



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

TITULACIÓN DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Valores y estilo de vida de los niños y niñas de 8vo. y 9no. año de educación general básica, estudio realizado en la Unidad Educativa Experimental Bilingüe “El Colegio de Liga”, de la ciudad de Quito, en el año lectivo 2012 – 2013.

Trabajo de fin de titulación

Autora: Chávez Quintero, María Isabel

Mención: Educación Infantil

Directora del Trabajo de Investigación: Salinas Erreyes Inés Paulina, Mgs.

Centro Universitario Quito
2013

CERTIFICACIÓN

Doctora

Arrobo Rodas Angélica Noemí

DIRECTOR(A) DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo de investigación, denominado: “Familia y escuela: Valores y estilo de vida de los niños y niñas de 8vo y 9no año de educación general básica, estudio realizado en la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga” de la ciudad de Quito, en el año lectivo 2012-2013.” realizado por el profesional en formación: **Chávez Quintero María Isabel**; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, mayo de 2013

Mgs. Inés Paulina Salinas Erreyes

DIRECTORA DE TESIS

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, **María Isabel Chávez Quintero** declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

Loja, mayo 2013

Autora: María Isabel Chávez Quintero

Cédula: 171423661-7

DEDICATORIA

A mi mamá, mi amada guerrera, por su fortaleza, lucha constante y valentía frente a una enfermedad que en este momento ya no te permite estar junto a nosotros. A ti mamita, que me enseñaste lo que significa el amor incondicional y sacrificio, que fuiste y eres mi mejor inspiración para luchar y ser cada día mejor. Dios me regaló a la mejor mamá.

A mí papá, gracias por su amor, por inculcarme con el ejemplo lo que es la responsabilidad, el esfuerzo y la dedicación. Gracias a ti y a mi mami por los valores y principios con los que me críe y que me permiten ser una mujer y profesional de bien.

A mis hermanas, por su amor, apoyo incondicional, comprensión y motivación para cumplir mis metas, sueños y buscar mi felicidad. Gracias por ser siempre mis mejores y más leales confidentes, por la unidad que nos caracteriza y que nos hace tan especiales.

Gracias a toda mi familia por ayudarme a crecer, a madurar y aprender que puedo encontrar oportunidades y esperanzas en cualquier circunstancia de la vida.

Gracias a mis amigos y amigas por su apoyo, aliento y motivación, durante toda esta etapa y durante mi vida.

María Isabel / Chabi

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL por la oportunidad que me brindó y que brinda a muchas personas, para hacer realidad cada meta profesional. Gracias por los conocimientos impartidos y experiencias desafiantes que son parte de una carrera en la modalidad a distancia.

A la Unidad Educativa Experimental Bilingüe “El Colegio de Liga”, al señor Rector Msc. Ponceano Izquierdo, sus directivos, personal administrativo y docente por la apertura, predisposición y confianza que me brindaron para realizar mis prácticas pre-profesionales e investigación de campo para el presente proyecto.

A mi directora, Mgt. Inés Paulina Salinas Erreyes por su apoyo, guía y soporte en el desarrollo de este proyecto, por su confianza y reconocimiento de mi trabajo.

