



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGUENSE URACCAN

Monografía

**Influencia que ejercen los medios de comunicación:
televisión, juegos de videos y musicales en niños,
niñas y adolescentes. Siuna-RAAN. 2011**

**Para optar al título de Licenciado en Ciencias Sociales con
mención en Desarrollo Local**

Autor: Raúl Iván López Ruiz

Tutora: MSc. Angélica Leonor Ruiz Calderón

Siuna, Mayo del 2011

**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES
AUTONÓMAS DE LA COSTA CARIBE
NICARAGUENSE
URACCAN**

Monografía

Influencia que ejercen los medios de comunicación:
televisión, juegos de videos y musicales en niños,
niñas y adolescentes. Siuna-RAAN. 2011

Para optar al título de licenciado en Ciencias Sociales con
mención en Desarrollo Local

AUTOR: Raúl Iván López Ruiz

TUTORA: MSc. Angélica Leonor Ruiz Calderón

Siuna, Mayo del 2011

Dedico este trabajo a Jehová Dios, creador de nuestros mayores sueños.

A mí querida familia: mi madre **Leonor Ruiz**, por ser guía, consejera y ejemplo. Mi inolvidable abuelita **Mercedes**, como la persona que significo mucho a lo largo de mi vida como la persona que contribuyo a mi formación social y cultural. A mis hermanos **Sergio y Freddy** así como a mi sobrinita linda **Denisse Izayana Rodríguez Dávila**.

A la maestra **Jacoba Dávila Molina**, que siempre me animo con sus consejos durante mi vida estudiantil.

Raúl Iván López Ruiz

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a nuestro padre celestial **Jehová** que nos da amor y sabiduría a lo largo de nuestras vidas porque, es un Dios bondadoso y siempre desea lo mejor para nosotros.

A mi madre **Leonor Ruiz Calderón** que siempre sembró la semilla del emprendimiento académico y que en todo momento estuvo de cerca para apoyarme en los momentos difíciles que se me presentaron a lo largo de la carrera.

A la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense **URACCAN** y al personal docente de la carrera de Ciencias Sociales con mención en Desarrollo Local, por facilitarnos la oportunidad de desarrollarnos como profesionales y seres humanos, por compartir sus conocimientos que han sido de gran utilidad en el transcurso de nuestra carrera y lo será en toda nuestra vida.

Al cuerpo docente que tuve el honor de tenerlos como guías en el transcurso de de mi vida universitaria.

A todas las personas que me brindaron información necesaria para lograr este trabajo.

¡GRACIAS INFINITAS A TODOS Y TODAS!

El autor

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS	PAG.
Dedicatoria.....	i
Agradecimientos.....	ii
Índice General.....	iii
Índice de anexos.....	iv
Resumen.....	v
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS.....	5
III. MARCO TEORICO.....	6
3.1. Generalidades.....	6
3.2. Programas que ofertan los medios de comunicación.....	10
3.3. Manifestación de la violencia que ejercen los medios de común.....	17
3.4. Efectos que producen los medios	30
IV. METODOLOGIA Y MATERIALES.....	42
V. RESULTADOS Y DISCUSION.....	48
5.1. Hábitos y preferencias sobre programas televisivos.....	48
5.2. Manifestación de la violencia que ejercen los medios de común.....	55
5.3. Efectos de lo que ven niños y niñas.....	59
VI.CONCLUSIONES.....	64
VII. RECOMENDACIONES.....	65
VIII. LISTA DE REFERENCIAS.....	66
XII. ANEXOS.....	68

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Guía de entrevistas a niños/as y adolescentes

Anexo 2: Guía de observación

Anexo 3: Fotografía 1

Anexo 4: Fotografía 2

Resumen

La presente investigación se realizó en tres barrios del municipio de Siuna, Región Autónoma Atlántico Norte (RAAN): Barrio Sandino, Pedro Joaquín Chamorro y Sol de Libertad, la cual trata de la Influencia que ejercen los medios de comunicación: la televisión, los juegos de videos y videos musicales en niños, niñas y adolescentes.

El objetivo principal fue analizar la influencia que ejercen estos medios de comunicación en niños, niñas y adolescentes, siendo indispensable conocer los hábitos y preferencias, así cómo se manifiesta la violencia producto de lo que ven en los programas televisivos, juegos de video en la vida cotidiana de niños, niñas y adolescentes y sus efectos.

Esta investigación es de carácter descriptivo bajo el paradigma cualitativo. Las técnicas empleadas fue la entrevista estructurada acompañada de la observación.

Los principales hallazgos evidencian que las preferencias televisivas están enfocadas por dibujos animados como los Pokemon, las chicas super poderosas los chicos del barrio, los Simpson, bug bunny y Tom y Jerry. Los hábitos oscilan entre tres a cuatro horas frente a la televisión en un horario diario, antes o después de ir o venir de clases. Los adolescentes prefieren ver películas, programas de lucha libre, boxeo, juegos de football y pocas noticias locales o nacionales. Estos hábitos y preferencias han venido a modificar sus costumbres dentro del núcleo familiar.

Los efectos por permanecer mucho tiempo frente a la televisión, son contundentes como violencia entre ellos en las escuelas, no realizan tareas, gestos sexuales, imitación de luchadores entre otros. Con ello han desplazado los principios morales, valores y hasta modos de pensar, costumbres de vida, de alimentación, de vestimenta.

I. INTRODUCCION

Los medios de comunicación, hoy en día son masivos y dominantes, donde la televisión medio audiovisual es admitida como un medio poderoso que ejerce una considerable influencia sobre la estructura familiar, superior a la de cualquier otra innovación tecnológica. Actitudes poco saludables aprendidas desde los medios durante la infancia, pueden ser puestas en acción durante la adolescencia.

Los programas de televisión con contenidos violentos enseñan a los niños y niñas conductas violentas, transmiten a la audiencia infantil una serie de mensajes que los lleva a considerar la violencia como un medio para conseguir lo que se quiere. Toman como modelos de conducta los personajes de los programas de contenido violento.

A partir de la inserción social de la televisión en 1950, México al igual que los demás países han experimentado un desarrollo sin precedentes de los medios de comunicación; tanto que, cada vez más cobra sentido el referirse a la sociedad mexicana también como una sociedad donde lo comunicativo se perfila como uno de sus rasgos distintivos, en la medida que el cambio social en su conjunto se realiza mediatizado por los medios tecnológicos de comunicación **(Argemí,1997: 18)**.

Lo que distingue al escenario comunicativo-educativo vigente en México y en muchos otros países es la pérdida de relevancia en la educación, y particularmente de la escuela, en la formación de las nuevas generaciones; si bien la educación persiste en sus objetivos, los medios de comunicación y especialmente la televisión, han venido adoptando un protagonismo educativo inusitado, aunque no se lo hayan propuesto. Los medios de comunicación y muy particularmente la televisión han conquistado casi todos los espacios de la cultura. Existe consenso entre los sociólogos que los medios

masivos de comunicación se han transformado en una importante agencia de transmisión cultural (**Muñoz, 2000: 170**).

Particularmente se destaca el papel que al respecto juega en la sociedad contemporánea la televisión, medio que se ha convertido en un agente socializador fundamental, entre otras razones, porque ningún otro consume más tiempo a los niños y niñas que éste.

La preocupación de profesores y responsables del sistema de enseñanza sobre la evolución del desarrollo cognitivo de este amplio sector de la población ha estado en el origen de numerosos esfuerzos de producción educativa a través de la televisión en países como Estados Unidos, Japón, Canadá, Inglaterra o México. Tradicionalmente, algunos estudiosos de la Comunicación Educativa han asignado a la televisión un rol tecnológico destacado en la democratización e innovación de los sistemas educativos. (**Comini, 2007: 4**).

En Nicaragua existen más de 165 radioemisoras, ocho canales de televisión en la capital y decenas de canales locales en las cabeceras departamentales, así como tres diarios. El volumen publicitario es captado en el 60.9 por ciento por la televisión, un 25.1 por ciento por los diarios y un 14 por ciento por las radios (**Ibid**).

La televisión ha mostrado un comportamiento estable, mientras que los diarios registraron así un nivel igual al de 1999, pero la radio “perdió terreno” al caer del 15.2 al 14 por ciento.

La existencia del servicio de televisión por cable en Siuna, surge a finales de junio del año 1993, la radio URACCAN desde el 1998 y la stereo Siuna, en el 2001. Los video juegos son de tiempo reciente en este municipio. Aproximadamente tienen alrededor de ocho años de estar presente en la vida de la sociedad Siuneña.

Hoy en día, los medios de comunicación se han convertido en algo inseparables en nuestras actividades diarias. Ver la televisión es una de las actividades hogareñas mas comunes de las mujeres y los hombres, escuchar los diferentes programas que ofertan las radios existentes en el municipio, adquirir videos y músicas en discos compactos.

Es mucho lo que se sabe acerca de los efectos perjudiciales de la violencia televisada en los niños /a y adolescentes, pero gran parte de esta información, es técnica y no está al alcance de padres y madres de familia de lugares geográficamente aislados de la realidad en este aspecto, como lo es el municipio de Siuna.

Este trabajo permitirá un espacio de investigación de opinión en un segmento no considerado anteriormente en investigaciones sobre medios de información y su efecto en los niños, niñas y adolescentes.

Servirá como base en el desarrollo de proyectos posteriores que busquen áreas específicas aplicables a la realidad educativa. Así mismo, esperamos se convierta en un instrumento para tomar decisiones sobre políticas educativas de los medios y del sistema educativo.

Creemos que también comprometerá a personas que dirigen medios de comunicación, docentes y personas interesadas en asumir su función para aminorar el posible impacto negativo que ciertas informaciones podrían causar en los niños, niñas y adolescentes, el analizar las informaciones televisivas con juicio crítico.

Es de gran importancia para que padres y madres tengan conocimiento del peligro que significa la violencia en los medios de comunicación. Además, se espera ayudar a los padres a tomar conciencia de la manera en que los niños /a de distintas

edades perciben los mensajes que le envía la televisión, y la radio fomentando la agresividad y el pesimismo.

En el municipio de Siuna, no existen estudios relacionados a la influencia que tienen los medios de comunicación en el desarrollo de jóvenes, niños y niñas. Con toda seguridad, podemos aseverar que los resultados producto de este trabajo servirán para que los padres y madres de familia, presten mayor atención a los programas que ven los niños, estableciendo límites en el tiempo que pasan viendo televisión y evitando que vean aquellos programas conocidos como violentos. La música que escuchan y observar su conducta para encontrar alternativas para disminuir los índices de violencia.

La pregunta central que guio este estudio es:

¿De qué manera influyen los medios de comunicación: la televisión, los juegos de videos, videos musicales, y la música en el desarrollo de niños, niñas y adolescentes?.

II. OBJETIVOS

General

Analizar la influencia que ejercen los medios de comunicación: la televisión, los juegos de videos y videos musicales en niños, niñas y adolescentes.

Específicos

- Determinar los hábitos y preferencias sobre programas televisivos, juegos de videos, videos musicales y la música de niños, niñas y adolescentes.
- Describir las manifestaciones de niños, niñas y adolescentes reflejados en los programas televisivos, juegos de videos y videos musicales.
- Referir los efectos que ocasionan en niños, niñas y adolescentes los programas televisivos, juegos de video y videos musicales.

III. MARCO TEORICO

3.1 Generalidades

¿Qué son los medios de comunicación?

A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y, en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican. Para algunos, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan en los medios de comunicación como si de un reflejo de la sociedad del momento se tratase, como en un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinados (**Navarro, 1999: 34**).

Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, así que afirmar que alguna de las aseveraciones anteriores es falsa o verdadera sería apresurado, pues todas son sumamente relativas, dependiendo su falsedad o veracidad del contexto específico desde el cual se observen, pues todas estas afirmaciones hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen hoy en día (**Ibíd**).

Sin embargo, es preciso definir a los medios de comunicación desde su condición más esencial; es decir, desde el origen de su naturaleza, pues es por intermedio de esta delimitación que es posible comprender el significado y la manera en que entendemos a los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.

Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en:

Medios audiovisuales: los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información. Hacen parte de ese grupo la televisión y el cine, aunque, cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último es poco tenido en cuenta puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento cultural; en cuanto a la televisión, es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Noticieros, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, científicos y ambientales, etc., conforman la gran variedad de formatos de índole informativa que se emiten a través de los medios audiovisuales **(Ibid, p. 35)**

Medios radiofónicos: la radio es el medio que constituye este grupo. Su importancia radica en que quizá es el medio que con más prontitud consigue la información, pues, además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos, o en una cabina de sonido, y emitir. También vale decir que, por la gran cantidad de emisoras, la radio, como medio

masivo, tiene más posibilidades que la televisión, ya que su público es amplio y heterogéneo; además, a diferencia de los medios audiovisuales, ésta puede ser transportada con facilidad, pues tan sólo necesita un radio de transistores, una grabadora o un equipo de sonido para hacerse operativa. Así mismo, es un medio que, a pesar del tiempo, conserva una gran dosis de magia, pues puede crear imágenes, sonidos, voces y personajes sin necesidad de mostrarlos (**ibid. p. 36**).

Medios impresos: Éstos son las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Son el medio menos utilizado por el público en nuestro país, pues aparte de que para acceder a ellos se necesita dinero, la mayoría de las veces implican saber leer, así como tener alguna habilidad de comprensión, cosa que desafortunadamente en Colombia no todo el mundo tiene. Igualmente requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos (**ibid. p. 37**).

Pero pese a esto, algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos que gustan de las letras para expresarse por considerarlas más fieles y transparentes, pues a menudo se dice y se piensa que la televisión no muestra la realidad tal como es, sino que la construye a su acomodo. El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es

decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad (**ibid: p. 38**).

Estructura según su carácter

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

Informativos: su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales (**ibid, p. 45**).

De entretenimiento: hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir, distensionar o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, etc. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes (**ibid**).

De análisis: son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia (**ibid**).

El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece.

Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretende comunicar.

Especializados: dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas científicas, deportivas o musicales **(Ibid)**.

3.2. Hábitos y preferencias sobre programas que ofertan los medios de comunicación por niños, niñas y adolescentes

Antes de conocer lo que los autores refieren de hábitos y preferencias sobre programas que ofertan los medios de comunicación, es necesario tener una panorámica acerca de lo que significa hábitos y preferencias.

Se denomina hábito a toda conducta que se repite en el tiempo de modo sistemático. Debe quedar claro que un hábito no es una mera conducta constante, sino que debe ser de un grado de regularidad que se confunda con la vida del individuo que lo ostenta **(Wikipedia, 2009, s.p)**.

Todas las personas tienen arraigados una serie de hábitos que tienen notable influencia en sus vidas, hasta el punto de determinar los éxitos y los fracasos en diversas actividades. Es por ello que es de suma importancia fijar la atención en las conductas recurrentes que se han incorporado. Muchas de estas son totalmente inconscientes, por lo que es necesario algún grado de introspección para identificarlas. La mayoría, empero, puede vislumbrarse con facilidad, aunque es difícil tanto incorporar una como eliminarla si es necesario.

Cabe destacar que la responsabilidad por los hábitos que se tienen puede ser limitada. En efecto muchos de ellos son incorporados en la infancia o en edades tempranas, cuando aún no se tiene una clara idea de sus consecuencias. También puede suceder que tanto los buenos como los malos sean adquiridos por influencia del medio externo, como por ejemplo la familia. Como sea, siempre es importante prestar atención a ellos para usarlos a nuestro favor (**ibid**).

Preferencia es un concepto usado en ciencias sociales, particularmente en economía. Asume una elección real o imaginaria entre ciertas alternativas y la posibilidad de ordenarlas. Más generalmente, puede verse como una fuente de la motivación. En ciencias cognitivas, las preferencias individuales determinan la elección de los objetivos (**ibid**).

Hábitos y preferencias en niños, niñas y adolescentes

La mayoría de los niños en el mundo, según un estudio de la UNESCO pasan un promedio de 3-4 horas diarias viendo televisión. Es decir que pasan 1500 horas por año frente al televisor, y apenas 800 horas en la escuela. De esta forma la televisión se ha convertido en una influencia muy poderosa en el desarrollo del sistema de valores, en la

formación del carácter y en la conducta de los niños y adolescentes **(Comini, 2007: 5)**.

Sin embargo lo más lamentable de todo este panorama es que la mayoría de los programas de televisión, esencialmente proveniente de los Estados Unidos, contienen un alto grado de violencia.

Nell Postman autor del libro “La televisión y los adolescentes”, aconseja que los padres pueden proteger a los niños del exceso de violencia en la televisión, prestando mayor atención a los programas que ven los niños; estableciendo límites en el tiempo que pasan viendo televisión; evitando que vean aquellos programas conocidos como violentos; deben cambiar el canal, o apagar el televisor cuando aparecen escenas ofensivas, y explicarle al niño aquello que consideran malo del programa.; señalar al niño que aunque el actor no se lastimó, hirió, o murió durante el programa, la violencia puede producir dolor o muerte si sucede en la vida real; desaprobando los episodios violentos que suceden frente a los niños; enfatizando el hecho de que esa no es la mejor forma de resolver un problema; para contrarrestar la presión que ejercen los pares, compañeros y amigos, debe comunicarse con otros padres para poner en vigor reglas similares sobre el tiempo y tipo de programa que deben ver los niños **(Ibíd)**.

La representante del Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef), Devora Comini, expresó que para disminuir los niveles de violencia en el país es necesario reforzar la educación en los hogares y que los medios de comunicación se limiten a transmitir programas “rojos” o plagados de imágenes violentas.

La funcionaria explicó que en Nicaragua, al igual que en otros países de la región, los hechos de violencia inician en el seno familiar. Y para ella la televisión juega un papel importante en

crear este ambiente hostil, afectando principalmente a niños y adolescentes.

Comini manifestó que pasan más horas mirando televisión que jugando con otros niños, eso pasa principalmente con los niños de familias con bajos recursos económicos, porque no tienen otra forma de entretenimiento, hay que enseñarle al niño cómo tratar la información que le llega desde la televisión, hay que enseñarle a ver las cosas de una forma más crítica **(Ibid)**.

Agregó que lo ideal sería que los dueños de medios de comunicación conscientes de su papel social no transmitan programas “dañinos” o al menos difundirlos en horarios donde no puedan ser vistos por los niños.

Pero si los propietarios de medios no toman tal decisión, les tocaría a los empresarios ayudar a la sociedad anunciando sus productos durante la transmisión de programas constructivos. “Los consumidores de los medios de comunicación deben comenzar a distinguir los programas que son buenos para sus familias y para sus niños y quiénes apoyan estos programas”, indicó Comini.

Continuo diciendo que ni en las caricaturas se salvan los niños de ver solo actos de violencia porque ahora todos los dibujos animados traen demasiada violencia y se supone que esos son programas que los niños pueden ver y distraerse pero el mensaje de estos dibujos animales hoy en día solo tratan de grandes violencias hasta hay dibujos vulgares, apunto.

La sociedad actual, y los medios de comunicación en particular, no favorecen en nada una adolescencia fácil. Gran parte de la marginación, y en ocasiones, la formación de grupos violentos, llamados ahora "tribus urbanas" no suelen ser más que una consecuencia lógica de una sociedad donde el estatus y la riqueza son los objetivos prioritarios a conseguir, y donde otras

formas de vida, mucho más cercanas a lo humano, van desapareciendo (**Hendren, 1993: 557**).

Los Adolescentes y la Televisión

La forma de pensar de los adolescentes experimenta una revolución que se inicia, aproximadamente, a los once (11) años. Los niños más jóvenes pueden captar puntos de vista ajenos siempre y cuando sean conocidos y verificables. Los adolescentes pueden tomar en consideración diversas perspectivas acerca de casos hipotéticos y ajenos a su experiencia (**Villasmi, 1999, p.2**).

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

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

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

Mientras que el cine trata de vez en cuando problemas complejos, la televisión no suele hacerlo. Esto es evidente en los noticieros, cuando son adolescentes, ven noticieros con más frecuencia que cuando eran más niños, la realidad es que los noticieros son sólo otra forma de empaquetar entretenimiento.

Los Adolescentes y el Sexo en los medios de comunicación

La base de todas las relaciones humanas exitosas es el respeto y afecto. Es importante motivar a los adolescentes para que vean programas y película que tienen en cuenta esto. Infortunadamente, los adolescentes suelen sentirse presionados a volverse activos sexualmente antes de conocer a fondo las bases emocionales de la sexualidad humana (**ibid**).

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

Los adolescentes aprenden del sexo de una manera diferente de otros tipos de aprendizajes sociales, porque la información no procede de la participación y la observación sino de otras personas y gran parte de esa información termina siendo falsa. En cuanto a la difusión de información sexual, los padres, las escuelas y las instituciones religiosas difieren en cuanto a su disposición y grado de tranquilidad (**ibid**).

La negación de los padres contribuye en gran medida a limitar el acceso de sus hijos a la información sexual, al mismo tiempo que los adolescentes tienen relaciones sexuales a una edad cada vez más temprana. Esta tendencia tiene implicaciones potencialmente devastadoras para nuestra sociedad, porque ya

es un hecho bien documentado que los adolescentes más jóvenes están menos informados acerca del control de natalidad y la prevención de enfermedades de transmisión sexual, y además, tienen más probabilidades que los adolescentes mayores se involucren en relaciones sexuales sin protección **(Ibid)**.

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

En vez de adentrarse en el tema más complejo de la intimidad humana, los medios se sienten satisfechos mostrando, sencillamente a las parejas haciendo el amor.

Los medios no les han proporcionado a los adolescentes varones modelos dignos de ser imitados. Sin embargo ¿por qué razón los varones se sienten atraídos de manera particular por los mensajes que por los énfasis en la intimidación y el abuso del poder como mecanismo para salir adelante en el mundo? Mientras que en los niños varones influyen muchísimos más los modelos masculinos que los femeninos, en las niñas influyen por igual los modelos masculinos y femeninos **(Ibid)**.

Los efectos de algunas películas son inmensamente distintos y el sistema de clasificación actual no tiene en cuenta esa diferencia adecuadamente. Aunque son importantes las clasificaciones que reflejan lo que el "padre promedio" considera apropiado para sus hijos, también es importante tomar en consideración lo que las investigaciones nos dicen acerca de lo que perjudica a los niños y a los adolescentes.

3.3. Manifestaciones de violencia que ejercen los programas televisivos, los juegos de video en la vida cotidiana de niños y adolescentes.

¿Qué es la violencia?

Según el diccionario: “La violencia es una acción injusta con la que se ofende, humilla o perjudica a alguien”. Es decir, hacer violencia sobre una persona sería obligarle a hacer algo que esta no quiere. Algo violento es aquello que esta fuera de su estado natural, que obra con ímpetu y fuerza, que se hace con brusquedad o intensidad extraordinaria. Todo lo violento se ejecuta contra el modo regular o fuera de razón y justicia.

Si hablamos de relaciones, la violencia también puede ser considerada como aquella situación o situaciones en que dos o más individuos se encuentran en una confrontación donde una o más de una de las personas afectadas sale perjudicada, siendo agredida física o psicológicamente.

3.3.1. Teorías de los medios de comunicación

La primera teoría sobre los medios de comunicación, a principios de siglo – en ocasiones conocidas como la teoría de la bala mágica o el modelo de los efectos “hipodérmicos” de los medios – es un simple modelo sobre la propaganda mediática. Este enfoque asume que las personas son seres pasivos y que el mensaje de los medios ejerce un impacto directo sobre ellas **(Levine, 1997: p. 46)**.

Se afirma que:

- Los mensajes de los medios se dirigen a una sociedad de masas que los reciben de forma más o menos uniforme:
- Esto mensajes constituyen estímulos que influyen mucho sobre el individuo:

- Los estímulos conducen a que los individuos respondan de una forma parecida y uniforme
- Los efectos de la comunicación de masas son poderosos, uniforme y directos de **(Ibid: 23 – 24)**.

