social”. (Urresti, 2015)

En esta “sociedad de los medios”, donde el ciberespacio es el “nuevo espacio público”, los individuos se volvieron más dependientes de las nuevas tecnologías, razón por la que los constantes cambios en los sistemas de comunicación producen renovaciones permanentes en muchos órdenes de la vida.

Esa dependencia se da en forma exponencial desde los años '90, debido a la expansión sostenida de Internet, que convirtió al mundo en una verdadera red mundial de comunicación que desafía las nociones establecidas de tiempo y espacio. “Internet se configura como un nuevo medio de comunicación, una herramienta de desarrollo económico y un espacio nuevo para la creatividad, la producción de conocimientos y la experimentación artística”. (Marc, 2013)

También el cambio se produjo en la forma de consumir la información. En su libro *La Explosión del Periodismo*, el periodista e intelectual español Ignacio Ramonet analiza los efectos que Internet tiene sobre los medios de comunicación

El acceso a Internet no es igualitario para todos los sectores sociales. En esta línea, el ingeniero danés y experto en usabilidad en la web Jakob Nielsen, plantea tres tipos de brechas digitales, que se acentúan con el avance de las TIC's: la brecha económica, la de usabilidad y la de empoderamiento⁸⁰. La primera hace alusión a la dificultad de algunos sectores sociales de acceder a una computadora. (Sarlo, 2014)

La segunda se refiere a la falta de conocimientos sobre cómo usarla, de donde se desprende el término “analfabetos digitales” para puntualizar sobre los individuos que carecen de formación o experiencia en el manejo de la informática. Y, la última brecha, explica la falta de explotación que se hace de todos los recursos que ofrece la computadora. La escritora argentina y reconocida investigadora del tema de la posmodernidad, Beatriz Sarlo, asegura: “El único obstáculo eficaz a la homogeneización cultural son las desigualdades económicas: todos los deseos tienden a parecerse, pero no todos los deseos tienen la misma oportunidad de realizarse”.

Se concluye entonces con que el acceso ilimitado que ofrece a la red no es suficiente como para dar por sentada una democratización de la sociedad. Puntualiza Urresti: “Con Internet se abren ciertos accesos, pero no se democratiza la sociedad ni la cultura”. (Ramonet, 2012).

2.1.8. Educación y medios de comunicación

Según un famoso informe publicado en los años setenta, el 20 % de la totalidad de la información que llega a un alumno lo hace a través de la Escuela, mientras que el otro 80 % lo obtiene de medios externos al ámbito escolar. Teniendo en cuenta este informe y considerando que desde esa década hasta la época en la que nos encontramos actualmente el panorama educativo ha cambiado de manera considerable, así como el incremento notable que se ha producido en la última década en medios tecnológicos, lo lógico es pensar que ese porcentaje de estímulo externo al colegio debe haber aumentado considerablemente, lo que hace que la información que un alumno recoge de su Escuela sea mínimo. (Adell, 2011)

Lo que debemos asumir es que es de una claridad evidente el hecho de que la educación actual no se basa solamente en aprender a leer y a escribir correctamente, ni aprender cálculo matemático, química, historia, idiomas, etc., sino que la educación actual pasa por aprender a manejarse en y con los Medios de Comunicación: aprender a analizarlos e interpretarlos, utilizarlos correctamente, siendo capaces de expresarnos de una manera clara a través de ellos.

La Escuela a menudo ve a los Medios de Comunicación con cierto miedo o desconfianza, ya que no es capaz de “controlar” ni de intergrar los contenidos que nos vienen dados por estos Medios de Comunicación con los propios, pero realmente la solución a este conflicto entre Escuela y Medios de Comunicación no pasa por controlarlos, sino por realizar una incorporación progresiva y claramente planificada de estos medios a la enseñanza actual, con sus objetivos, contenidos, etc. Pero para que esta idea llegue a buen puerto hay que educar en medios tanto a los alumnos como a los mismos profesores, que a veces son los primeros que tienen grandes carencias en este ámbito, y

siempre teniendo en cuenta que difícilmente podrán enseñar algo en lo que tienen notables lagunas. (Ballestas, 2014)

Bajo esta perspectiva los profesores son fundamentales en la incorporación progresiva de los medios a la Escuela que se ha comentado, ya que deben abrazar y convertir a los Medios de Comunicación en una de las bases fundamentales de la educación actual, diferenciando lo que son medios que se puedan utilizar con un fin educativo y aquellos que son meramente lúdicos, así como apoyándose en ellos a la hora de impartir sus materias e incluyendo esta formación en los planes de estudio de manera explícita, no como elementos ocultos del currículo ni como contenidos transversales, sin perder la perspectiva de que los Medios de Comunicación tienen aspectos positivos y negativos, pero intentando potenciar la vertiente positiva a la hora de utilizarlos como instrumento educativo, teniendo en cuenta que siempre serán un apoyo para el estudio y el alumno, destacando que por muy favorables que los encontremos, nunca deberán ni podrán suplir a un docente de calidad.

Es verdad que todos los docentes no aceptan esta inclusión en el aula de la tecnología o los Medios de Comunicación de la misma manera, y sin duda la edad es un parámetro muy importante a tener en cuenta. Los profesores más noveles es posible que ya hayan utilizado los medios tecnológicos en su propia formación o en su vida cotidiana, por lo que no verán el hecho de utilizarlos en sus procesos educativos como algo tan alejado de la educación como lo puedan ver algunos docentes que no hayan utilizado estos medios con normalidad. (Cabero, 2013)

De esta manera, a la hora de planificar una formación de los docentes en medios, los más jóvenes es posible que no necesiten apenas esta formación, ya que puede ser que la tengan sobradamente adquirida. De cualquier

manera, esta formación debe impartirse de una manera claramente programada, con unos contenidos claros y unos objetivos mínimos a cumplir.

Debemos aceptar que una vez que incorporamos los Medios de Comunicación o la nueva tecnología al aula, una de las grandes ventajas que nos aporta es que su uso motiva por sí mismo al alumno como no lo hacen otras estrategias educativas, ya que facilita que el alumno preste atención al sentirse muchas veces más integrado en su educación, gracias a la interactividad que muchos de estos medios ofrecen; pero lo que no podemos hacer es incorporarlos a unos temas y a otros no, debemos utilizarlos en todos, aunque a veces sea solamente de manera puntual, pero siempre habiéndolo planificado previamente y haciéndolo a lo largo de todo el temario.

En esta formación en medios no solo tiene responsabilidad la escuela, sino que los padres forman parte muy importante de este proceso, para que no se produzca un salto insalvable entre los padres y los hijos, por lo que ellos tienen también que estar al día en ciertos medios, ya que los mismos hijos les pueden consultar y comprobar que sus padres “no se enteran de nada”.

Hoy en día, la enseñanza de calidad por la que luchamos todos se basa en que los alumnos consigan tener una capacidad crítica respecto a todo lo que les rodea, no adoptando todo lo que les llega de alrededor, sino sólo aquello que les conviene y a lo que pueden darle un buen uso, y conectando la enseñanza con la realidad social que los rodea, por lo tanto esto es lo que deben aspirar a obtener los docentes de hoy en día, esta capacidad de filtración y de análisis crítico, y esa integración de la educación con la sociedad. Influencia de los Medios. (Guardiola, 2014)

Pero todo el esfuerzo no puede llegar solamente desde el profesor que está metido en su aula, desde el entorno del Centro Escolar o desde el ámbito

familiar, sino que las Administraciones correspondientes deben procurar un entorno legal propicio para favorecer la utilización de los Medios de Comunicación, regulando ciertas actividades y ciertos contenidos en ellos, ya que al fin y al cabo son servicios públicos que se pueden regular hasta cierto punto.

De este modo se podrán minimizar los efectos negativos de los Medios de Comunicación en nuestra juventud. En este aspecto si que las Administraciones tienen un punto por resolver, ya que a veces en lugar de tener en cuenta lo que es favorable o no a nivel educativo, simplemente se prioriza en torno a lo que es favorable o no económicamente, y a veces por desgracia, ambos intereses no caminan de la mano, sino cada uno en un sentido muy distinto.

Existen muchas y claras razones que muestran la evidencia de que los Medios de Comunicación deben ser integrados en los currículos de manera explícita, como parte de una educación de calidad actual, y entre todas ellas podemos destacar las siguientes:

- Los distintos Medios de Comunicación o tecnológicos que están presentes en la sociedad actual: ordenadores, teléfonos móviles, Internet, televisión, videojuegos etc. son instrumentos normales y totalmente asumidos en la vida cotidiana de los alumnos, siendo utilizados a diario y a partir de los cuales los alumnos obtienen y reciben información. Son tan normales hoy en día como en épocas pretéritas lo eran los lápices, los cuadernos, los libros, etc., teniendo también claro que actualmente los libros no pueden contener toda la información que se mueve en la sociedad.