María Isabel

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE

| | |
|---|------------|
| Certificación | ii |
| Acta de cesión de derechos | iii |
| Dedicatoria | iv |
| Agradecimiento | v |
| Índice | vi |
| Índice de gráficos | ix |
| Índice de tablas | x |
| RESUMEN | xi |
| | |
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 4 |
| 2.1 Nociones básicas de los valores | 4 |
| 2.1.1 <i>Definiciones de valor moral</i> | 5 |
| 2.1.2 <i>Características de los valores morales</i> | 9 |
| 2.1.3 <i>Clasificación y jerarquización de los valores morales</i> | 11 |
| 2.1.4 <i>La dignidad de la persona</i> | 15 |
| 2.2 La familia y la construcción de valores | 17 |
| 2.2.1 <i>Familia y valores: conceptos básicos</i> | 21 |
| 2.2.2 <i>Familia como escenario de construcción de valores</i> | 25 |
| 2.2.3 <i>Educación familiar y desarrollo de valores</i> | 27 |
| 2.2.4 <i>Valores y desarrollo social</i> | 30 |
| 2.2.5 <i>Los valores en niños y adolescentes</i> | 31 |
| 2.3 La escuela y la educación en valores | 34 |
| 2.3.1 <i>Necesidad de educar en valores en la escuela</i> | 34 |
| 2.3.2 <i>La educación en valores en los procesos educativos actuales</i> | 35 |
| 2.3.3 <i>El currículo ecuatoriano y la educación en valores</i> | 37 |
| 2.3.4 <i>La moral y los valores vistos por los niños y adolescentes</i> | 41 |
| 2.4 Los medios de comunicación y los valores | 44 |
| 2.4.1 <i>Los medios de comunicación como agentes de socialización</i> | 45 |
| 2.4.2 <i>La influencia de la televisión sobre el desarrollo socio moral en niños y adolescentes</i> | 48 |
| 2.4.3 <i>Aspectos positivos y negativos de la programación televisiva y de publicidad en el Ecuador</i> | 52 |
| 3. MARCO METODOLÓGICO | 55 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 3.1 | Diseño de la investigación _____ | 55 |
| 3.2 | Métodos, técnicas e instrumentos de investigación _____ | 56 |
| 3.3 | Preguntas de investigación _____ | 58 |
| 3.4 | Contexto _____ | 59 |
| 3.5 | Población y muestra _____ | 62 |
| 3.6 | Recursos _____ | 64 |
| 3.7 | Procedimientos para la aplicación de instrumentos _____ | 65 |
| 4. | ANÁLISIS DE RESULTADOS _____ | 66 |
| 4.1 | Tipos de familia _____ | 66 |
| 4.2 | La familia en la construcción de valores _____ | 69 |
| 4.2.1 | <i>Importancia de la familia</i> _____ | 69 |
| 4.2.2 | <i>Donde se dicen las cosas más importantes de la vida</i> _____ | 71 |
| 4.2.3 | <i>La disciplina familiar</i> _____ | 72 |
| 4.2.4 | <i>Actitud de los jóvenes frente a los estereotipos familiares</i> _____ | 74 |
| 4.2.5 | <i>Actividades compartidas por la familia</i> _____ | 77 |
| 4.2.6 | <i>La percepción de los roles familiares</i> _____ | 78 |
| 4.2.7 | <i>Valoración de las cosas materiales</i> _____ | 79 |
| 4.3 | La escuela como espacio de aprendizaje en la educación en valores y el encuentro con sus pares _____ | 81 |
| 4.3.1 | <i>Valoración del mundo escolar</i> _____ | 81 |
| 4.3.2 | <i>Valoración del estudio</i> _____ | 84 |
| 4.3.3 | <i>Valoración de las normas y el comportamiento personal</i> _____ | 85 |
| 4.3.4 | <i>Valoración del buen comportamiento en clase</i> _____ | 86 |
| 4.3.5 | <i>Valoración de las relaciones interpersonales</i> _____ | 87 |
| 4.4 | Importancia para el niño/a y el adolescente el grupo de amigos como ámbito de juego y amistad _____ | 89 |
| 4.4.1 | <i>Importancia del grupo de iguales</i> _____ | 89 |
| 4.4.2 | <i>Espacios de interacción social</i> _____ | 92 |
| 4.4.3 | <i>Los intercambios sociales</i> _____ | 93 |
| 4.4.4 | <i>Actividades preferidas</i> _____ | 95 |
| 4.5 | Tecnologías más utilizadas por niños/as y adolescentes en su estilo de vida _____ | 97 |
| 4.5.1 | <i>Computadora: internet y redes sociales</i> _____ | 97 |
| 4.5.2 | <i>Teléfono</i> _____ | 101 |
| 4.5.3 | <i>La televisión</i> _____ | 104 |
| 4.5.4 | <i>La Radio</i> _____ | 108 |
| 4.6 | Jerarquía de valores que manifiestan actualmente los niños/as y adolescentes _____ | 110 |
| 4.6.1 | <i>Valores personales</i> _____ | 111 |
| 4.6.2 | <i>Valores sociales</i> _____ | 112 |
| 4.6.3 | <i>Valores universales</i> _____ | 114 |
| 4.6.4 | <i>Antivalores</i> _____ | 117 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 5. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 120 |
| 5.1 | Conclusiones | 120 |
| 5.2 | Recomendaciones | 123 |
| 6. | PROPUESTA DE INTERVENCIÓN | 125 |
| 6.1 | Datos informativos | 125 |
| 6.2 | Antecedentes | 126 |
| 6.3 | Justificación | 132 |
| 6.4 | Tema | 133 |
| 6.5 | Contexto | 134 |
| 6.6 | Objetivos | 135 |
| 6.7 | Metodología | 135 |
| 6.8 | Plan de acción | 137 |
| 6.9 | Evaluación | 142 |
| 6.10 | Cronograma | 142 |
| 6.11 | Presupuesto general | 144 |
| 6.12 | Bibliografía de la propuesta de intervención | 146 |
| 7. | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 147 |
| 8. | ANEXOS | 149 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1 – Sexo..... | 62 |
| Gráfico 2 – Edad..... | 66 |
| Gráfico 3 – Sexo..... | 66 |
| Gráfico 4 - Edad..... | 67 |
| Gráfico 5 – Modelos de familia..... | 68 |
| Gráfico 6 – Tecnología más utilizada..... | 98 |
| Gráfico 7 – Uso de la computadora en casa..... | 100 |
| Gráfico 8 – Uso del teléfono celular..... | 102 |
| Gráfico 9 – Lugar en donde se usa el celular..... | 103 |
| Gráfico 10 - ¿Ves la televisión?..... | 104 |
| Gráfico 11 – Tiempo que dedican a ver televisión..... | 105 |
| Gráfico 12 – Canal de televisión que miran con frecuencia..... | 106 |
| Gráfico 13 – Programa de televisión que más te gusta..... | 107 |
| Gráfico 14 – ¿Escuchas la radio?..... | 108 |
| Gráfico 15 – Espacio o programa favorito..... | 109 |
| Gráfico 16 – Valores personales..... | 111 |
| Gráfico 17 – Valores sociales..... | 113 |
| Gráfico 18 – Valores universales..... | 115 |
| Gráfico 19 - Antivalores..... | 117 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 – Importancia de la familia..... | 70 |
| Tabla 2 – Donde se dicen las cosas más importantes..... | 72 |
| Tabla 3 – La disciplina familiar..... | 73 |
| Tabla 4 - Actitud de los jóvenes ante los estereotipos familiares..... | 75 |
| Tabla 5 – Actividades compartidas en la familia | 77 |
| Tabla 6 – La percepción de los roles familiares..... | 78 |
| Tabla 7 – Valoración de las cosas materiales..... | 79 |
| Tabla 8 – Valoración del mundo escolar..... | 82 |
| Tabla 9 – Valoración del estudio..... | 84 |
| Tabla 10 – Valoración de las normas y el comportamiento personal..... | 85 |
| Tabla 11 – Valoración del buen comportamiento en clases..... | 86 |
| Tabla 12 – Valoración de las relaciones personales..... | 88 |
| Tabla 13 – Importancia del grupo de iguales..... | 90 |
| Tabla 14 – Espacios de interacción social..... | 93 |
| Tabla 15 – Los intercambios sociales..... | 94 |
| Tabla 16 – Actividades preferidas..... | 95 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo realiza un acercamiento puntual a la realidad que viven los jóvenes de entre 13 a 14 años enfocado en su estilo de vida y valores. La investigación fue realizada en la Unidad Educativa Experimental Bilingüe “El Colegio de Liga” a los alumnos de 8vo. y 9no. año de educación básica. La unidad educativa cuenta con un total, a la fecha, 755 estudiantes que corresponden en su mayoría a un nivel socio-económico medio alto.