A pesar de estas teorías se puede escuchar todavía en los debates especialmente entre los que consideran peligros de los medios de comunicación, este tipo de explicación ha sido muy rebatidas por los estudios sociológicos.

A continuación, se explica algunas de las teorías que se han desarrollado en situación de este modelo.

3.3.2. Teorías funcionalistas de los medios de comunicación

Las teorías funcionalistas de los medios de comunicación de masas han analizado los modos en que estos han servido para integrar la sociedad, y examinan el papel de sus efectos en ese proceso de integración. Si se considera a los medios de comunicación como una parte del sistema social, estos pueden aportar información, educación, entretenimiento y diversión. De este modo, se han señalado cinco funciones de mayor relevancia **(Macionis y Plumier, 1999:558)**.

1. *La función de vigilancia.* Los medios de comunicación proporcionan un flujo continuo de datos sobre el mundo en que vivimos. Pueden avisarnos de los peligros, desde huracanes hasta las guerras o los delincuentes peligrosos y ser útiles dándonos información sobre los atascos en las carreteras, la marcha de las bolsas y otros tipos de información ligados al bienestar personal. También pueden ser disfuncionales, por ejemplo, al provocar ansiedades innecesarias.

2. *La función de adjudicación de estatutos.* Los medios de comunicación confieren estatutos a determinadas personas, asuntos públicos, organizaciones y movimientos sociales. Todas las personas que aparecen en los medios de comunicación tienen un mayor estatuto social: se convierten en personas más conocidas, para lo bueno o para lo malo. Por otro lado, no solo los asuntos principales, como las elecciones políticas a los juicios más señalados, consiguen la atención de los medios, también algunas cuestiones menos pueden adquirir una mayor relevancia. Así, una niña que padece de una enfermedad que pone en peligro su vida, o una persona mayor que cumple cien años, o los activistas ecologistas que prestan por un problema local de contaminación, puede tener un estatuto del que carecían antes (**ibid**).

3. La función de presión para la aplicación de normas sociales. Esta función destaca al anuncio público de normas sociales, cuya publicidad sirve para reducir la distancia entre las actitudes privadas y la moralidad pública. Lo más destacable, a este respecto, es el modo en que los medios de comunicación pueden servir para dramatizar la desviación social de todo tipo. Al llamar nuestra atención sobre los abusos sexuales a menores o los ancianos en serie, la alerta social crece y se establecen las fronteras de lo moral (**ibid**).

4. La función de transmisión de la cultura. Los medios de comunicación se ha convertido en un agente de socialización. Desde los programas infantiles como Barrio Sésamos a las teleserie juveniles, los medios de comunicación ejercen un papel central de la transmisión de la cultura y la herencia de una sociedad (**ibid**).

5. *La función narcotizante.* Esta es más una disfunción que una función, y hace referencia al modo en que la avalancha de información puede conducir a la superficialidad.

Las teorías posmodernas de los medios de comunicación

Durante la última década, un grupo de nuevos teóricos sociales han señalado el papel central de los medios de comunicación en nuestras vidas. En concreto, han sugerido que ahora vivimos cada vez más a través de los productos de los medios de comunicación, que han pasado a tener una existencia propia. Somos comunicadores de medios; y los mensajes de los medios se convierten en una nueva forma de realidad (**Ibid, p. 562**).

Estamos rodeados e invadidos por los signos. Brudrillard (1929) cree que sociedades modernas se ocupan principalmente del consumo de signos. Aunque en su obra temprana exploraba los “códigos Mediáticos, en su último trabajo la “simulación” se ha convertido en el centro de la vida social. En resumen, lo que esté pasando realmente en el mundo ya no importa, porque la gente vive en un mundo tan “mediados por los medios” que la realidad se deja de lado. Todo lo que nos queda de una explosión (implosión) de signos y **simulacro**, *mundo de signo e imágenes creado por los medios (Ibid)*.

Lo que sucede que ya no se puede distinguir los elementos del mundo real a lo que hacen referencia a estos signos. Unos de los comentarios más famosos y polémicos, afirmo que era una representación hiperreal en nuestras pantallas: los verdaderos campos de batalla habían sido sustituido por saturación mediática.

Podemos observar los bombardeos, escuchar la planificación y ver la guerra con todas sus atrocidades desde la comodidad de nuestro salón. La guerra es una simulación. Todo lo que conocemos es la hiperrealidad que los mensajes mediáticos nos transmiten (**Baudillard, 1991: 19**).

Antes, los medios de comunicación intentaban ofrecer copias de la realidad, pero ahora con su propia realidad. Este es el mundo moderno en que vivimos. Para Baudillard, las masas son consumidoras de medios de comunicación de masas. Ahora, se produce, ya sea en video, televisión, CD, o películas, y llega a nosotros como una híper realidad preexperimentada.

En El Salvador, después de la firma de paz, buena parte de las y los salvadoreños decidieron ponerse de acuerdo para dejar de ser uno de los países más violentos de la región. En ese contexto se puso en marcha la campaña “**Marca la diferencia, sin ser indiferente**” que incluyó movilización social - especialmente de adolescentes y jóvenes-, cambios en la política informativa de los medios de masas y compromisos de diversos sectores para prevenir la violencia.

Fue así que, con el auspicio de el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia y el acompañamiento de Shakira como Embajadora de Buena Voluntad de UNICEF, representantes de radios, canales de TV y periódicos salvadoreños en noviembre pasado firmaron un acuerdo inédito sobre la cobertura de la violencia y se comprometieron a no presentar imágenes de cadáveres, ni cuerpos ensangrentados, y a cuidar del lenguaje y el respeto a los derechos humanos. Una necesidad urgente en países como Nicaragua, plagada de noticieros sensacionalistas que naturalizan la violencia y en nada contribuye a la prevención de la misma (**Comini, 2007:57**)

El componente de los medios de comunicación es uno de los más importantes. No sólo para transmitir los mensajes de la campaña en la que aparecen niños, niñas y personas de la tercera edad víctimas reales de la violencia, sino también para comprometer a los dueños de medios a asumir su cuota de responsabilidad en el tema.

No es demandar a los medios no informar sobre accidentes,

heridos o hechos delictivos, sino que se les propone explorar otros ángulos, se pasa de aceptar la violencia como un espectáculo para generar ganancias, a entender la violencia como un problema social en el que todos tenemos parte.

Cuando se firmó el acuerdo de autorregulación de los medios salvadoreños, uno de los empresarios de la TV se negó a dejar atrás a la nota roja, sin embargo, meses después tuvo que sumarse al cambio, pues la gente que supuestamente demandaba ese tipo de programas dejó de verlo.

En ocasiones, el ver tan solo un programa violento puede aumentar la agresividad. Los niños que ven espectáculos en los que la violencia es presentada de forma muy realista, repetida, o sin ser castigada, tienen mayor probabilidad de imitar lo que ven. El impacto de la violencia en la televisión puede reflejarse en la conducta del niño inmediatamente o manifestarse más tarde en su desarrollo. De manera que la exposición extensa a programas de televisión que contengan violencia causa mayor agresividad en los niños **(Ibid)**.

Las jóvenes pueden afectarse aún cuando en la atmósfera familiar no haya tendencia hacia la violencia. Esto no quiere decir que la violencia que se ve en la televisión es la única causa de conducta violenta o agresiva, pero no hay dudas de que es un factor significativo.

La Influencia de la Música y de los Videos de Música

Las canciones y la música siempre han jugado un papel importante en el aprendizaje y la comunicación de la cultura. Los niños aprenden de sus modelos de comportamiento lo que ven y lo que oyen. Durante muchos años, algunos programas de televisión para niños han usado con mucha eficacia la combinación de palabras, música y dibujos animados para lograr el aprendizaje **(Tomás, 1996: 25)**.

La mayoría de los padres se preocupan por lo que ven y oyen los niños, pero al crecer los niños, los padres le prestan menos atención a la música y los videos que entretienen a sus hijos **(Ibíd)**.

El compartir gustos musicales entre varias generaciones de la familia puede ser una experiencia muy placentera. La música es también parte del mundo exclusivo de los adolescentes. Es normal que los adolescentes deriven placer en excluir a los adultos y así causarles preocupación.

Una de las preocupaciones de los que se interesan en el desarrollo y crecimiento de los adolescentes son los temas negativos y destructivos de algunos tipos de música (rock, rap, hip-hop, etc.), incluyendo los álbumes de mayor venta promovidos por las grandes compañías disqueras. Los siguientes temas problemáticos son prominentes:

- La promoción y exaltación del abuso de drogas y de las bebidas alcohólicas
- Las representaciones y las palabras que presentan el suicidio como una "alternativa" o "solución"
- La violencia gráfica
- Las formas de sexo que enfatizan el control, el sadismo, el masoquismo, el incesto, a los niños que menosprecian a las mujeres y la violencia contra las mujeres

Los padres pueden ayudar a sus hijos adolescentes prestándoles atención a lo que ellos compran, lo que ven en su computadora, lo que escuchan y lo que ven y ayudándolos a identificar la música que puede ser destructiva. Una discusión abierta libre de crítica puede ser de ayuda **(Ibíd)**.

La música por lo general no es un peligro para un adolescente cuya vida es feliz y saludable. Pero si el adolescente

demuestra tener una preocupación persistente con la música que tiene temas destructivos serios y si muestra cambios en su comportamiento, como el aislamiento, la depresión o el abuso del alcohol o drogas, se recomienda hacerle una evaluación por un profesional de la salud mental.

Tipos de música de los adolescentes

HIP-HOP: Escuchan Música Rap que se caracteriza por hablar al ritmo de música “beat” con letras de enfado y violencia.

Algunas canciones apuntan a una corriente que abraza valores sociales tradicionales como la educación y la autonomía. Es equivalente a la cultura callejera de getto negro afro-americana. Sus integrantes suelen ser de clase social media, y con una actitud poco rebelde para lo que oyen y les dicen sus ídolos

En su indumentaria destaca la ropa ancha típica de los raperos. Son un poco tozudos y suelen dejarlo cuando abandonan el monopatín (skate)

ROCK ALTERNATIVO: Preferentemente disfrutan de la música Rock contemporánea. Tienen una cultura de instituto de grado medio, aunque pueden compartirla algunos de los universitarios. Son de clase social media y con una actitud similar a los del Hip-hop, pero más abiertos a otros tipos de música. Usan mucho la radio y la TV para estar informados de lo que se "cuece", y abandonan al terminar la carrera, pero guardan algo de sensibilidad ficticia, con respecto a la música y otras artes (**Ibíd**).

HEAVIES: su música la "heavy metal" se caracteriza por un ritmo fuerte en el que se “aporrea” una guitarra bajo eléctrica y la batería. Los artistas de música Heavy comulgan con la violencia, con el dominio y abuso de las mujeres, con el odio , el satanismo y la muerte. Grupos con nombres como

“Metálica”, “Sábado negro” y “AC/DC” se han vuelto cada vez más populares. Los heavies pertenecen a la cultura de barrio marginal, pero ahora ya están extendidos a todos los estratos sociales. Son buena gente pero cerrados y tozudos. Suelen militar hasta el final de sus días (**ibíd**).

PUNKS: como los heavies, pero más tercos; les interesa no hacer nada en absoluto y se vanaglorian de esto. Luchan contra lo establecido y su escenificación está caracterizada por su peculiar indumentaria: cazadoras con tachuelas, pelo teñido, agujas e imperdibles y botas con puntas de acero.

TECHNO: encontramos dos vertientes muy diferenciadas: los moderados, similares a los de rock alternativo por sus formas, actitud y vestimenta, y los "bacaladeros" podrían ser “nihilistas”.

GRUNGE: su música la "grunge" y su indumentaria pantalones anchos, deportivos y pelo con "rastas".

LUMPEN: Sin valores de ningún tipo e imposible razonar con ellos. No tienen más ídolos que el más animal de su pandilla, y son los que más abundan. Centran su vida en el "trapicheo" y en pasar el fin de semana de 4 días, con sus noches, en el parking de alguna discoteca alejada de cualquier sitio. Como alguien diría, son para darles de comer aparte (**ibíd, p.558**).