- El consumo de Medios de Comunicación y tecnología ha aumentado de manera exponencial en los últimos años, existiendo una excesiva presencia en nuestras vidas, tanto como elementos lúdicos como necesarios en el devenir cotidiano, por lo que no los podemos obviar no sólo en el plano educativo, sino tampoco en su plano social.
- El poder manipulador que tienen estos medios a la hora de crear comportamientos en aquellos que reciben sus mensajes propagandísticos, ya sean a nivel consumista, a nivel ideológico, etc., sin tener en cuenta si la información que aportan es beneficiosa, perjudicial, verdadera o incierta, etc.
- La importancia de la tecnología audiovisual, ya que la mayoría de los mensajes que llegan hoy en día a nuestra vida están codificados a través de estos medios, y no como llegaban en otras épocas, que solía ser a nivel oral y escrito; teniendo en cuenta que estos mensajes no siempre son todo lo claros que se desearía que fuesen, e incluso muchas veces son contradictorios, sin tener la posibilidad de aclaración alguna por parte del emisor de los mismos, lo que hace que se cree una confusión en el espectador que puede llegar a no saber discernir entre una opción entre las dadas.

Otro hecho a tener en cuenta es que a veces, siendo la actitud de los docentes la adecuada, queriendo integrar la tecnología en sus clases, no encuentran los recursos necesarios en su centro o en su aula, por lo que aquí también juegan un papel importantes las Administraciones Educativas, que deben prever esta incorporación progresiva e incluirlas en sus presupuestos.

Decir finalmente que los Medios de Comunicación son siempre educativos, ya que aunque no queramos, influyen en todo el proceso formativo en tanto que

lo hacen en la vida de los alumnos. Lo que hay que intentar conseguir simplemente es el poder y el saber tomar en cada ocasión lo que nos interese, conjugando imágenes, sonido, texto, explicaciones orales, la pizarra, etc. a la hora de realizar nuestras explicaciones en clase, lo que las hará mucho más motivadoras para los alumnos; así como intentar ir creando progresivamente un aspecto crítico en el alumno, ya que aunque no queramos los medios influirán en qué aprenden los alumnos y en la forma de cómo lo aprenden.

2.1.9. La prensa escrita y la educación

Entre todos los Medios de Comunicación hay uno que permanece un poco más al margen que los demás, y es la prensa escrita, sobre todo por parte de los adolescentes, los cuales viven inmersos en un mundo audiovisual en el que dicho sea de paso, cada vez prevalece más todo lo visual sobre lo auditivo, ya que las nuevas tecnologías proporcionan muchas veces una posibilidad de interrelación táctil con interfaces muy bien trabajadas visualmente, que las hacen muy atractivas para el público más joven.

Para los jóvenes actuales el uso más normal de la prensa escrita se reduce al consumo de ciertos periódicos deportivos, revistas de moda, actualidad, música, coches o motos, deportes específicos, manualidades, etc., es decir, cualquier revista relacionada con alguna afición que tengan, pero normalmente no usan las revistas o la prensa escrita para informarse de las noticias diarias que ocurren a su alrededor.

La prensa escrita tiene una característica que no tienen los otros Medios de Comunicación, y es que hay que querer buscarla específicamente, querer leerla, lo que plantea una situación a priori distinta de muchos de los demás Medios de Comunicación, los cuales nos llegan por todos lados queramos o no, llámese radio, televisión, nuevas tecnologías, publicidad, etc. Por lo tanto,

la persona que accede a la prensa ya tiene una predisposición a la recepción de información, una situación de motivación extra para el aprendizaje, ya que sabe lo que busca y que en la prensa adecuada va a encontrar la información que necesita.

A la hora de trabajar en el aula con alguna prensa, y teniendo en cuenta lo que hemos dicho anteriormente, que los jóvenes ya acceden a algunos tipos de publicaciones que reflejan sus intereses personales, lo que haremos será trabajar con prensa cercana y que ellos puedan adquirir y entender con facilidad, como son los diarios informativos que podemos encontrar en cualquier kiosco o cafetería, dejando a un lado prensa específica como puede ser la económica, deportiva, etc., ya que el objetivo que planteamos es aprender a interpretar periódicos de actualidad general.

Tampoco podemos olvidar que en una revista o artículo la objetividad no siempre está presente, ya que muchas veces se utiliza con objetivos propagandísticos, con una cierta manipulación, ya que a parte de la transmisión de información, la otra gran característica de la prensa escrita es el hecho de que puede actuar de manera tendenciosa, adhiriéndose un periódico a una determinada ideología o pensamiento, lo que hace que como con el resto de medios el primer paso sea crear lectores críticos debido a que a priori no podemos considerar a ningún periódico neutro, y una misma noticia puede ser transmitida de tantas maneras como puntos de vista se puedan tomar respecto al hecho contado, o como los redactores que escriben el artículo lo quieran contar.

Aquí radica la maestría del lector crítico y no adoctrinado, que está capacitado para distinguir la tendenciosidad de una noticia, de interpretar la orientación de un periódico, y aquí es donde los docentes tienen que actuar con más énfasis: coger una noticia y enseñar a los alumnos a sacar los datos en sí

reales de la noticia, intentando no tener en cuenta las aportaciones personales e ideológicas que puedan suministrarse en un segundo plano, y esto se le debe hacer saber a los alumnos antes de intentar trabajar con cualquier tipo de prensa.

Una vez asumido que en la prensa se puede encontrar cualquier tipo de tendencia ideológica, reflejando así la pluralidad de la sociedad, y que seguramente comparando una noticia con otra en diferentes periódicos, lo normal será el encontrar contradicciones, los alumnos deben entender que el mejor medio para analizar las noticias de actualidad general es la prensa escrita, y que precisamente esa pluralidad es la que hace que sea el mejor instrumento para enseñar la realidad cotidiana que nos rodea.

La Escuela del presente y del futuro debe asumir que si no integra la prensa en su trabajo diario, se le complicará bastante la tarea de formar personas que tengan conocimientos reales de la sociedad en la que viven y deben integrarse.

Independientemente de todos los aspectos beneficiosos que hemos enumerado que se pueden obtener de la utilización de la prensa en el aula: conocimiento de la actualidad de las noticias que nos rodean, posibilidad de conocer distintos enfoques de un mismo tema, adquisición de una mentalidad crítica, etc., debemos destacar que la prensa por el mero hecho de ser leída, favorece la cantidad de vocabulario que posee el alumno, mejora la ortografía y la gramática, disminuyendo las faltas de ortografía y mejorando la expresión general del alumno.

2.1.10. La radio y la educación

La radio, junto con la prensa escrita, es una de las grandes olvidadas para las juventudes de hoy en día dentro de los Medios de Comunicación, y también en referencia a su relación con la Escuela, permaneciendo como un medio de información importante para la sociedad en general, pero poco utilizada en particular en la enseñanza, a pesar de ser una herramienta que ofrece grandes posibilidades en su utilización en la docencia, ya que la enseñanza tradicional queramos o no se ha basado en la transmisión oral y escrita, semejante a las vías de transmisión de la radio y de la prensa.

El uso de la radio por nuestra juventud se limita básicamente al hecho de escuchar música y algunos programas diseñados específicamente para jóvenes, con bromas y concursos, en los cuales pueden llamar por teléfono y dar su opinión sobre temas que a ellos les interesan, escuchan las opiniones de los demás, y poco más.

Y es que, en esta sociedad, los Medios de Comunicación que prevalecen, como ya se ha dicho varias veces, son los visuales, a pesar de que el lenguaje oral ha sido una forma básica de transmisión de conocimiento a lo largo de los años, y es el medio fundamental por el que nos relacionamos los seres humanos entre nosotros, a través de la palabra hablada y oída, sin olvidar que el saber, las tradiciones, etc. continúan transmitiéndose por el medio oído y hablado, mediante el boca a boca.

En cualquier caso la Escuela no ha sabido incorporar la radio a sus procesos de enseñanza, aprovechando todo lo bueno que ofrece este medio al ámbito educativo, que no es poco, y teniendo en cuenta que hoy en día, que todo esta colapsado por la imagen, sería necesario darle la relevancia que se merece a la formación oral, dada su importancia a la hora de desarrollar el lenguaje

desde prácticamente el momento en que nacemos, ya que somos individuos sonoros desde antes de nacer: el oído es el sentido que el niño ya utiliza desde que está en el vientre materno, respondiendo a estímulos sonoros.

El medio auditivo se encuentra a medio camino entre lo puramente visual y lo leído y escrito, y teniendo en cuenta que el niño actual ha nacido en una sociedad en la que lo que impera es la imagen, desarrollándose perfectamente en este medio y dominándolo hasta cierto punto, lo que debemos de motivar es el sentido del oído y la palabra hablada, ya que esto promueve una serie de actitudes que no se consiguen solamente con el medio visual ni con el escrito, y sin olvidar que una parte fundamental de lo audiovisual lo compone su vertiente auditiva.