SKINHEADS (cabezas rapadas): nacieron de las bases de los "hooligans" ingleses. Su inicio fue sobre los años 70 como réplica al movimiento hippy. Tienen un peculiar look: cabeza rapada, cazadora Bomber y botas con protecciones de acero. El grupo se caracterizaba por la amistad y el culto al honor (**ibíd**).

La música es un instrumento dotado de un enorme poder de persuasión, capaz de influir muchos en las actitudes, los estados de ánimo, las emociones y los actos humanos. La

posibilidad de transportar la música a cualquier parte y el uso de los auriculares de alta fidelidad permite a los jóvenes a vivir continuamente con música **(Ibíd)**.

Se ha calculado que entre los 12 y los 17 años los adolescentes estadounidenses escuchan esta música durante 10.500 horas, un tiempo solo ligeramente inferior al transcurrido en el colegio. Al contrario que la televisión, – que a veces difunde programas culturales y está sujeta a **cierto control por parte de los padres-**, la música está a disposición de los adolescentes sin interferencias y una canción puede oírse tantas veces como se quiera **(Ibíd)**.

A medida que el adolescente adquiere independencia, puede encontrar en la música modelos alternativos respecto a los estilos de vida. Su identificación con un determinado estilo musical puede ser el signo de un cierto grado de rebelión contra la autoridad, o una vía de escape ante sus conflictos con los padres o también puede estimular sentimientos de distensión, relax y seguridad en situaciones y ambientes nuevos **(Ibíd)**.

Los diversos tipos de música tienen aceptaciones variadas según la cultura y el sexo. La hay, que por su ritmo frenético y las contorsiones grotescas y agresivas de sus intérpretes, gusta especialmente a los chicos de raza blanca. De otro lado, las chicas suelen preferir un tipo de música más romántica y menos agresiva. En las conversaciones entre adolescentes, un tema habitual es la música, en la que estar “puesto” en la materia supone un signo de prestigio. El placer de compartir la misma música puede ser la base de nuevas amistades o grupos con ideales y gustos similares.

A veces, la elección musical del joven puede ser un signo de alienación. Por ejemplo, K. Roe sostiene que existe una relación entre rendimiento escolar y preferencias musicales.

Según un estudio realizado entre chicos suecos de 11 a 15 años: los alumnos con buenas notas, comprendidos los pertenecientes a ambientes socioculturales desaventajados, prefieren un tipo de música más tradicional y se interesan menos por otros tipos, mientras que los que tienen un rendimiento escaso se identifican con música más agresiva y repetitiva, como antídoto contra los fracasos escolares (**Ibíd, p.559**).

Hay indicios, -aunque no estén confirmados siempre por las estadísticas-, de que los adolescentes que siguen la subcultura de alguno de estos estilos, corren mayor riesgo de ser toxicómanos o violentos.

Finalmente convendría que los médicos en general informaran a los padres sobre la potencial influencia negativa de la música y de los vídeos musicales sobre la opción de estilo de vida de sus hijos, animándoles a dialogar con sus ellos acerca del significado de la música en su vida (**Ibíd**).

Los niños, niñas y adolescentes - los juegos de Video

Los juegos creados por las dos principales compañías fabricantes (*Sega* y *Nintendo*) desplazan en poco tiempo a los juguetes tradicionales en las preferencias de los niños. A partir de 1991, después de más de una década en el mercado, puede hablarse del *boom del video juego*, popularizándose entre todas las clases sociales y especialmente en el mundo infanto- juvenil.

Marqués (2000) considera video juego a todo tipo de juego electrónico interactivo, con independencia de su soporte (CD *Rom*, cartucho, disco magnético u óptico, *on-line*) y plataforma tecnológica (máquina de bolsillo, videoconsola conectable al televisor, máquina recreativa, microordenador, vídeo interactivo, red telemática o teléfono móvil) (p. 65)

Anderson y Eneldo (2000) exponen que el VDJ violento correlaciona positivamente con la conducta agresiva y delincuencia, sobre todo en individuos que son característicamente agresivos y en mayor proporción para los hombres.

Por su parte, Dominick (1984) encuentra que los videojuegos agresivos podían tener efectos negativos a corto plazo en el estado emocional del sujeto (incrementando la hostilidad y ansiedad). No obstante, aunque no es posible negar la existencia de algún tipo de relación entre ambas variables (agresividad y videojuegos), en la actualidad no existe una evidencia clara al respecto (p. 124).

Rodríguez y cols. (2002) afirman que el uso de los videojuegos es un comportamiento cultural masculino, los chicos juegan el doble que las chicas, y esto hace que el mercado se organice para los varones reforzando la tendencia de género. Y si las chicas juegan menos puede ser debido a que los juegos están pensados para un imaginario masculino que dan respuesta a los deseos, afinidades y aficiones de los chicos, obviando e ignorando las preferencias de las chicas (p. 87)

El jugar juegos de video (jugando los juegos de video) se ha convertido en una actividad popular para las personas de todas las edades. Muchos niños y adolescentes dedican una enorme cantidad de tiempo jugándolos. Los juegos de video son una industria de dólares multimillonaria—creando más dinero que las películas y los DVDs. Los juegos de video se han convertido en unos juegos muy sofisticados y realistas. Algunos juegos conectan con la Internet, lo que le permite a los niños y adolescentes el jugar en línea con adultos y pares desconocidos (**Ibíd**).

Mientras que algunos juegos tienen contenido educacional, la mayoría de estos juegos populares enfatizan temas negativos y promueven:

- el matar a personas o animales
- el uso y abuso de drogas y alcohol
- el comportamiento criminal, la falta de respeto por la autoridad y las leyes
- la explotación sexual y la violencia hacia la mujer
- los estereotipos raciales, sexuales y de género
- el uso de palabras indecentes, obscenidades y gestos obscenos.

Hay una investigación creciente sobre los efectos de los juegos de video en los niños. Algunos juegos de video pueden promover el aprendizaje, ayudar en la solución de problemas y en el desarrollo de las destrezas motoras y la coordinación. Sin embargo, hay preocupación sobre el efecto que tienen los juegos de video violentos en las personas jóvenes que los juegan en exceso **(Ibíd,p. 26)**.

Los estudios de niños expuestos a la violencia han demostrado que ellos pueden: ponerse “inmunes” o insensibles al horror de la violencia, imitar la violencia que ellos ven y demostrar un comportamiento más agresivo debido a una mayor exposición a la violencia. Algunos niños aceptan la violencia como una forma de manejar los problemas. Estudios también han demostrado que mientras más realista y repetida sea la exposición a la violencia, mayor será el impacto en los niños. En adición, los niños con problemas emocionales, de comportamiento y de aprendizaje se pueden afectar más por las imágenes violentas.

Los niños y adolescentes se pueden involucrar demasiado y hasta obsesionarse con los juegos de video. El dedicar grandes

cantidades de tiempo a jugar estos juegos puede crear problemas que conduzcan a:

- unas destrezas sociales pobres
- quitarle el tiempo que se le dedica a la familia, al trabajo escolar y a otros pasatiempos
- calificaciones más bajas y que se lea menos
- que se ejercite menos y gane sobrepeso
- pensamientos y comportamientos agresivos.

Los videojuegos influyen en la forma de actuar de los niños y adolescentes, como estos, de acuerdo a toda la permeabilidad que han generado en la sociedad y la economía, llegan a verse afectados en su comportamiento, ya que son los directamente involucrados al dedicar la mayor parte de su tiempo según estudios realizados, a juegos de video y no a otras actividades, esta gran dificultad que nos aqueja genera una problemática social, ya que muchos de los padres de los niños o adolescentes fanáticos a estos videos, no están bien enterados y familiarizados con los juegos o artefactos que compran a sus niños, ni tampoco brindan a sus hijos una accesoria y acompañamiento permanente, que es lo recomendable para garantizar el aprendizaje de la información en estos contenidos **(Ibíd)**.

3.4 Efectos que producen los medios de comunicación en el desarrollo de niños, niñas y adolescentes.

En el libro *Televisión, violencia e infancia*, la autora expone las principales teorías, análisis e investigaciones sobre los efectos de la violencia en la televisión durante la infancia. En el capítulo final, contrasta las teorías expuestas sobre un estudio realizado en España.

Las principales características de la violencia televisiva son:

- Es una violencia gráfica, cada vez más cercana y más sangrienta.
- Es una violencia divertida, aquí hay que destacar los dibujos animados y series juveniles.
- La violencia se ve justificada, la violencia del héroe está justificada.
- La violencia es recompensada, el héroe recibe admiración, éxito, ya que su violencia ha servido para ayudar a alguien.

Entre los **efectos conductuales** más importantes se encuentra:

La teoría del modelaje: Las personas expuestas a la violencia televisiva actuarían tras esta exposición de manera más violenta que si no hubieran sido expuestos; para ello el sujeto debe haber prestado atención a la conducta violenta, retener esa conducta para posteriormente poder ser reproducida. También puede una cierta conducta violenta, observada en la televisión, desinhibir al receptor para pelearse (**Muñoz, 1996: 67**).

La teoría del reforzamiento: El reforzamiento puede funcionar de diferentes formas; primera, que la violencia televisiva refuerce las tendencias violentas del receptor; segunda, que la conducta violenta puede verse imitada por no haber sido castigada, sino recompensada; tercera, que la conducta violenta pueda reforzar indirectamente valores e ideas a la hora de tratar conflictos; por último, que la conducta violenta se ve reforzada por un contexto atractivo para el espectador (**Muñoz, 2000: 689**).

La teoría de la catarsis o reducción de los impulsos violentos: La televisión con una función curativa, ya que las exposiciones

a actos violentos tenderían a controlar o a inhibir los impulsos agresivos de los individuos.

La teoría de la estimulación elemental: Lo que determina el grado de agresividad del individuo es el grado de estimulación psicológica y física que provoca el programa o película en el televidente, y es independiente del contenido del programa o película **(Ibid)**.

Entre los **efectos afectivos o emocionales** de la violencia televisiva, destacan:

La teoría de la sensibilización: Tiene dos efectos, uno de fuerte reacción al ver violencia en la televisión, que tiene una percepción traumatizante, por lo tanto, tienen pocas posibilidades de imitar los actos, y otro, en el cual, ante la repetición constante de violencia, nace una especial sensibilidad hacia la víctima **(Ibid)**.

La teoría de la desensibilización: Se trata de un proceso que se da poco a poco, de insensibilización ante la violencia, tanto al nivel televisivo como real. De forma que para llamar la atención del público, cada vez es necesaria más dosis de agresividad **(Ibid)**.

La teoría del habituamiento: La exposición frecuente a la violencia de la televisión lleva al espectador a considerar aquélla como algo normal: el receptor llega a acostumbrarse a esta violencia y a tener más dificultades para considerar cualquier acto violento como tal.

Efectos de desensibilización: La exposición continua de los niños a programas violentos de la televisión provoca una reducción de sus respuestas emocionales y una mayor aceptación de la violencia en la vida real.

Como consecuencia, las situaciones de violencia son consideradas como normales.

Efectos de estimulación y excitación: La violencia en la televisión provoca un estado de excitación o sobre estimulación en el niño que aumenta las posibilidades de que éste se comporte de manera violenta.

Entre los **efectos cognitivos** de la violencia televisiva destacan:

La teoría de cultivo: La exposición regular a la violencia televisiva provoca una impresión exagerada del peligro existente en la vida real (**Ibid**).

La teoría de guiones cognitivos: La continua y regular observación de la violencia en la televisión, proporciona al individuo unas guías de conducta que éste puede utilizar posteriormente.

La teoría de la enseñanza cognitiva: La violencia televisiva puede actuar activando ideas agresivas del individuo anteriormente aprendidas.

Efectos de imitación: Los niños imitan aquellas conductas que ven por la televisión. La violencia que aparece en los contenidos televisivos es imitada o copiada por los niños. Es muy probable que los niños preescolares no vean clara la diferencia entre lo que aparece en la televisión y la realidad.

Efectos de desinhibición: Los niños pueden llegar a evitar las normas de conductas que han aprendido anteriormente respecto al uso de la violencia y adoptar las que le ha transmitido la televisión.

Efectos de reducción o catarsis: Ver la violencia a través de la televisión sirve de vía de escape para los instintos de agresividad que hay dentro de los niños, por lo que contribuye a la reducción de la violencia en la realidad. Esto ocurre sobre todo en aquellos niños que tienen más desarrollada su capacidad de soñar despiertos.

Pasando al tema en que se relaciona la violencia televisiva con la infancia podemos matizar primeramente las razones que impulsan a los niños a ver televisión, que son: pasar el tiempo, aprender, sentirse acompañados, escapar, sentirse estimulados y reflejarse.

En cuanto a la cantidad de violencia que ven los niños en la televisión, y según una publicación (El Mundo, 1994), los niños españoles en edad escolar pueden llegar a presenciar más de 1200 actos violentos en una semana.

Hemos de tener en cuenta que la televisión participa en el proceso de socialización del niño, y lo hace a tres niveles, presenta conductas imitables, proporciona imágenes para provocar determinadas acciones y es el medio por el que los niños se familiarizan con los valores de la sociedad de ocio y de consumo.

Efecto del aprendizaje observacional: La conducta social de los niños se ve afectada por el aprendizaje a lo largo de su vida de los modelos violentos de conducta mostrados en la televisión.

Mediante diversos estudios se conoce que existen otras variables como la edad, el sexo, la clase social o nivel intelectual del niño que determinan el grado de influencia de la televisión en los comportamientos durante la infancia. Un determinado contenido televisivo es percibido de diferente forma por los distintos sujetos receptores.

Los elementos que intervienen en la percepción de la violencia televisiva, las diferencias individuales de los receptores. Las principales características individuales que influyen el incremento del grado de agresividad son la agresividad del sujeto y la percepción real de la violencia televisada.

La edad: Los niños más pequeños sienten debilidad por los dibujos animados (ya hemos hablado de que son muy violentos), y hay que tener en cuenta que éstos no logran distinguir con tanta claridad la realidad de la ficción, ni lo bueno de lo malo, por lo que los niños y niñas cuyas edades se encuentran entre los 7 y 11 años son el grupo de mayor riesgo ante la influencia negativa de la violencia televisiva (**Levine, 1997: 345**).

Las habilidades cognitivas: La habilidad de comprender argumentos, recordarlo y clasificarlo como entretenimiento o como violencia esta relacionada directamente con la variable edad. En este sentido, serían pues, los niños y niñas entre 7 y 11 años son también el grupo de mayor riesgo (**Ibid**).

El sexo: La frecuencia con que niños y niñas ven televisión es muy similar, la diferencia se encuentra en sus preferencias por los programas; los niños prefieren programas violentos, mientras que las niñas prefieren programas no violentos.

La clase social: Los niños con un estatus social más bajo pasan más tiempo viendo televisión que los que pertenecen a clase media o alta, lo que quiere decir que ven también más programas de contenido violento. Si además le añadimos el hecho de que los niños pertenecientes a clases más bajas suelen vivir con más frecuencia en un ambiente económico difícil, y un medio, en ocasiones hostil, el impacto sobre sus comportamientos es mayor que en aquellos niños cuyas circunstancias personales le son más favorables (**Ibid**).

En cuanto a la forma de los niños y niñas de ver la televisión, que éstos pasen muchas horas con la televisión encendida no quiere decir que estén prestando atención a lo que ven todo ese tiempo. En líneas generales, ambos sexos prestan atención si el programa que ven les resulta de interés **(Ibid)**.

La autora hace una comprobación empírica de los efectos de los programas violentos de televisión en la infancia, se toman como muestra a niños y niñas cuyas edades se encuentran entre los 8 y 12 años de tres centros escolares de distintos distritos de Madrid, cada uno representativo de un estrato socioeconómico y cultural distinto (superior, medio e inferior). Y tras ello, se pasa a validar o refutar las hipótesis que se basan en las principales aportaciones teóricas que se recogen anteriormente **(Ibid)**.

Las principales conclusiones sobre los hábitos televisivos y la personalidad agresiva de la muestra son:

Los niños ven más televisión que las niñas. Conforme los niños crecen, la cantidad de televisión que ven diariamente permanece constante o tiende a subir. Los niños y niñas de estrato socioeconómico y cultural inferior dedican más horas a la televisión.

- Los programas violentos son los más vistos por parte de los niños.
- Los niños entre 11 y 12 años utilizan más la violencia para resolver sus conflictos.
- Los niños de estrato inferior utilizan más la violencia.

Tanto niños como niñas suelen imitar frecuentemente a personajes de televisión, pero en la mayor parte de las ocasiones suelen ser personajes cómicos.

Las conclusiones finales obtenidas son:

- Los niños pasan una media de más de 2 horas diarias delante del televisor, y conforme crecen parecen dedicar más. Los niños entre 11 y 12 años son los que pasan más tiempo viendo la televisión. Los niños de estrato socioeconómico y cultural más bajo son los que ven más televisión.
- Hay una relación inversa entre las horas de ver la televisión y las horas dedicadas a otras actividades pedagógicas.
- Un 10% de los niños parecen actuar de manera agresiva.
- Los programas de televisión con contenidos violentos enseñan a los niños conductas violentas. Los programas de televisión transmiten a la audiencia infantil una serie de mensajes que lleva a los niños a considerar la violencia como un medio para conseguir lo que se quiere.
- Los niños toman como modelos de conducta los personajes de los programas de contenido violento.
- Los niños sienten mayor atracción por los contenidos violentos que las niñas. También harían uso de la violencia en situaciones conflictivas en más ocasiones que las niñas.
- Los niños entre 11 y 12 años son los que parecen más insensibilizados ante las imágenes violentas.

Si hiciéramos un perfil del niño que más se verá afectado por la violencia televisiva sería un varón entre 11 y 12 años perteneciente a un estrato socioeconómico y cultural bajo, que pasa cerca de 2 horas diarias ante el televisor y más de 4 horas los fines de semana; Que utiliza frecuentemente la violencia en sus relaciones interpersonales, que siente

atracción por programas violentos y aprende de ellos formas de conducta.

Áreas específicas de influencia

1- Televisión y violencia:

La reiterada observación de escenas violentas en TV, repercute sobre la agresividad del niño, que comienza a registrarse ya a partir de los tres años de vida. Hay numerosos estudios que confirman que el alto índice de violencia televisiva interviene como factor importante en la determinación de las conductas masculinas y femeninas violentas.

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

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

2. Publicidad y consumismo:

La publicidad tiene como objetivo estimular el deseo y la necesidad de consumir, y los niños y jóvenes representan una importante cuota de mercado. La influencia de la publicidad en los niños es muy fuerte, y puede considerarse como un instrumento peligroso, ya que crea apetencias y necesidades que no se corresponden con la edad del niño o del adolescente, y que en la mayoría de los casos no podrá satisfacer.

Las técnicas publicitarias abusan de las limitadas capacidades de análisis y raciocinio del niño y su natural credibilidad, por lo que necesitan del consejo y la explicación de sus padres.

Los niños no deberían ser objeto ni sujeto de publicidad y mucho menos convertirse en víctimas de una publicidad engañosa.

3- Rendimiento escolar:

Numerosos estudios realizados al efecto, han demostrado que los alumnos que ven más de dos horas diarias de televisión obtienen rendimientos escolares más bajos. La causa de este hecho se debe al retraso del proceso madurativo y a una menor capacidad de abstracción, cuando existe abuso televisivo desde la edad preescolar. La UNESCO ha llamado la atención de que el uso indiscriminado y masivo de la televisión, puede resultar peligroso para el aprendizaje del niño, ya que aumenta la pasividad intelectual, le aparta del trabajo escolar y limita su creatividad.

4- Estereotipos:

La televisión ha llegado a un estado de homogeneidad que crea estereotipos en su programación, modelos de convivencia, valores y actitudes, que no se corresponden con la realidad social. Los niños y adolescentes pueden extraer, en consecuencia, un aprendizaje que no es el más adecuado en aspectos tales como la relación con sus padres y maestros, sexualidad, modas, alimentación y comportamiento social.

La exaltación de la esbeltez en modelos y presentadoras de TV, se equipara con el éxito y la belleza, y este mensaje tiene tal poder de atracción que puede llevar a muchas adolescentes al cuadro de **Anorexia nerviosa**.

5- Televisión pro social:

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

La televisión supone un potencial, que bien utilizado, puede ayudar a la adquisición de actitudes y estilos de vida positivos, e inculcar aspectos sociales y culturales, no solo para los niños, si no para todo el conjunto de la sociedad.

6- Obesidad:

Diferentes estudios indican que la prevalencia de obesidad está directamente relacionada con el aumento del tiempo destinado a ver televisión, en niños y adolescentes de 6 a 17 años, Esto es porque ver televisión representa una actividad pasiva y porque muchos telespectadores consumen diversos productos ricos en calorías mientras ven la televisión

La publicidad también influye de forma importante. De los miles de anuncios que ven los niños al año en televisión, dos terceras partes son sobre alimentos con elevado contenido en calorías, grasas, colesterol, azúcar y sal.

Se ha demostrado que por cada hora de incremento de visión de la TV, aumenta la prevalencia de obesidad, tanto en niños como en adultos; convirtiéndose el hecho de ver televisión en un buen predictor de obesidad.

7. Sexo y sexualidad:

Muchos adolescentes identifican el mundo real con lo que ve en televisión, y como consecuencia de ello se produce un mantenimiento más precoz de relaciones sexuales, con un incremento del porcentaje de embarazos y enfermedades de transmisión sexual.

La televisión se ha erigido como agente exclusivo de educación sexual, y el sexo es utilizado para vender cualquier cosa, desde un champú hasta un coche.

8- Tabaco y alcohol:

Los anuncios de bebidas alcohólicas van dirigidos preferentemente a los jóvenes con el claro mensaje de que el consumo de alcohol facilita la diversión y el éxito con las chicas.

Actualmente la ley prohíbe los anuncios de tabaco y bebidas alcohólicas de más de 20⁰ en la televisión, no así los sugestivos anuncios de cerveza.

Existe una relación clara entre la visión de ciertos programas, la publicidad y ciertos videos musicales, con el consumo de alcohol, tabaco y drogas entre los adolescentes.

IV.DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación del estudio.

El presente estudio se realizó en los barrios Sol de Libertad, Sandino y Pedro Joaquín Chamorro del municipio de Siuna específicamente en el área urbana Región Autónoma Atlántico Norte (RAAN), Siuna se encuentra al sur este de la región, entre 84°31' 15" longitud y 13° 50' de latitud norte.

Se encuentra a 334 Km. de la ciudad de Managua, su extensión aproximadamente es de 6,200 Km²., ocupa el 18% del territorio de la región y el 5% del territorio nacional. El 15% aproximado del territorio del municipio esta comprendido por la Biosfera de Bosawas. (**Centro Humbolt – Siuna, 2010**).

Sus límites territoriales son los siguientes:

Norte – Cua Bocay y Bonanza.

Sur – Mulukuku, Bocana de Paiwas.

Este – Rosita y Prinsapolka.

Oeste – Waslala.

4.2. El estudio

Este estudio es descriptivo, de carácter cualitativo que consistió en analizar la influencia que tienen los medios de comunicación sobre los niños, niñas y adolescentes.

4.3. La población

La población en estudio está constituida por los niños, niñas y adolescentes que suman un total de novecientos tres (903). De los cuales 562 son adolescentes y 341 niños y niñas (**ibid**).

4.4. Lugares seleccionados.

Fueron los barrios Pedro Joaquín Chamorro, Sandino y Sol de Libertad.

4.5. Grupos seleccionados.

Niños y niñas en edades comprendidas entre 3-5 años y 6 – 9 años. Así como adolescentes en edades de 12-15 años

4.6. Unidad de análisis

Fueron los niños, niñas, adolescentes, padres y madres de familia.

4.7. Criterios de selección

Los criterios para el presente estudio fueron seleccionados porque los niños, niñas y adolescentes son el elemento principal, sujetos del objeto de investigación. Y fueron estratificados por edades, para encontrar alguna diferencia entre edades.