Si no potenciamos correctamente el sentido del oído, lo que hacemos en cierto modo es atrofiar la expresión oral, con lo cual tendremos alumnos con una capacidad de expresión menor, lo que influirá negativamente en todos los aspectos de su vida en las relaciones orales y escritas con el entorno, por lo que no debemos darle importancia sólo a lo visual, a pesar de que impere en nuestra sociedad, sino que hay que fomentar la expresión oral, educando el oído, que como ya se ha dicho anteriormente, es la base de las relaciones humanas. Jamás podremos considerar que un individuo tiene una competencia adecuada en medios de comunicación si no domina el aspecto oral.

La formación que queremos ofrecer a nuestros alumnos en Medios de Comunicación hemos dicho que es muy importante, pero podemos caer en la tentación de dar más importancia a unos medios, como por ejemplo Internet o la televisión, y quitársela a otros, como en este caso puede ser la radio, y no podemos olvidar que en el aula, la mayor parte de información que se le suministra al alumno viene por la vía oral, ya que ha quedado claro que es la

forma básica de relación entre seres humanos, con lo que su formación y educación viene fundamentalmente a través de esa vía, por lo que aquí tenemos una razón mas para trabajarla y educarla.

Una característica muy importante de la que aún no hemos hablado que posee la radio y que no poseen el resto de los Medios de Comunicación es que favorece mucho la imaginación, ya que tenemos tendencia a asociar a todo tipo de situaciones una imagen, pero a través de otros medios esta imagen ya nos viene suministrada, sin embargo al igual que con la lectura de un libro, en la radio la imagen tenemos que formarla nosotros a partir de la única información que nos llega, que es sonora, lo cual se incrementa la capacidad de escuchar y la de analizar lo que se escucha.

Con esto convertimos la principal limitación de la radio, que es la falta de imagen, en su característica más aprovechable, ya que aquí no utilizamos el sentido de la vista, del cual somos tan dependientes actualmente. Teniendo en cuenta esto, no podemos comparar la radio con los otros Medios de Comunicación, pero sí debemos saber sacar partido de esta capacidad de fomentar la imaginación, siendo capaz de generar contenidos lo suficientemente atractivos para los alumnos.

La radio, junto con esta característica imaginativa que incorpora, proporciona un entorno ideal para crear realidades gracias a los elementos que nos proporciona: palabra, música, sonidos, etc. De hecho, cualquier elemento sonoro puede provocar la distinta creación de imágenes por parte de cada sujeto en particular, siendo capaz de crear personas, entornos, situaciones, etc. que pueden llegar a ser lo mas reales o lo mas fantásticos e irreales posibles.

El escuchar la radio necesita una predisposición y un esfuerzo, ya que tenemos que prestar una cierta atención a los mensajes que de ella nos llegan, de modo que si no se dedica la atención adecuada, difícilmente entenderemos el contenido de lo que se nos dice, trabajando así la capacidad de escucha y no teniendo una actitud tan pasiva como frente a los medios visuales, en los cuales ocurre que si no estamos atentos a lo que escuchamos, simplemente por la imagen podemos intuir de lo que va la noticia o el programa.

En estratos sociales marginales, en los que no hay posibilidad de acceder a una formación adecuada y continuada, o esta posibilidad es mínima, la radio puede sustituir esta función formativa, como Medio de Comunicación de masas que llega a todos los lugares donde no llega la formación reglada, ya que en todas las casas existen equipos de radio, por lo que es una manera de poder combatir la falta de formación y el analfabetismo, al menos en la expresión oral de los oyentes, que la pueden mejorar considerablemente, aunque por desgracia no mejoraría la expresión escrita, faltas de ortografía, etc.

A la hora de destacar ventajas de la radio, debemos decir que también nos ayuda a distinguir en los sonidos matices como la intensidad, el tono, el timbre, etc., lo que hace que se aprecien mucho más los sonidos, cosa que todos los docentes saben que es muy importante, ya que la entonación utilizada, la alternancia en el tono de la voz (mas fuerte o mas débil), la inclusión de silencios en momentos adecuados, etc., junto con el lenguaje corporal hace que se mantenga la atención del alumno, que capte referencias que hagan que luego recuerde mejor la explicación, formando paralelamente en las diferentes manifestaciones concretas del sonido: palabras, música, sonidos e incluso silencios.

En nuestro país las experiencias educativas a través de la radio son mínimas, por no decir nulas, pero sin embargo existen otros países donde si que existe una gran variedad de programas educativos, a parte de programas de divulgación específicos de distintas temáticas que tienen gran aceptación por parte de los oyentes, y que tienen una gran audiencia. En este aspecto las Administraciones Educativas tienen una asignatura pendiente, de manera que deberían subvencionar y promover la creación de programas de este tipo.

A pesar de la falta de recursos existentes en la mayoría de los centros, si que internamente en algunos se están organizando talleres de radio en los que los alumnos organizan programas que ponen en onda sobre todo en ámbito local, en los que los jóvenes hablan de sus problemas, sus intereses, etc. y que tienen un alto grado de aceptación y de participación, ya que los mismos compañeros participan con llamadas, opiniones y aportaciones varias.

2.1.11. La publicidad y la educación

Algo que siempre encontramos presente en la sociedad actual, tanto en los Medios de Comunicación como en cualquier ámbito que estudiemos son los anuncios publicitarios, que llegan hasta nosotros a través de todos los sentidos: anuncios visuales, escritos, sonoros o combinando varios de ellos, y tanto la publicidad de la cual somos conscientes como la publicidad oculta que no detectamos explícitamente, pero que sin embargo está ahí y entra a formar parte de nuestro pensamiento sin que apenas nos demos cuenta.

La publicidad es comunicación en su estado puro, mediante la cual somos capaces de transmitir ideas a muchas personas a la vez, con mensajes claros y directos, fácilmente interpretables por el receptor, además de poseer una gran capacidad de transmitir cantidades enormes de información en espacios muy breves de tiempo o de espacio.

Pero por otro lado no podemos olvidar la principal característica de la publicidad, y esa no es otra que la gran capacidad de manipulación que tiene, ya que ese es su fin, el de convencer para consumir algún producto, convencer sobre algún tema o adoctrinar en referencia a algo.

Esta manipulación viene dada ya que a la hora de realizar cualquier tipo de anuncio publicitario, se decide que imágenes se incluyen en él, desde que punto de vista se enfoca el anuncio, que comentarios o textos se utilizan; siempre se hace todo con una preparación previa que denota una intención en el anuncio, llevando por lo tanto asociada un nivel de manipulación.

El fin último que pretende la publicidad es que nosotros, los receptores de dicha publicidad consumamos un producto determinado o tengamos un pensamiento determinado respecto a un tema concreto. En general lo primero sí que lo podemos considerar publicidad propiamente dicha, pero lo segundo es algo un poco más abstracto, y se suele considerar más propaganda de algún tipo que publicidad.

En cualquiera de los dos casos lo que se intenta es poner en realce los beneficios del producto que se quiere promocionar, y ocultar sus carencias o defectos, sean los que sean, tanto si es algo material como si es un pensamiento o una idea. A veces se le añaden características que el producto en sí mismo no contiene, creando una imagen mucho más ideal que la real, que es lo que hace que nos convenza de la conveniencia de su consumo, y donde se manifiesta la manipulación existente, ya que el anuncio publicitario está diseñado específicamente para conseguir ese objetivo, sin importar que lo que se esté promocionando sea cierto o no.

La publicidad proporciona una dualidad “positividad-negatividad”, muy peligrosa y ambigua en torno al producto presentado, de manera que si se

consume el producto anunciado parece ser que todo será maravilloso y sus beneficios inmediatos, dejando a nuestra elección el ser felices o no, ya que el hecho de no consumirlo prácticamente nos asegura el no llegar a serlo tanto como si lo hacemos.

Pero cuando analizamos la publicidad más a fondo no sólo encontramos esta dualidad “positividad-negatividad”, sino que encontramos otra muy importante, y es que el resto de los Medios de Comunicación (radio, televisión, prensa, etc.), incluyen en sus contenidos la publicidad, y esto es debido básicamente a que todos los Medios de Comunicación se nutren económicamente de la publicidad, colaboran entre ellos, y prácticamente sería imposible pudieran subsistir si no fuera por los ingresos que obtienen de la publicidad. De este modo ambos se necesitan: unos no podrían existir sin el apoyo económico de los otros y los otros son un escaparate perfecto para los primeros.

Por lo tanto, la actitud general a mostrar respecto a esta manipulación a la que estamos sometidos por parte de la publicidad es la misma que respecto a otros Medios de Comunicación, lo que tenemos que hacer es crear una actitud lo suficientemente crítica, creando elementos de análisis, que nos hagan reflexionar sobre lo que tenemos a nuestro alrededor.

Además la publicidad es algo que evoluciona muy rápidamente, ya que las técnicas publicitarias que se utilizaban hace 5 años para promocionar un determinado producto, seguramente hoy en día no sean nada efectivas incluso para publicitar el mismo producto, ya que la publicidad debe estar en consonancia con el entorno en el que se desenvuelve la sociedad en ese momento concreto; de hecho la publicidad por sí sola es capaz de crear actitudes o valores en la sociedad, así como eliminar otras, transmitiendo a su antojo lo que en cada momento más le conviene.

No sólo podemos considerar a la publicidad como un Medio de Comunicación, sino que a veces se los anuncios se convierten en auténticas obras de arte, por lo que la publicidad se nutre del arte y de sus profesionales, ya sean fotógrafos, pintores, escultores, dibujantes, diseñadores, directores de cine, actores, etc.; pero también el arte se nutre de la publicidad, ya que algunas de las ideas que se originan en las empresas de publicidad para promocionar algún producto pasan a la historia como obras de arte, solamente recordar los carteles publicitarios que Toulouse-Lautrec diseñó para promocionar el Moulin Rouge, o el de la sopa Campbell creado por Andy Warhol, por lo que el binomio publicidad-arte va casi siempre unido, además, quién nos asegura que la publicidad de hoy no sea arte el día de mañana.

La publicidad puede llegar a tener una vertiente educativa, pero no podemos olvidar que su función principal, para la que fue ideada y la que debe cumplir antes de ninguna otra, es la de incitar a los receptores a consumir los productos que se presentan en sus mensajes; y de hecho existen multitud de estudios que avalan que los productos que más presentes están en la publicidad de un sector determinado son los que más se venden, y de manera muy diferenciada de aquellos productos que no son promocionados por publicidad.

No siempre el receptor del mensaje interpretará lo que el anuncio publicitario quiere transmitir, por lo que hay que desarrollar esta habilidad, al ser ésta es una capacidad que se aprende y que con la práctica se perfecciona, y aquí es donde la Escuela debe ejercer su labor, suministrando las herramientas para que el alumno aprenda esas destrezas, al principio solamente interpretando y a posteriori siendo los alumnos capaces de elaborar sus propios anuncios, ya que conocerán mejor el idioma empleado en la publicidad.

2.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DEL PROBLEMA

En virtud de los requerimientos que exige un proyecto de investigación y teniendo en cuenta los aportes teóricos, metodológicos y prácticos de nuestro quehacer social como comunicadoras, iniciaremos por decir que para orientar el desarrollo de nuestra proyecto nos planteamos una pregunta que tuviese la pertinencia requerida tanto para avanzar en un proceso sistemático y coherente de investigación.

En esa perspectiva, se focalizó la organización, se ubicó el problema y se formuló la pregunta de base para el proceso investigativo, En este sentido, es claro que nuestra apuesta investigativa es sobre los medios de comunicación social, cuya función social se basa en la gestión educativa de la unidad educativa replica, con una estructura organizacional interna conformada por funcionarios administrativos y docentes, y un plan de gestión que le facilita operar en cumplimiento de su misión institucional.

Desde ésta perspectiva de la planeación institucional y sus metas estratégicas optamos por abordar el Plan de bienestar social como eje del proceso de análisis, especialmente en torno a sus características, mecanismos de divulgación y los niveles de satisfacción que reportan sus beneficiarios, con el propósito de establecer algunas alternativas comunicacionales que favorezcan su difusión exitosa mediante un plan estratégico de comunicación y los respectivos indicadores de incidencia que permitan medir su impacto en los medios. Aun así, este plan no posee una difusión exitosa que se materialice en participación e identidad dentro y fuera de la institución.

Por lo mismo, es necesario implementar un adecuado plan de comunicación que sea efectivo y permita la circulación de mensajes, contenidos y

significados que adquieren sentido y reconocimiento para el bienestar de los actores sociales y públicos interno.

Es válido mencionar, que nuestro problema de investigación nace de una necesidad de comunicación presentada por una entidad pública y que repercute de forma significativa en el Bien – Estar de su talento humano y de las iniciativas que como organización tienen y han tenido hacia los mismos, para este caso, desde la dirección de Talento Humano.

2.3. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El desarrollo de las tecnologías en la última década ha dado un impulso notable a nuevos medios de comunicación, que hasta hace pocos años no pasaban de ser experimentos comunicacionales, con un radio de acción restringido.

La profesora María del Pilar Vidal (2006), de la Universidad de Santiago de Compostela, a través de su tesis: “Investigación de las TIC en la Educación”, realiza un recorrido histórico sobre el desarrollo de las nuevas tecnologías en la educación.

El estudio contempla una investigación documental, donde se analizan más de setenta estudios y proyectos, a lo largo de treinta años de aplicación de las tecnologías en el ámbito educativo.

La recopilación tiene como objetivo ofrecer un acercamiento a los temas que centran la atención de los investigadores del área y detectar la existencia de algunas líneas de investigación comunes.

En ese sentido, Vidal considera que la investigación en TIC en la educación ha pasado por diversas etapas, en las que se han producido cambios tanto en los problemas de investigación planteados como en la metodología utilizada.

Los primeros indicios de investigación sobre los medios, como antecedente a las TIC, se encuentran en torno a 1918, pero se considera la década de los 50 como un punto clave... La década de los sesenta aporta el despegue de los medios de comunicación de masas como un factor de gran influencia social. La revolución electrónica apoyada inicialmente en la radio y la televisión... A partir de los años setenta, el desarrollo de la informática consolida la utilización de los ordenadores con fines educativos... De vuelta al recorrido cronológico de Vidal, la década de los ochenta marca el inicio de numerosos estudios sobre la integración de las tecnologías en las escuelas: “En esta época empiezan a generalizarse numerosos cuestionamientos y críticas a la evolución de la Tecnología Educativa y a su validez para la educación” (Area, 2004, citado por Vidal).

2.3.1. CATEGORIA DE ANALISIS

Las relaciones entre los objetos, y en este caso, por las relaciones entre los contenidos de las unidades informativas y el tema. Implican la identificación de diferencias y semejanzas y la agrupación en conjuntos. Una categoría de análisis, es la abstracción de una o varias características comunes de un grupo de objetos o situaciones.

Es decir, una vez clasificada la información, ésta se agrupa o asocia, de acuerdo a su naturaleza y contenido como el conjunto de medidas relativas. Igualmente, según el “Bienestar Social de la población va a depender de la equidad en la distribución del ingreso, y el mismo está influido determinantemente por las capacidades y habilidades de los individuos, en el

que los análisis y las políticas distributivas deben enfocarse en lograr la igualdad en términos de “capabilidades”, en el cual el individuo tenga un óptimo desarrollo humano en términos de educación.

Asimismo, el lenguaje Social va a estar en función de la implementación de políticas fiscales adecuadas, basadas en la sostenibilidad fiscal, con el fin de ofrecer protección social permanente a la población, a través de redes de seguridad social.

2.4. POSTURA TEORICA

El estudio se relaciona con varias teorías que le dan forma y se vincula con el proyecto planteado. Sobre este particular, Arias (1999), afirma que las bases teóricas son: “un conjunto de conceptos y proposiciones que...Las TIC en general, y específicamente el blog educativo, pueden ser valorados como instrumentos o medios para mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje... En ese sentido, las siguientes teorías se consideran adecuadas para fundamentar tal instrumentación y sustentar la línea de investigación: Inteligencias Múltiples de Gardner, Constructivismo de Piaget,...

2.5 HIPOTESIS

2.5.1. Hipótesis general

Los medios de comunicación local influye en el lenguaje de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.

2.5.2. Objetivo específicos

- La conducta de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo tiene una gran influencia por los contenidos de los programas de los medios de comunicación local.
- Los medios de comunicación de mayor sintonía entre los estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo tiene efecto en su lenguaje
- Los medios de comunicación local tiene un poco aporte en la calidad educativa de los estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.

2.6. VARIABLES

2.6.1 VARIABLE DEPENDIENTE

Medios de comunicación local

2.6.2 VARIABLE INDEPENDIENTE

Lenguaje de los estudiantes del 2do año de bachillerato de la unidad educativa replica.

CAPITULO III

3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Resultados obtenidos de la investigación

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

Población.

Estudiantes del 2do año de la unidad educativa replica Nicolás Infante Díaz del cantón Quevedo.

Muestra.