Inclusión

Niños y niñas en edades comprendidas entre 3-5 años
Niños y niñas en edades comprendidas entre 6-9 años
Adolescentes en edades de 9-15 años
Que sean habitantes del barrio en estudio
Que posean televisor en su casa de habitación
Niños y adolescentes que visitan centros de videojuegos.

Exclusión

Niños y niñas de 0 a 2.5 años de los barrios en estudio

Adolescentes que habitan en otros barrios que son objeto de estudio

4.8. La observación.

El método básico de toda ciencia es la observación de los datos o hechos y la interpretación (hermenéutica) de su significado. “La observación y la interpretación son inseparables: resulta inconcebible que una se obtenga en total aislamiento de la otra”. **(Martínez, Miguélez, s/a)**

La observación es una de las actividades comunes de la vida diaria. Una actividad prácticamente ejercida por todas las personas y practicada casi ininterrumpidamente por cada una de ellas. Observamos a los demás y nos observamos a nosotros mismo. Se observa las conductas y las conversaciones, la participación el retraimiento, la comunicación y el silencio de las personas. Esta observación común y generalizada puede transformarse en una poderosa herramienta de investigación social y en técnica científica de recogida de información si se efectúa.

Esta técnica permitió comprender la realidad cotidiana, de conocer como los medio de comunicación influyen en el desarrollo de los sujetos objeto de investigación.

4.9. Descriptores.

Hábitos y preferencias sobre programas televisivos, videos juegos de niños, niñas y adolescentes.

- Dibujos animados
- Videos de géneros reguetones, rock.
- Videos juegos
- Música
- Noticieros
- Deportes

Manifestación de los medios de comunicación sobre los niños, niñas y adolescentes.

- conductuales
- afectivos o emocionales
- cognitivos

4.10. Fuentes y obtención de la información.

Fueron niños, niñas y adolescentes con criterios de selección establecidos. Padres y madres de familia.

4.11. Técnicas e instrumentos.

Se aplicó entrevista a adolescentes, niños, niñas, padres y madres de familia y sobre todo la observación directa. Para la aplicación de estas técnicas, se diseñó guía de entrevista y observación.

4.12. Procesamiento y análisis de la información.

Las entrevistas fueron analizadas y procesadas con el método manual para ordenar y seleccionar la información. Para ello fue necesario vaciar toda la información objetivo por objetivo en una matriz, de manera que facilitara la interpretación del mismo. De igual manera con el análisis de la observación. Posteriormente se redactó la interpretación o narración descriptiva de las variables en conjunto.

4.13. Trabajo de campo.

Se realizó visita a hogares de los niños, niñas para observar su comportamiento y relacionarlo con los programas televisivos que ven. A jóvenes, para solicitarle su colaboración en proporcionar información que se desea obtener. Se pidió también el apoyo incondicional de padres y madres de familia de los y las sujetos de investigación.

4.14. MATRIZ DE DESCRIPTORES

Objetivos	Descriptores	Preguntas orientadoras	Fuentes	Técnicas
<p>Determinar los hábitos y preferencias sobre programas televisivos, videos juegos de niños, niñas y adolescentes.</p>	<p>Hábitos y preferencias sobre programas televisivos, videos juegos de niños, niñas y adolescentes.</p>	<p>Que programas televisivos ven? ¿piensan ustedes que la TV le ayuda en su formación? ¿en algún momento consideran que la TV los puede perjudicar ejemplo, en el rendimiento o en sus conducta?</p> <p>Cuales programas les gusta más? Por que</p> <p>Cuanto tiempo pasan viendo la TV?</p>	<p>Niños, niñas Adolescentes. Padres y madres de familia</p>	<p>Entrevista Grupo focal Observación</p>
<p>Describir la</p>	<p>Manifestación</p>	<p>Sus hijos/as</p>	<p>Padres y</p>	<p>Entrevista</p>

Objetivos	Descriptoros	Preguntas orientadoras	Fuentes	Técnicas
manifestación de los medios de comunicación sobre los niños, niñas y adolescentes.	de los medios de comunicación (Televisión, videos juegos y videos musicales) sobre los niños, niñas y adolescentes.	imitan algún personaje de la televisión, de la radio o artista de música?	madres de familia	Observación
Identificar los efectos que ejercen los medios de comunicación sobre los niños, niñas y adolescentes	Efectos que ejercen los medios de comunicación (Televisión, videos juegos y videos musicales) sobre los niños, niñas y adolescentes	¿Cuál es el efecto que ocasiona en niños, niñas y adolescentes los programas de televisión y videos juegos, videos musicales.?		

VI. RESULTADOS Y DISCUSION

Hábitos y preferencias sobre programas televisivos que ven niños, niñas y adolescentes

Al entrevistar a padres de familia manifestaron que sus hijos tienen hábitos de ver la televisión después que regresan de clases y en algunos casos antes de irse a clase no teniendo ninguna restricción de tiempo. Sin embargo, exteriorizaron que el promedio de horas que sus hijos pasan frente a la televisión es de aproximadamente dos a cuatro horas diarias. En un hogar promedio el televisor esta encendido más de siete horas diarias.

Lo anterior se relaciona con lo que **Comini (2007)** refiriéndose a un estudio de la **UNESCO** revelo que la mayoría de los niños pasan un promedio de 3-4 horas diarias viendo televisión. En promedio los niños ven de 22 a 25 horas semanales de TV. En los preescolares esa cifra llega a un promedio de 54 horas por semana, lo que significa de 7 a 8 horas diarias. En general, podemos decir que durante el transcurso del año, los niños pasan más tiempo frente a la TV, que en la escuela, gastan más tiempo viendo TV que haciendo cualquier otra cosa que no sea dormir

El tiempo que un niño o niña pasa frente al televisor es tiempo que se le resta a actividades importantes, tales como la lectura, el trabajo escolar, el juego, la interacción con la familia y los vecinos. Los niños también pueden aprender cosas en la televisión que son inapropiadas o incorrectas. Muchas veces no saben diferenciar entre la fantasía presentada en la televisión y la realidad. Están bajo la influencia de miles de anuncios comerciales que ven al año, muchos de los cuales son de bebidas alcohólicas, comidas rápidas, juguetes, modas y la violencia misma, entre otros.

Podemos inferir que la televisión es un medio frente al que invertimos mayor tiempo. Hoy forma parte del mobiliario de todos los hogares. Sin embargo, no se trata de un mueble más, si así fuere sería fácil prescindir de ella o relegarla a un segundo lugar. Lamentablemente la televisión se ha convertido en el centro de la familia y se coloca en la sala como si se tratara de un altar ante el que todos nos inclináramos para pedirle dones o entregarle nuestras ofrendas. Incluso, en las familias se les asigna un televisor a los niños y niñas de la casa, siendo el espacio donde se destina, el dormitorio, desvirtuando así, el espacio definido para fines de descanso.

Creemos que no nos equivocamos al afirmar que la televisión se ha convertido en el centro de la vida social de la familia, en torno a ella se unen sus miembros, y es ella la que tiende a seleccionar los contenidos de discusión y las actividades a la que son dedicadas las horas libre de ocio. En algunos casos, incluso se convierte en la música de fondo de la familia.

Podemos deducir que la mayor parte de ese tiempo los niños y niñas ven programas que no están dirigidos a la audiencia infantil: concursos, melodramas y videos musicales. La televisión no distingue entre sus espectadores. Por eso no debe sorprender a nadie que los niños y niñas que ven mucha televisión sean más pesimistas que los que ven menos televisión. Esos niños han estado expuestos a un mundo de violencia, sexo, mercantilismo y traición muy por encima de su capacidad emocional.

En cuanto a los programas que prefieren, tanto los padres y madres de familia como los niños y niñas coincidieron que escogen ver son los programas de dibujo animados como Gocu, Pokemon, Tom y Jerry, Bug-Bonny, las chicas super poderosas y los Simpson.

Esta información se pudo corroborar a través de la observación, durante el proceso de trabajo de campo, que se realizó en visitas a las viviendas ubicadas en los barrios objeto de estudio.

En el gráfico siguiente se puede apreciar las preferencias televisivas que tienen los niños, niñas especialmente en dibujos animados.

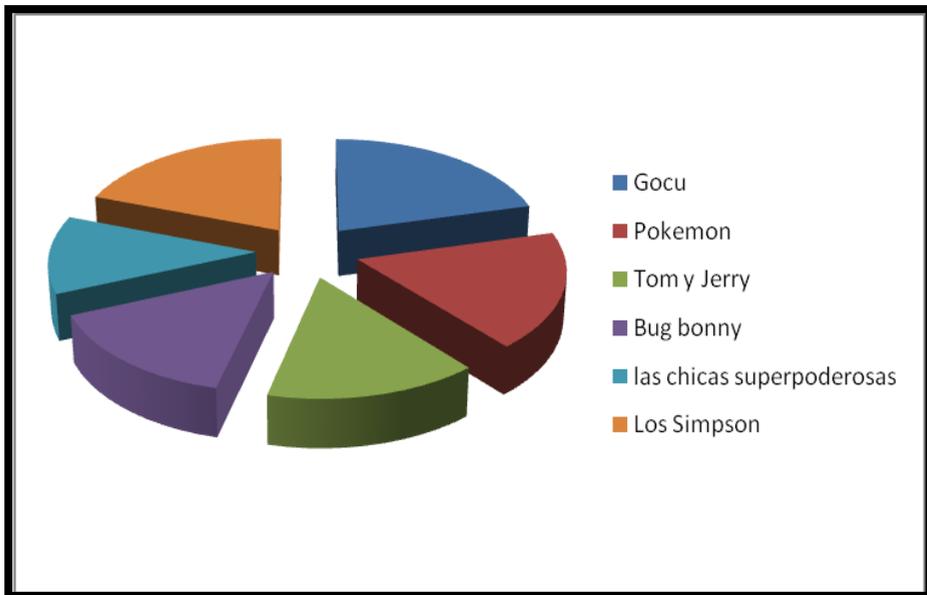


Gráfico No. 1: programas que más ven en la televisión los niños y niñas.

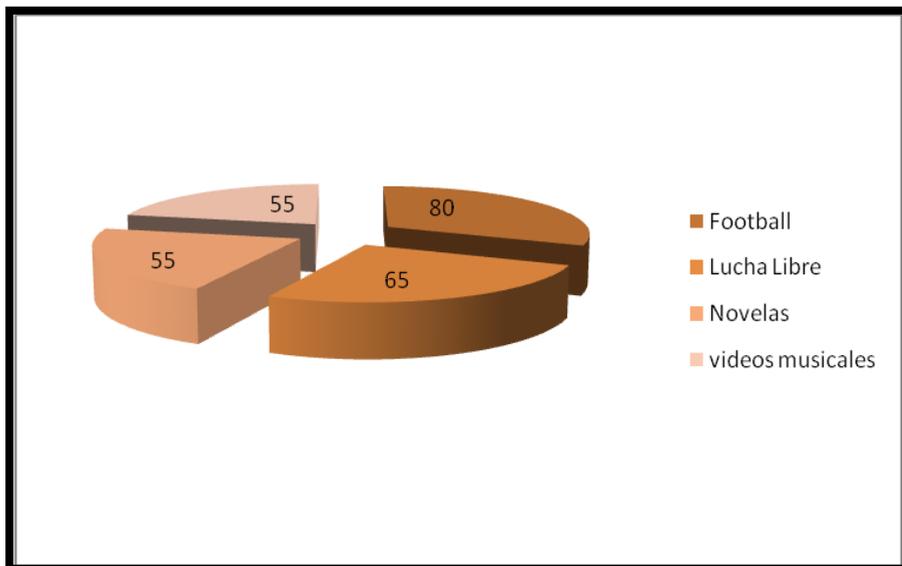
A todo esto debe agregársele los nuevos tipos de programas que han surgido en los canales locales como INN, que está cargado de vulgaridad, las pandillas, el robo, el alcoholismo, dichos y refranes entre otros aspectos. Refieren ver otros programas como el Chavo y lucha libre.

Por otro lado, la edad que estos niños y niñas oscila entre cuatro a diez años de edad. No se encontró diferencia significativa en cuanto a que los niños ven más televisión que las niñas. Este aspecto tiene correspondencia con lo que **Levine (1997)**, describe que la edad de los niños es una de las características a tomar en cuenta en las preferencias. Los niños más pequeños se sienten atraídos por los dibujos animados, siendo los que se encuentran entre la edad de 7 a 11 años los de mayor riesgo ante la influencia negativa de la televisión.