ENCUESTADOS

POBLACION	TOTAL
ESTUDIANTES	20
DOCENTES	6
DIRECTIVO	1
TOTAL	27

3.1.2. Interpretación de las encuestas tomadas a los estudiantes del segundo año de la Unidad Educativa Replica Nicolás Infante Díaz

1. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

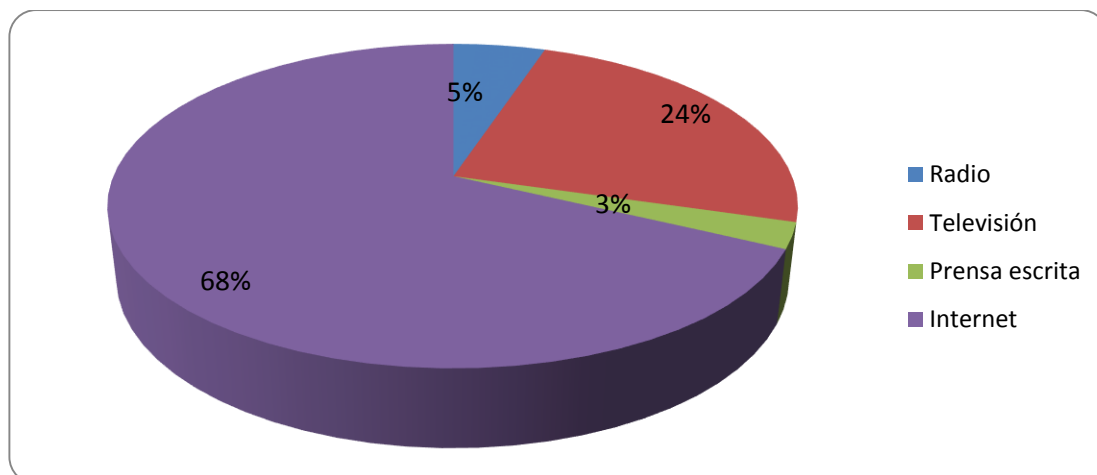
Cuadro 1.- Medios de comunicación con mayor frecuencia

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	4	5%
Televisión	19	24%
Prensa escrita	2	3%
Internet	53	68%
TOTAL	78	100%

Elaborado por: Autora

Fuente: Encuesta

Gráfico 1.- Medios de comunicación con mayor frecuencia



Análisis de datos.- De acuerdo a la información anterior el 68% de los estudiantes encuestados manifestaron que el medio de comunicación que ellos más utilizan es el Internet, el 24% la televisión, el 5% escuchan la radio y el restante 3% en cambio con mayor frecuencia utiliza la prensa escrita como los periódicos o revistas para estar informado.

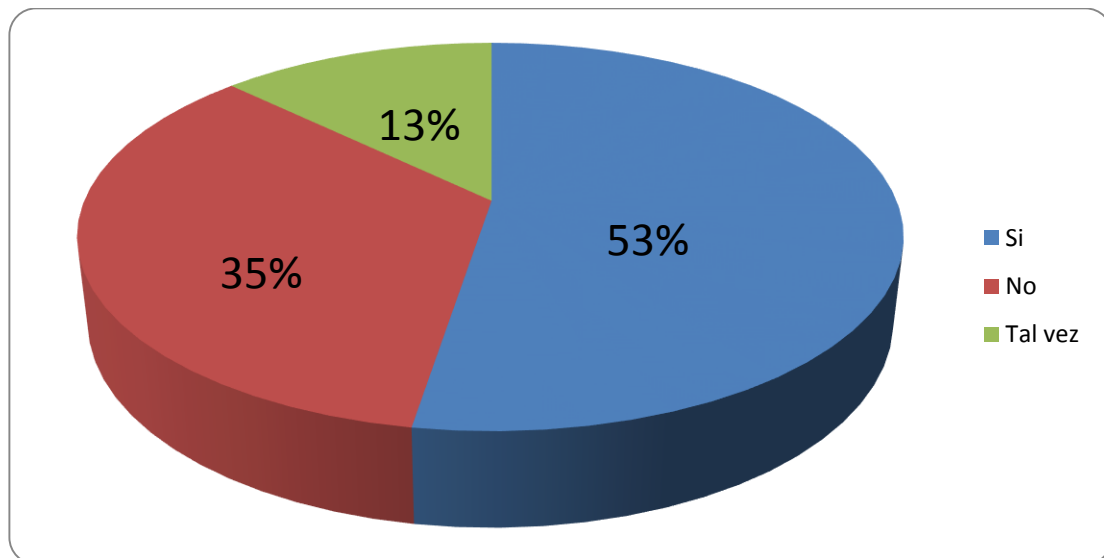
2. ¿Actualmente usted cree que los medios de comunicación influye en el lenguaje de los jóvenes?

Cuadro 2.- Influencia de los medios de comunicación

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	41	53%
No	27	35%
Tal vez	10	13%
TOTAL	78	100%

Elaborado por: Autora
Fuente: Encuesta

Gráfico 2.- Influencia de los medios de comunicación



Análisis de datos.- De acuerdo a la información anterior el 53% de los estudiantes encuestados expresaron que los medios de comunicación SI influyen en el lenguaje de los jóvenes debido a sus fuertes contenidos y que no son regulados por un ente regulador, el 35% en cambio manifestaron que porque eso depende de la educación que se le da en el hogar y el 13% restante que tal vez tenga influencia.

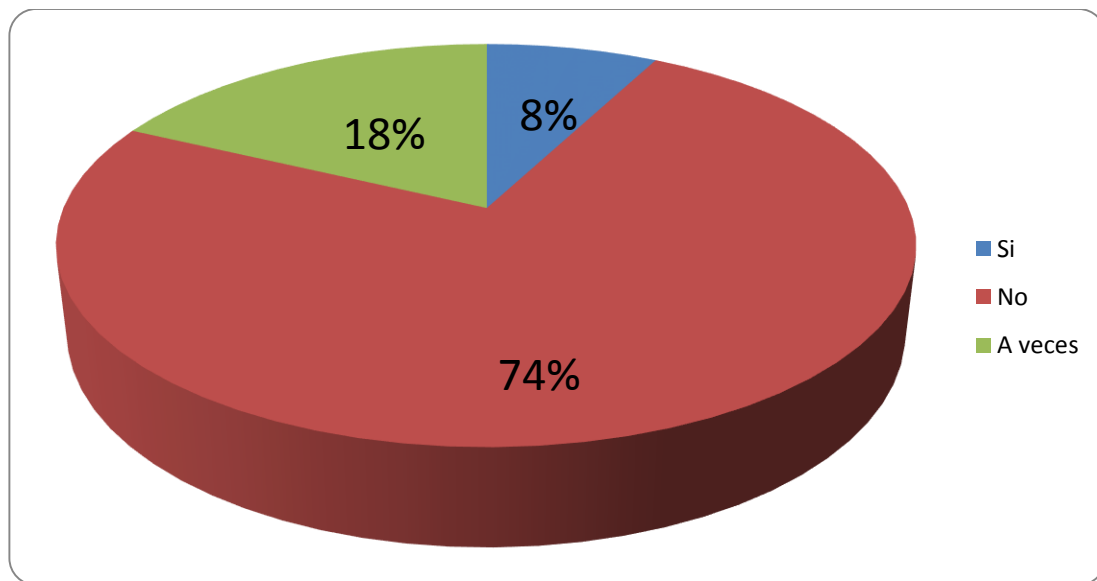
3. ¿Tus padres te contralan el uso de los medios de comunicación local?

Cuadro 3.- Control

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	8%
No	58	74%
A veces	14	18%
TOTAL	78	100%

Elaborado por: Autora
Fuente: Encuesta

Gráfico 3.- Control



Análisis de datos.- De acuerdo a la información anterior el 74% de los estudiantes encuestados expresaron que sus padres no ejercen ningún control en el uso que ellos le dan a los medios de comunicación locales por lo que esto conlleva que los jóvenes estén influenciando con mensajes negativos que a futuro le afectes en ss lenguaje y comportamiento, el 18% a veces sus padres los controlan y el 8% si tiene control.

4. ¿Cuánto tiempo al día le dedicas a utilizar los medios de comunicación local?

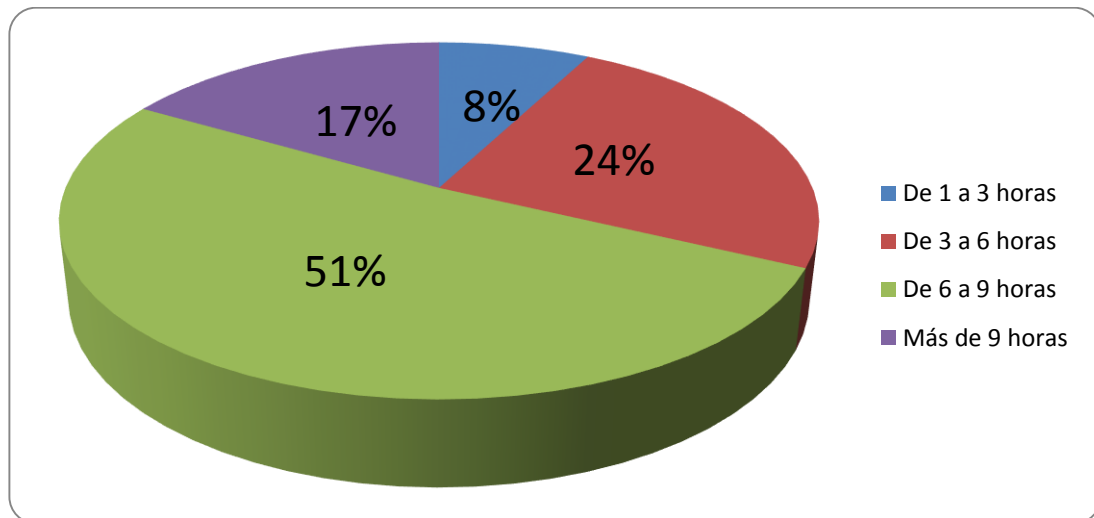
Cuadro 4.- Tiempo

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3 horas	6	8%
De 3 a 6 horas	19	24%
De 6 a 9 horas	40	51%
Más de 9 horas	13	17%
TOTAL	78	100%

Elaborado por: Autora

Fuente: Encuesta

Gráfico 4.- Tiempo



Análisis de datos.- De acuerdo a la información anterior el 71% de los estudiantes encuestados expresaron que ellos le dedican a utilizar los medios de comunicación locales entre 6 a 9 horas al día, lo que provoca que los jóvenes se puedan dejar influenciar por los contenidos, el 24% de 3 a 6 horas el 17% lo utilizan más de 9 horas al día y el 8% tan solo entre 1 a 3 horas al día.

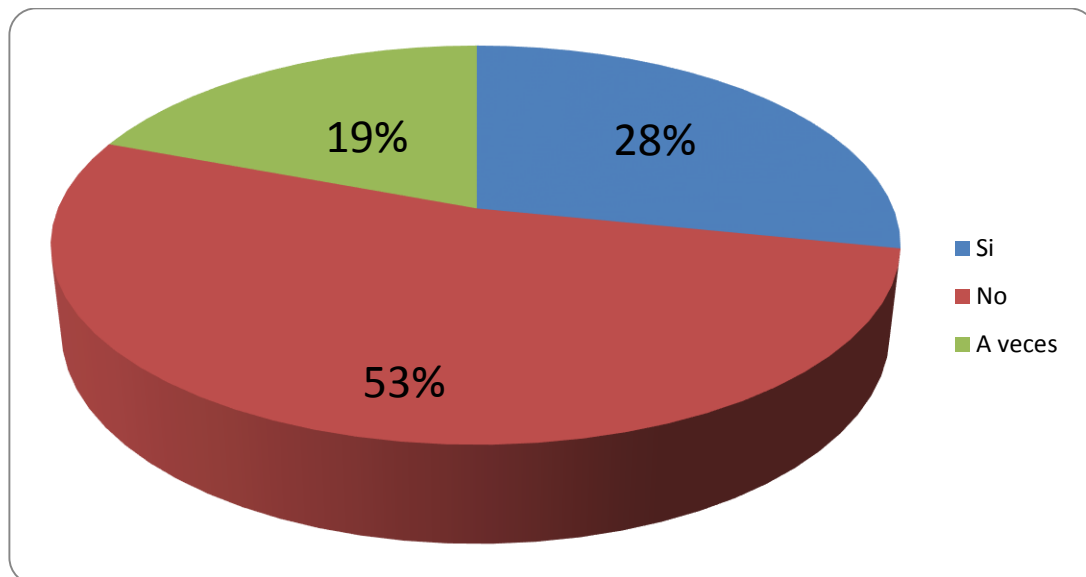
5. ¿Usted cree que los medios de comunicación locales poseen un contenido adecuado para los jóvenes?

Cuadro 5.- Contenido

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	22	28%
No	41	53%
A veces	15	19%
TOTAL	78	100%

Elaborado por: Autora
Fuente: Encuesta

Gráfico 5.- Contenido



Interpretación.- De acuerdo a la información anterior el 53% de los estudiantes encuestados manifestaron que los contenidos de los medios de comunicación no son actos para los jóvenes ya que no se encuentran regulados por ningún tipo de ente regulador ocasionado que muchas veces tengan contenidos fuertes para los jóvenes, el 28% si contienen y el restante 19% de los encuestados expresaron que a veces.

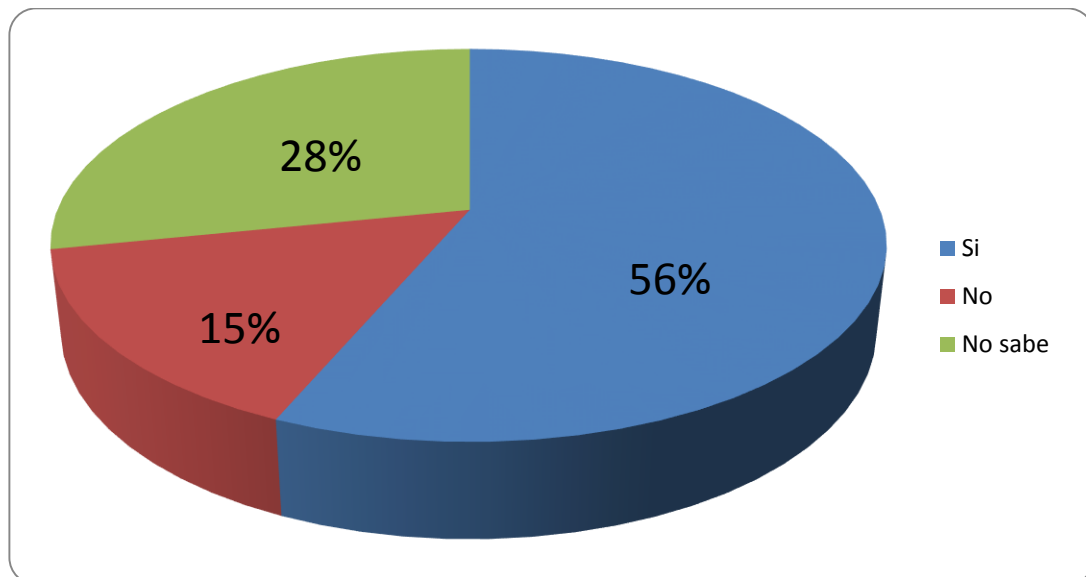
6. ¿Usted está de acuerdo que los medios de comunicación locales deben dar más espacios a contenidos culturales?

Cuadro 6.- Contenidos culturales

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	56%
No	12	15%
No sabe	22	28%
TOTAL	78	100%

Elaborado por: Autora
Fuente: Encuesta

Gráfico 6.- Contenidos culturales



Análisis de datos.- De acuerdo a la información anterior el 56% de los estudiantes encuestados indicaron que los medios locales si deben dar más espacios a contenidos culturales para que así las personas que los observen puedan aprender nuevos conceptos y mejorar sus comportamiento, el 28% no sabe si sería adecuado debido que las personas no están interesadas en este tipo de espacios y el restante 15% en cambio expresaron que no.

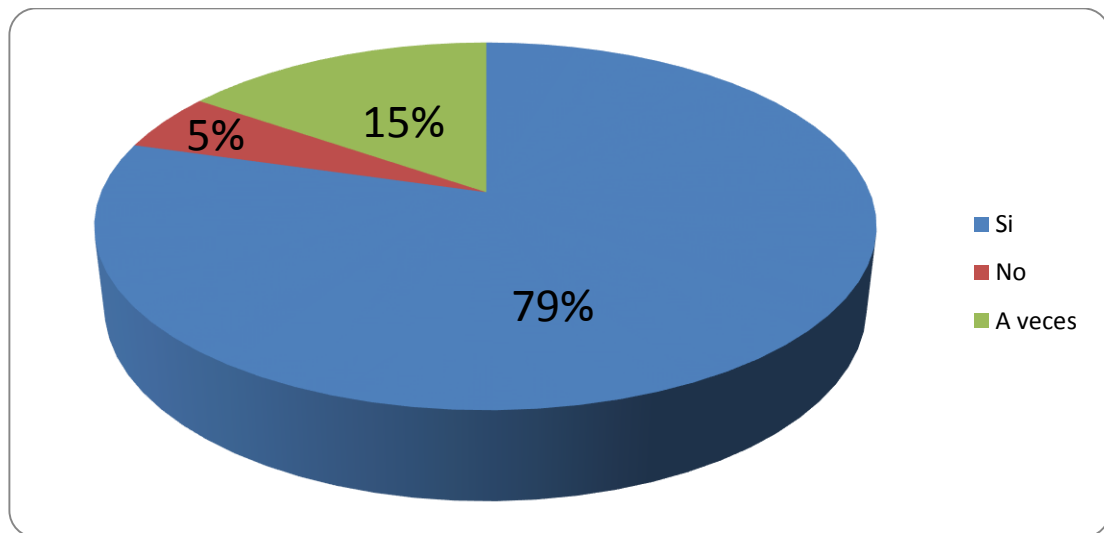
7. ¿Usted cree que los espacios que contengan violencia y sexo afectan a temprana edad el lenguaje de los jóvenes?