Así mismo, se pudo observar una preferencia infantil por espacios de adultos como los programas musicales, telenovelas o humorísticos, lo que demuestra el consumo asiduo de esos programas.

Sin embargo, los adolescentes prefieren ver deportes, específicamente football, lucha libre, y alguna película de ciencia ficción, novelas y videos musicales. Muy pocos adolescentes manifestaron ver noticias nacionales y locales.

Existen diferencias significativas en cuanto a las mujeres adolescentes que ven mucho tiempo telenovelas que los varones adolescentes. Estos últimos prefieren entretenerse en ver los juegos de football, seguido de lucha libre y los videos musicales que presentan a través del canal telehit.



Grafio 2: programas preferidos por los y las adolescentes.

También los programas de las radios locales tienen influencia principalmente en los adolescentes, y dentro de sus preferencias se encuentran la música de reggaetón o las que están de moda. Los que están cargados de un lenguaje vulgar, enfocados al sexo y los vicios.

La mayoría de los padres y madres entrevistados, manifiestan que la televisión es el apoyo para la formación de sus hijos que les permite interactuar y tener una noción del contacto en que se desarrollan induciéndolos a un proceso de aprendizaje. Consideran la televisión como un medio para recrearse. Sin embargo, es contradictorio cuando exteriorizan que también la televisión es un medio que les perjudica a sus hijos en cuanto a conducta y el mismo rendimiento académico. Le dedican menos tiempo al estudio.

También los padres y madres de familia consideran que los medios de comunicación como la televisión se relacionan con las actividades de sus hijos y que inciden como estimulantes en sus vidas. **Comini (2007) citando a Nell Postman** autor del

libro La televisión y los “adolescentes, refiere que los padres pueden proteger a los niños del exceso de violencia en la televisión, prestando mayor atención a los programas que ven los niños; estableciendo límites en el tiempo que pasan viendo televisión; evitando que vean aquellos programas conocidos como violentos.

En el proceso de entrevista aplicada a madres de familia, demostraron que no están preocupados por lo que ven sus hijos e hijas, han considerado como un estímulo, que vienen de clases y es estimulante para ellos la televisión, sin pensar en los efectos que este podría tener en la conducta de ellos y no ponen límites a la cantidad de tiempo que están frente al televisor.

Una madre expreso:

“ El niño cuando viene de clases, come y ve sus muñequitos que le gustan”

Esto deja claro que algunas madres y padres de familia no conocen el contenido de los programas que ven sus hijos e hijas, lo que evidencia que no ejercen ningún control sobre lo que ven.

Hay que agregar que en Siuna, no se cuenta con un parque o lugares exclusivos para que niños y niñas puedan asistir con sus padres y disfrutar de otro tipo de distracción, por lo que recurren a la televisión para satisfacer sus necesidades de distracción y reducir las tensiones.

Más grave es aún cuando se produce el aislamiento. No olvidemos que dentro de una familia, cada cual tiene su gusto y no siempre todos están de acuerdo en ver el mismo programa de TV. Si a esto se le suma que el desarrollo tecnológico ha permitido la fabricación de aparatos cada vez más baratos lo

que ha posibilitado que una familia de hoy en día puede contar en su casa con más de un televisor; obtenemos como resultado que ante la insatisfacción de ver tal o cual cosa, cada cual se aísla. Cada uno mira la tele en su rincón, padres/hijos, marido/mujer.

Ahora cada cual va a su cuarto para mirar cada uno su película, facilitando así una forma de ruptura. Hay menos conflictos, pero una mayor soledad de cada uno delante de su aparato.

Sin lugar a dudas, si se interesaran en la observación de los programas con sus hijos, posibilitaría el intercambio de información sobre el mensaje transmitido y la decodificación correcta de los mensajes que se estén transmitiendo por los mismos.

Desde esta perspectiva, es necesario señalar que cualquier discusión debe girar en torno a separar que la realidad presentada mediante la televisión es una realidad indirecta, manipulada y expuesta allí con unos fines específicos: estéticos, convencer al espectador, vender determinados productos. En definitiva, lo que venimos a decir es que los padres y el contexto familiar es un elemento significativo para la socialización de los niños hacia el medio televisivo.

Otro aspecto identificado es que en algunos hogares aunque la situación económica de sus padres es limitada, se encuentra un televisor, como un medio indispensable en los hogares. Lo anterior corrobora el impacto que tiene este medio sobre la vida de las familias independientemente de su condición socioeconómica.

Es importante reseñar que la imagen, hoy constituye un elemento más determinante de las características de nuestro ámbito de vida. Cantidad de mensajes nos son transmitidos a

través de los medios de comunicación, que utilizan fundamentalmente la imagen.

Tampoco podemos olvidar que las últimas generaciones infantiles han crecido al influjo directo de medios como la televisión y la radio. Vemos como hoy niños, niñas y adolescentes ya desde muy pronto con ayuda de los medios de comunicación en el mundo adulto de la política, las catástrofes y las diferentes culturas. Su conocimiento ha cambiado, saben mucho más del mundo de los adultos lo conocen gracias a la televisión y a los medios de comunicación, incluso antes de ser capaces de experimentarlos por sí mismos.

Al respecto, creemos que nadie puede negar que cada vez nos encontramos más inmersos dentro de una sociedad mediática de comunicación, de manera que las separaciones que anteriormente se establecían en base al dominio técnico-industrial, en la actualidad se están empezando a establecer en función del dominio técnico-comunicativo.

Manifestación de la violencia que ejercen los medios de comunicación sobre niños, niñas y adolescentes

Las manifestaciones fueron observadas, las que se realizaron en la escuela morava en el barrio Sandino, en su mayoría los estudiantes varones expresaron gestos sexuales, violencia contra sus compañeros de clases, especialmente con niñas, irrespeto a sus profesores, imitando a luchadores de la TV, practicando algunas técnicas utilizadas en la lucha libre y /o boxeadores, también imitando el lenguaje de lo que ven en los programas televisivos.

Por otro lado, algunos padres y madres expresaron que ciertos programas y mensajes comerciales que ven sus hijos en la televisión promocionando productos como licores, cigarrillos, zapatos, pantalones, camisas y hasta peinados tienen efecto

en su desenvolvimiento afectando sus vidas cuando ponen en práctica el contenido de estos mensajes, se vuelven exigentes frente a una marca determinada en zapatos.

Se puede afirmar que estos anuncios publicitarios se disparan en todos los ángulos de la mente de los espectadores que los motiva e inducen a la prueba, a la curiosidad la que da cabida a que se practiquen volviéndose consumidores activos.

Lo anterior se demuestra a través de los numerosos estudios que la **UNESCO** ha realizado, demostrando que los estudiantes que ven más de dos horas diarias de televisión obtienen rendimientos escolares más bajos. También ha hecho un llamado, de que el uso indiscriminado y masivo de la televisión, puede resultar peligroso para el aprendizaje del niño, ya que aumenta la pasividad intelectual, le aparta del trabajo escolar y limita su creatividad.

Esta manifestación también se hace a través de la imitación de los personajes que llega a través de los programas infantiles como son: “Los Simpsons”, una serie de dibujos animados, en donde la desmoralización de la familia es el punto y la coma de su guión: En esta serie el padre de la familia es representado como un embrutecido, vulgar y borrachín. Su jefe de trabajo no lo llama nunca por su nombre, sino que siempre lo trata de imbécil.

El papel de madre es retratado como el de una feminista avejentada que vive a los gritos con su marido, y solo se ocupa de los trabajos domésticos sin tener libertad alguna. El hijo mayor, Bart, tiene como nombre “brat”, que en español significa “malcriado”: Regularmente debe quedarse después de hora en el colegio para escribir 50 veces en el pizarrón: “no debo llamar calentona a mi maestra” o “no debo instigar a la revolución”, por ejemplo. Este pseudo-héroe es teleadicto, jugador tramposo y campeón de videojuegos. La hija de ocho años es

la encarnación de las taras freudianas: pese a su pequeña edad se enamora de un profesor de su colegio.

Si analizamos bien el mensaje de esta serie es bien definido: refleja los pensamientos generalizados de la sociedad: la escuela es un martirio, los padres solo dan consejos tontos y se impone a revertir cuanto antes los códigos del sistema. La familia Simpson vive continuamente al borde del naufragio.

Esta serie ha generado millones de admiradores en todo el mundo adulto, porque está claro que está hecha y dirigida a “grandes”. Sin embargo, la confusión puede llegar no sólo porque se trate de dibujos animados sino también porque se la vende a los niños proyectándola justo en el horario de la tarde. Ante esto, el niño, que aún no sabe decidir por sí mismo, no tiene otra alternativa que la de encender el televisor, ver este programa y la mayoría de las veces no entender lo que allí sucede, y peor aún, muchas veces confundirse con lo que ve.

Fue evidente observar que la mayor parte de los niños no imitan tan fácilmente lo que ven en la pantalla, de la gran cantidad de conductas, imágenes, actitudes y valores a los cuales están expuestos, los niños escogen solamente algunos. Cuando se sienten frustrados, algunos niños lloran en un rincón, otros dan patadas y golpes, y otros toman con calma su frustración.

Lo anterior es coherente con lo que refiere Tomas, (1996) que los niños y adolescentes aprenden de sus modelos de comportamiento lo que ven y lo que oyen, quienes con mucha habilidad y eficacia combinan palabras, músicas y dibujos.

Con relación a los videos juegos, son pocos los centros que ofertan este tipo de entretenimiento, en donde solo son los adolescentes varones los que asisten a ellos, teniendo una

frecuencia de dos a cuatro horas y lo hacen mas en los fines de semana (sábado y domingo)

Esto evidentemente resta tiempo al estudio y otras actividades educativas y de pasatiempo, favoreciendo conductas agresivas y limitando el desarrollo de habilidades sociales y la fantasía y sobre todo, estos adolescentes están favoreciendo el consumo y gasto de dinero de sus hogares.

Lo anterior se relaciona con lo que Rodríguez y cols. (2002) afirman que el uso de los videojuegos es un comportamiento cultural masculino, los chicos juegan el doble que las chicas, y esto hace que el mercado se organice para los varones reforzando la tendencia de género. Y si las chicas juegan menos puede ser debido a que los juegos están pensados para un imaginario masculino que dan respuesta a los deseos, afinidades y aficiones de los chicos, obviando e ignorando las preferencias de las chicas

Tuve la oportunidad de observar a un adolescente que portaba una bolsa de compras, y deduzco que andaba haciendo compras para el hogar, sin embargo, se quedo un tiempo aproximado de una hora y media en un centro de entretenimiento. Es duro a veces reconocerlo pero la mayoría de los padres y madre de familia, ni siquiera saben si sus hijos juegan videos.

Los videojuegos influyen en la forma de actuar de los niños y adolescentes, llegan a verse afectados en su comportamiento, ya que son los directamente involucrados al dedicar la mayor parte de su tiempo, a juegos de video y no a otras actividades, esta gran dificultad que nos aqueja genera una problemática social, ya que muchos de los padres de los niños o adolescentes fanáticos a estos videos, no están bien enterados y familiarizados con los juegos o artefactos que compran a sus niños, ni tampoco brindan a sus hijos una asesoría y

acompañamiento permanente, que es lo recomendable para garantizar el aprendizaje de la información en estos contenidos.

Efectos en niños, niñas y adolescentes por la influencia de los medios de comunicación

En toda comunicación se persigue lograr un "efecto". Puede considerarse como un "efecto de los medios, todo cuanto se quiera que ocurra como resultado de una lectura, audición o de la observación de los mismos"

La televisión es el instrumento que mejor adapta su función a la formación de valores, de modos de vida, de estereotipos, etc., que al medio le convienen. Con los resultados de este trabajo se deduce que la televisión transmite y forma estereotipos sociales en los cuales se presentan directa o indirectamente, mensajes que conforman una actitud, siendo esta influencia mayor en los niños quienes son moldeados en muchos aspectos por estos mensajes de televisión.