Cuadro 7.- Espacios de violencia y sexo

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	56%
No	12	15%
A veces	22	28%
TOTAL	78	100%

Elaborado por: Autora
Fuente: Encuesta

Gráfico 7.- Espacios de violencia y sexo



Análisis de datos.- De acuerdo a la información anterior el 79% de los estudiantes encuestados indicaron que los espacios que contengan violencia y sexo si ha venido afectando el lenguaje de los jóvenes debido que tienden a comportarse de la misma manera que ellos observan o escuchan por medio de los medios de comunicación el 15% a veces afecta ya que depende de la educación que se le dé en el hogar y el 5% en cambio expresa que no afecta.

8. ¿Usted cree todo lo que sucede en la televisión y el internet?

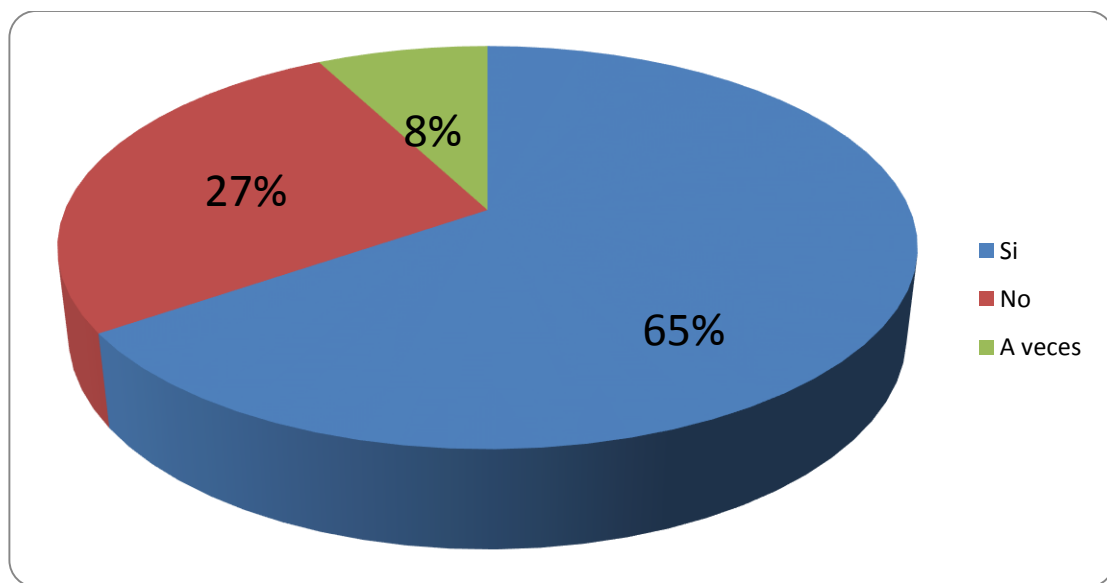
Cuadro 8.- Realidad de los medios

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	51	65%
No	21	27%
A veces	6	8%
TOTAL	78	100%

Elaborado por: Autora

Fuente: Encuesta

Gráfico 8.- Realidad de los medios



Análisis de datos.- De acuerdo a la información anterior el 65% de los estudiantes encuestados expresaron que ellos si creen las cosas que son transmitida por los medios de comunicación locales y por el internet debido que son información ya confirmada el 27% no cree debido que son información que cualquier puede subir o muchas veces son inventadas para poder tener sintonías el 8% a veces cree de la información que es divulgada.

3.2. Conclusiones

- Cabe destacar que los medios de comunicaciones locales influyen de gran manera debido como que no se tiene un control de la programación diaria que ellos emiten por lo cual ha creado que los jóvenes asuman malos hábitos como normales y lo que provocado que actualmente no se perciba un buen comportamiento y educación en los jóvenes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.
- Por medio de la investigación se determinó que el medio de comunicación de mayor influencia que se tiene en los jóvenes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo, es el internet por medio de las redes sociales que actualmente vienen manejando los jóvenes como el Facebook, Twitter y Instagram
- Estos medios crean conductas y comportamientos que los jóvenes en su totalidad asume, a veces con excesiva pasividad, mostrando los medios una clara manipulación sobre los individuos; por lo que la labor real de los medios de comunicación locales debe de ser brindar Calidad para el futuro pasa por integrar estos medios en sí misma, no sólo aprender sus reglas, sus códigos y saber interpretar los mensajes que nos envían los distintos medios, sino para crear individuos realmente críticos que sean capaces de discernir entre información válida e información no válida , evitando así la manipulación a la que por parte de todos los medios estamos siendo sometidos.

3.3. Recomendaciones

- Concientizar a los jóvenes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo a que los medios de comunicación locales además de entretener pueden influir en su forma de pensar, cambiando su ideología acerca de cualquier tema.
- Ser selectivos al momento de ver, leer o escuchar alguna información.
- Equilibrar el uso de medios de comunicación social

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE APLICACIÓN

4.1. Propuesta de aplicación de resultados

4.1.1. Alcance de la alternativa

La siguiente propuesta está encaminada a que los estudiantes del segundo año de la unidad Educativa Replica Nicola Infantesa Díaz desarrollen habilidades que modifiquen sus actitudes y que se muestren indiferentes al problema que son la información que promueve los medios de comunicación locales

4.1.2. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.2.1. Antecedentes

La presente propuesta sobre los efectos que tienden a obtener los niños por los medios de comunicación local, se ha puesto en consideración con la finalidad de lograr concienciación para que este problema sea tratado de una forma urgente por los padres, las autoridades y como los directivos de los medios locales con el fin de superar las falencias que se muestran y que permiten que el lenguaje de los estudiantes se vea afectado

Los medios de comunicación, especialmente la televisión, influyen en el rendimiento y lenguaje de los estudiantes. Es un problema social que se ha aumentado de manera acelerada.

4.1.2.2. Justificación

En este trabajo de campo se pudo confirmar que los medios de comunicación si perjudica a los estudiantes, sin embargo no todos los adolescentes están totalmente seguros que les hallan perjudicado, piensan que pueden controlar el uso de las mismas, que muchas veces lo hacen por no tener nada que hacer o simplemente por distracción.

El tener un poco conocimiento de los estudiantes por el correcto uso es la justificación de esta propuesta la cual consiste en aplicar charlas de capacitación a los estudiantes y profesores de la Unidad Educativa Replica Nicolás Infantes Díaz de la ciudad de Quevedo para que de esta manera tengan un claro conocimiento del correcto uso que se le puede dar a los medios de comunicación locales no solo dentro de clases sino también fuera de institución educativa.

4.2.2. Objetivos

4.2.2.1. Objetivo general

Concientizar a los estudiantes del segundo año de la Unidad Educativa Replica Nicolás Infantes Díaz del cantón Quevedo sobre las ventajas y desventajas de los medios de comunicación locales

4.2.2.2. Objetivo específicos

- Expresar mediante charlas educativas las falencias que tienen los estudiantes en su lenguaje por los medios de comunicación local

- Diseñar un programa educativo para fomentar el buen uso del lenguaje dentro de la Unidad Educativa Replica Nicolás Infantes Díaz del cantón Quevedo
- Mantener constantes diálogos entre docentes, padres de familia y los estudiantes

4.3.3. Estructura general de la propuesta

4.3.3.1. Título

Plan de capacitación sobre el correcto uso de los medios de comunicación locales

4.3.3.2. Componentes

Dictar charlas de capacitación sobre el manejo de los medios de comunicación locales, dando a conocer los beneficios tecnológicos que ofrece, así como también implementando su uso a áreas académicas. Todo esto en bien de mejorar a través del aprendizaje a los estudiantes de la unidad educativa replica Nicolás Infante Díaz de la ciudad de Quevedo.

Formar foros de trabajos, esta es una técnica de gran significación para el desarrollo fundamentalmente de la capacidad crítica en la educación, se trata de que un grupo en su totalidad discuta informalmente un tema, hecho o problema conducido por el docente.

Tema # 1: Avance de los medios de comunicación locales

Dirigido a: Docentes, padres de familia y los estudiantes del segundo año de la unidad educativa replica Nicolás Infantes Díaz del cantón Quevedo

Objetivo:

Expresar mediante charlas educativas las falencias que tienen los estudiantes en su lenguaje por los medios de comunicación local

Cuadro 9.- Avance de los medios de comunicación locales

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACCIÓN	EQUIPO DE TRABAJO	ALCANCE
Brindar un amplio conocimiento a los participantes sobre el correcto uso de los medios de comunicación locales	Difundir mediante talleres, seminarios, charlas, los beneficios y contradicciones de los medios de comunicación locales	Retroalimentar las actividades de manera continua	Docentes Padres de familia Estudiantes	Que se logre estimular a los estudiantes para el correcto uso de su lenguaje
	Estimular a los estudiantes del segundo año a fomentar el buen manejo de los medios de comunicación locales	Realizar publicaciones semanales sobre los avances en las charlas	Docentes	Motivar y estimular a los estudiantes del segundo año para aumentar el desempeño educativo

Tema # 2: Los medios de comunicación locales como fuentes de aprendizajes

Dirigido a: Docentes y los estudiantes del segundo año de la unidad educativa replica Nicolás Infantes Díaz del cantón Quevedo

Objetivo:

Expresar mediante charlas educativas las falencias que tienen los estudiantes en su lenguaje por los medios de comunicación local

Cuadro 10.- Los medios de comunicación locales como fuentes de aprendizajes

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACCIÓN	EQUIPO DE TRABAJO	ALCANCE
Insertar las enseñanzas que ofrecen los medios de comunicación locales en el pensum académico	Establecer foros de trabajo, para involucrar a los estudiantes	Presentar los problemas actuales que presentan los medios de comunicación locales	Docentes Estudiantes	Facilitar la intervención de todos los estudiantes del segundo año Estimular el libre aporte de ideas
	La evolución de los medios de comunicación	Incita al razonamiento de los estudiantes	Docentes Estudiantes	Adquirir destrezas para dirigirse para mejorar su lenguaje

4.4. Resultados esperados

Se desarrolla en base a que la capacitación que se realiza en la Unidad Educativa replica Nicolás Infantes Díaz de la ciudad de Quevedo, es un preámbulo para entablar una mejor relación entre estudiantes y maestros sobre un manejo mejorable del lenguaje en clases y en su vida cotidiana, evitando que este influya en el rendimiento académico de los mismos

El impacto de las capacitaciones involucra las actividades de los estudiantes, la calidad de las charlas por parte de profesionales con un grado de responsabilidad y a su vez creando formatos ejemplos para que de esta manera los estudiantes lleven a cabo una manera diferente de usar su lenguaje produciendo así una constante mejora en su desarrollo estudiantil.

BIBLIOGRAFIA

Adell, S. J. (2011). Enseñanza online elementos para la definición del rol del profesor. España - Madrid: Editorial Kronos.

Ballestas, J. (2014). Los medios de comunicación audiovisuales en la sociedad actual. España - Murcia: Editorial Murcia.

Barrios, L. (2012). Literatura para recrear y educar. Colombia - Bogota: Ediciones Limuis.

Barry, M. L. (2014). Una breve hiustoria de internet. México: Mc Graw Hill.

Cabero, R. (2013). Tecnologia educativa: utilización didáctica del video. Barcelona - España: Editorial Hispanoamericana.

Corominas, A. (2014). La comunicación audivisual y su integración en el currículo. Barcelona - España: Editorial America.

Corzo, T. C. (2014). Leer periodicos en clase. Mexico : Ediotrial Popular.

Escobar, A. (2015). Sociologia. Quito - Ecuador: Corporacionones editora nacional Quito.

Escurra, P. M. (2015). Antecedentes y concepotos básicos de internet. Buenos Aires: El Slavador editorial.

Fuentes, E. (2015). La comunicación educativa. México - México: Editorial Gesnet.

- Gallego, M. (2013). El ordenador, el curriculum y la evaluación de software informatico. Granada - España: Editorial proyecto del sur.
- Guardiola, B. M. (2014). Escuela, familia y medios de comunicación. Barcelona - España: Editorial Suprema.
- Illingwoeth, E. (2015). Lengua y Literatura. Quito - Ecuador: Editorial EDITOGRAN S.A.
- Mander, J. (2012). Cuatro argumentos para eliminar la televisión. Barcelona - España: Editorial Gedisa.
- Marc, F. J. (2013). El nuevo espacio público. Barcelona - España: Editorial La Gedisa.
- Marquez, E. (2014). La violencia en los medios de comunicación. Colombia - Bogota: Editorial Mc Graw Hill.
- Masterman, L. (2011). La enseñanza de los medios de comunicación . Buenos Aires - Argentina: Mc Graw Hill.
- Perez, M. (2013). Los niños y los valores. Valencia - España: Editorial Creatividad.
- Postman, O. (2014). Tecnópolis. La Reducción de la cultura a la tecnología. Madrid - España: Editorial Circulo de lectores.
- Ramonet, I. (2012). La explosión del periodismo, internet pone en jaque a los medios tradicionales. Buenos Aires - Argentina: Editorial la Capital Intelectual.

Rodriguez, G. (2014). La funciones d ela imagen en la enseñanza. mADRID - eSPAÑA: Editorial Gili.

Sarlo, B. (2014). Escenas d ela vida posmoderna intelectuales, arte y videocultura. Buenos Aires - Argentina: Editorial Ariel.

Taddei, I. (2015). Educar es la imagen de ahora. Ecuador - Quito: ditorial Marova.

Urredti, M. (2015). Cibercultura juveniles. Buenos Aires - Argentina: La crijía editorial.

Vilchez, L. (2015). La televisión, los efectos del bien y del mal. Barcelona - España: Editorial Pais.

Wolf, J. C. (2013). La invetsigación dse la comunicación de masas. Barcelona - España: Editorial Paidos.

Younis, H. D. (2012). El aula fuera del aula. La educación invisible d ela cultura audiovisual. Las Palmas - España: Editorial La Gran Canaria.

ANEXOS

REALIZANDO EL PROYECTO





**MATRIZ PARA LA SUSTENTACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

NOMBRE: JESSICA ALEXANDRA BONE CARPIO **CARRERA:** COMUNICACIÓN SOCIAL **FECHA:** 13 DE SEPTIEMBRE DEL 2016

TEMA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN EL LENGUAJE DE LOS ESTUDIANTES DEL 2DO AÑO DE LA UNIDAD EDUCATIVA REPLICA “NICOLAS INFANTE DIAZ” AÑO 2016

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	MÉTODO
¿De qué manera los medios de comunicación local influyen en el lenguaje de los estudiantes de la Unidad Educativa Replica Nicolás Infante Díaz del Cantón Quevedo?.	Analizar como los medios de comunicación local influyen en el lenguaje de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo	Los medios de comunicación local influye en el lenguaje de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.	Método Analítico Método Deductivo Método Inductivo
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	TÉCNICAS
¿Cuál es la influencia en la conducta de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo?.	Identificar la influencia en la conducta de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.	La conducta de los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo tiene una gran influencia por los contenidos de los programas de los medios de comunicación local.	Observación
¿Cuáles son los medios de comunicación que más les gustan a los jóvenes los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo?.	Detectar cuáles son los medios de comunicación que más les gustan a los jóvenes los Estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.	Los medios de comunicación de mayor sintonía entre los estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo tiene efecto en su lenguaje	Encuestas
¿Cómo el lenguaje aporta a la calidad educativa de los estudiantes?.	Determinar el aporte del lenguaje en la calidad educativa de los estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.	Los medios de comunicación local tiene un poco aporte en la calidad educativa de los estudiantes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.	

RESULTADO DE LA DEFENSA: _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIDAD EDUCACIÓN BÁSICA

BANCO DE PREGUNTAS PARA LA ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES

1.- ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

- Radio
- Televisión
- Prensa escrita
- Internet

2.- ¿Actualmente usted cree que los medios de comunicación influye en el lenguaje de los jóvenes?

- Si
- No
- Tal vez

3.- ¿Tus padres te contralan el uso de los medios de comunicación local?

- Si
- No
- Tal vez

4.- ¿Cuánto tiempo al día le dedicas a utilizar los medios de comunicación local?

- De 1 a 3 horas
- De 3 a 6 horas
- De 6 a 9 horas
- Más de 9 horas

5.- ¿Usted cree que los medios de comunicación locales poseen un contenido adecuado para los jóvenes?

- Si
- No
- A Veces

6.- ¿Usted está de acuerdo que los medios de comunicación locales deben dar más espacios a contenidos culturales?

- Si
- No
- No Sabe

7.- ¿Usted cree que los espacios que contengan violencia y sexo afectan a temprana edad el lenguaje de los jóvenes?

- Si
- No
- A Veces

8.- ¿Usted cree todo lo que sucede en la televisión y el internet?

- Si
- No
- A Veces