Tanto niños como jóvenes, ante esta realidad, se vuelven apáticos ante la violencia de la vida real, después de observar violencia en un programa de televisión.

Para abordar con más énfasis este aspecto de los efectos, he identificado cuatro aspectos importantes:

1) Efectos en el aprendizaje

No fue objeto de este estudio profundizar los efectos directos en el aprendizaje, pero sí logre observar en dos aulas de clases de la escuela Morava de este municipio de Siuna, las formas de violencia, donde los niños principalmente, hacen imitación de los programas de televisión, con conductas agresivas, e

igualmente en adolescentes. Gran proporción de estas conductas agresivas son aprendidas por observación y retenidas por largos períodos de tiempo.

2) Efectos Emocionales

La televisión es un medio de gran penetración y que en las personas, tanto niños, niñas y adolescentes surte efecto en las áreas emocionales, cognoscitivas y conductuales, es decir influye en sus intereses y motivaciones hacia objetos comerciales o hacia la formación integral del niño.

Como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación de masas hay un decremento en la sensibilidad emocional del niño ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. Además los niños demuestran mayor agresividad en sus juegos y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas, incluso las niñas son el blanco de esta agresividad.

4) Efectos en la Conducta

La imitación es muy importante en la adquisición de la conducta ya sea, adaptada o desviada.

Tanto la televisión, como los videos musicales ofrecen modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Estos modelos simbólicos pueden ser positivos (conductas normalmente aceptadas por la sociedad) o negativos (conductas rechazadas por la misma).

Los niños han aprendido a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los

programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables.

Estos efectos de la violencia física afectan selectivamente a los varones, mientras que las niñas manifiestan igualmente fuertes reacciones por medio de expresiones no físicas (verbales o psicológicas).

Todas estas actitudes o formas de expresión de niñas, niños y adolescentes los pude observar en los barrios en estudio y uno de ellos expreso:

“ Yo veo, lucha libre y como todo mundo ve esto en la televisión, es normal. A mi gusta repetir lo que veo, también me gustan los chistes que veo en ese programa de INN...”

Un adolescente dijo:

Es estos programas es como que están de moda. Yo siempre los veo.

Lo anterior tiene estrecha relación con lo que Bandura (1960) reseña que los niños pueden aprender conductas agresivas a través de la observación de modelos simbólicos presentados por la pantalla de televisión, se convierten en apáticos a la violencia de la vida real.

En resumen podemos resumir los efectos en niños, niñas y adolescentes como:

Mal comportamiento en sus casas y en la escuela
Conducta inadecuada
Violentos con sus hermanas y hermanos
Desatienden sus estudios
Vocabulario obsceno

Lenguaje cotidiano

Violentos en el accionar dentro de la sociedad

Imitación de gestos de reguetoneros

Gestos sexuales

Podemos mencionar también los efectos negativos sobre la salud física (tensión ocular, cambios circulatorios, aumento de la frecuencia cardíaca, aumento de la presión arterial...) y psíquica de los usuarios.

- Creación de niños violentos y asociales.
- Desarrollo de niños introvertidos.
- Aumento del stress.
- Aumento de la agresividad.
- Crean fuerte adicción.

Lo anterior tiene correspondencia con lo que **Comini (2007)** refiere que lo que llega a tener una gran influencia en la formación del carácter del niño, niña o adolescentes y que en algunos casos viene incluso a cambiar la conducta de ellos.

La influencia que la televisión genera en los niños y adolescentes, debemos analizarla con mucha responsabilidad porque primero y principal, debemos señalar que los niños sobre todo, y los adolescentes en parte, no tienen responsabilidad sobre ellos mismos. Es decir, las decisiones no recaen sobre ellos.

El desplazamiento de la madre y su reemplazo por la pantalla chica como "niñera electrónica" es una revolución que desencadena desórdenes psíquicos y emotivos profundos en el niño que hace sus primeros aprendizajes de la vida.

Como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación de masas hay una disminución en la sensibilidad emocional del niño ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o

agresivo con otros. Además los niños demuestran mayor agresividad en sus juegos y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas.

El caso de los adolescentes es también preocupante si se considera que atraviesan por etapas de múltiples conflictos internos y en dónde comienzan a forjarse sus valores individuales y supraindividuales, que pueden ser sumamente influenciados por la excesiva presencia de la TV en sus vidas. Es en esta etapa que surgen los ídolos, los ideales, las hipótesis sobre la vida.

Con ello, han reemplazado a valores fundamentales como el amor recíproco entre padres, madres e hijos, la amistad, el respeto mutuo, el coraje, la valentía por la indiferencia, el desprecio, el odio, la discriminación y en ocasiones hasta el crimen. Para los adolescentes el practicar el amor libre, la crueldad, la vulgaridad y la chabacanería.

Para Bandura (1996) Cuanto mayor sea el tiempo de exposición a programas televisivos violentos, mayor es el riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes. Hay una relación positiva entre la violencia en televisión y la subsiguiente conducta agresiva, y como sostiene el psicólogo Bandura, los modelos de conducta actúan como estímulos que producen conductas similares en el observador.

En la teoría del modelaje Muñoz (1996), *opina que las personas expuestas a la violencia televisiva actuarían tras esta exposición de manera más violenta que si no hubieran sido expuestas; para ello el sujeto debe haber prestado atención a la conducta violenta, retener esa conducta para posteriormente poder ser reproducida. También puede una cierta conducta violenta, observada en la televisión, desinhibir al receptor para pelearse.*

VII. CONCLUSIONES

Es evidente que actualmente la televisión ocupa un lugar importante en nuestra vida cotidiana, pero que también no tienen un ciento por ciento la responsabilidad en cuanto a las atribuciones que se les hacen, con relación al comportamiento manifestado por los niños y adolescentes, ya que en este sentido es muy importante la educación que puedan proveer los padres y representantes en el momento de estar observando el programa

Los niños y niñas en edades de 6 a 11 años tienen preferencias televisivas por dibujos animados como los Pokemones, las chicas super poderosas, los Simpson, bug boony y Tom y Jerry. Los hábitos oscilan entre tres a cuatro horas frente a la televisión en un horario diario, antes o después de ir o venir de clases. Los adolescentes prefieren ver películas, programas de lucha libre, boxeo y poco noticias locales o nacionales. Estos hábitos y preferencias han venido a modificar sus costumbres dentro del núcleo familiar.

Los niños, niñas y adolescentes frente a la televisión y la música han desplazado los principios, valores, modos de pensar, de querer y de sentir, normas de educación, costumbres de vida, de alimentación, de vestimenta, etc., que caracterizan una cultura, para poner en su lugar los valores, costumbres y modo de ser opuestos.

Los efectos por permanecer mucho tiempo frente a la TV, son contundentes como violencia entre ellos en las escuelas, bajo rendimiento académico, gestos sexuales, imitación a luchadores entre otros.

VIII. RECOMENDACIONES

A los adolescentes: es necesario que en todo momento retomen sus programas favoritos con un elemento clave que le sirva de formación personal. Evitar tener menos dedicación a la televisión.

Que los adolescentes visiten lugares como fundaciones e instituciones que facilitan información orientadas hacia los jóvenes donde son motivados a tener relación de solidaridad con la sociedad.

A padres de familia: responsabilizarse más con los programas que sus hijos ven siendo ellos quienes supervisen en todo momento que están escuchando o viendo sus hijos. Que tengan presente que los niños y niñas, también pueden aprender de la televisión muchos valores sociales, como cooperación y ser amables con los demás y aspectos relacionado con su escolaridad.

A las **organizaciones** que trabajan con niños, niñas y adolescentes, que traten de incidir en que niños, niñas y adolescentes, conozcan el significado de los programas que se presentan en la televisión, videos juegos y otros, para tener mejores elementos al momento de escoger el programa televisivo adecuado.

IX. LISTA DE REFERENCIAS

Arana, M. & Ángel, R. (2002). Construcción de significados frente a los contenidos violentos televisivos en niños de 11 a 14 años. Trabajo de grado para optar al título de Psicóloga, Facultad de Psicología, Universidad de La Sabana, Chía, Colombia

Argemí J. (1997). Influencia de los medios de comunicación sobre el niño y el adolescente. España. 18-21

Anderson, C. y Eneldo, K. (2000). Video, juegos y agresividad Thoughts, feelings, and Behavior in the Laboratory and Life. *Personality and Social Psychology Bulletin*.

Bandura, Alberto (1960) Los medios de comunicación y sus efectos. Universidad de Stanford. Estados Unidos de Norte América.

Comini, Devora (2007), Obtenido en [http: WWW. Ni. La prensa. Com.ni / archivo /2007/ Junio / noticias / 194662. Shtml](http://WWW.Ni.La.prensa.Com.ni/archivo/2007/Junio/noticias/194662.Shtml). Consultado 15 / 01 / 2011.

Dominick, J. R. (1984). Videogames, television violence, and aggression in teenagers. *Journal of Communication*.

Ediciones, Díaz de Santos. p.689- 694. [http : // WWW. Puntos. Orgini / servicios / actividades / noticia / Default. Php? Acti = 1246](http://WWW.Puntos.Orgini/servicios/actividades/noticia/Default.Php?Acti=1246). consultado15 / 01 / 2011.

Hendren, (1993) La sociedad actual y los medios de comunicación. Edición segunda. Madrid.

Levine, Made Linee (1997). La violencia en los medios de comunicación. Edición primera. Editorial Norma. Bogota Colombia.

Macionis J. John, Plumier, Ken (1999). Sociología. Prentice Hall, Madrid, España.

Muñoz F. (2000) .Influencia de los programas de Televisión en la salud y el comportamiento de los niños y adolescentes, editores, 2ª ED. Madrid:

Muñoz F. (1996). Efectos de la Televisión en los niños. En La Generación TV, Granada, España.

Navarro, Karlos. (1999) El niño y la Televisión. Edición 3era. PRINTER. Estados Unidos.

Sandoval, Carlos García y Al-Ghassani, Anuar (1990). *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*, Escuela de ciencias de la comunicación, San José, Costa Rica.

Tuyaret, Maria Laura (2009). La violencia en la televisión y su incidencia en los niños y adolescentes. [en línea] <http://www.Euskosare.org/kopmunitateak/ikertzaleal/ehmg/3/txostenal/tuyaret>. Consultado el 04 de febrero 2011.

X. ANEXOS



**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS
DE LA COSTA CARIBE NICARAGUENSE
URACCAN**

ANEXO 1

GUIA DE ENTREVISTA A PADRES DE FAMILIA

¿Cuántas horas ve su hijo en la televisión?

¿Que programas televisivos ve su hijo?

¿Que comportamiento observa en su hijo/a de acuerdo a lo programas que ven la TV?

¿Sus hijo/as imitan algún personaje de la televisión cuales?

¿De que manera usted controla a su hijo/as los programas que ven en la TV?



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTONÓMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGUENSE URACCAN

ANEXO 2

GUIA DE ENTREVISTA A NIÑOS/AS Y ADOLECENTES

¿Qué canal de TV prefiere?

¿Cuáles son los programas favoritos que ve en la tv?

¿Qué tipo de música escuchas?

¿Que tipo de películas ve?

¿Cuales son tus artistas favoritos?

¿Que te inspira a escuchar este tipo de música?



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGUENSE URACCAN

ANEXO 3

GUIA DE OBSERVACION

1. Comportamiento dentro en la casa con sus hermanos
2. Comportamiento con los amigos.
3. Comportamiento dentro del aula de clases.
4. Que programas televisivos prefieren los niños y niñas.
5. Qué tipo de música escuchan los jóvenes.
6. Comportamiento de jóvenes



Fotografía 1: niña que acaba de llegar de clases y recurre a sus juegos favoritos. Tomada en el Barrio José E. Suazo por Raúl López. 26 de Junio 2011



Fotografía 2: Niña de tres años de edad, viendo sus muñecos favoritos. Tomada por Raúl López, 26 Junio del 2011. Siuna





Fotografía 2: Niña de tres años de edad, viendo sus muñecos favoritos. Tomada por Raúl López, 26 Junio del 2011. Siuna-RAAN.