Para la investigación de campo fue empleado el cuestionario “Valores y estilos de vida de niños/as y adolescentes”, elaborado por la UPTL y el ILFAM, que contemplaba un total de 226 ítems de preguntas entre cerradas, opción múltiple y abiertas.

A manera de conclusión general es posible mencionar que la muestra de jóvenes cuenta con una escala de valores sólida en relación a la importancia de la familia, escuela, estudios, valores sociales, universales y familiares. Los temas que sobresalen como debilidades por trabajar son: incremento de los niveles de lectura y el refuerzo en la valoración de lo material en épocas comerciales como Navidad.

1. INTRODUCCIÓN

Los problemas sociales que son parte de la cotidianidad y de los medios de comunicación no son una cadena de eventos casuales sino que son producto de la falta de consistencia y coherencia en el sistema de valores y creencias de cada uno de sus hogares y entornos cercanos.

El consumismo, competitividad excesiva, materialismo, egoísmo, insensibilidad, conformismo, impaciencia, falta de comunicación personal e interpersonal, ambición y búsqueda de la perfección física son antivalores que están presentes en la sociedad y que son difundidos a través de una infinidad de mecanismos tradicionales y alternativos.

La sociedad no debe olvidarse que está compuesta por seres humanos que poseen luz divina y capacidad de razonamiento para evitar los malos hábitos y costumbres; debemos recordar cada día que nuestro motivo debe ser superior a lo superficial y que nuestra misión es convertirnos en seres humanos íntegros y maduros frente a lo que es verdaderamente valioso en la vida.

La familia existe desde las primeras manifestaciones de nuestra humanidad, el trabajo colectivo, participación, solidaridad, organización, solidez, compañía, afecto son elementos constitutivos de la célula de la sociedad ya que en ella están presentes características primordiales para generar comunidad y crecer en el marco de valores y principios sociales para una convivencia social positiva.

La escuela, por otra parte, es el primer espacio de interacción social que tienen los niños y adolescentes y es en donde se modifican o refuerzan los principios y normas de convivencia general y específica por las diversas experiencias significativas para la formación de todos los seres humanos. En la escuela el niño y adolescente se forma en distintos ámbitos tales como: intelectual, emocional y social.

Las oportunidades que se producen en la familia y escuela para formar en valores son únicas e irrepetibles y deben ser aprovechadas porque las enseñanzas en este ámbito no son de transmisión automática sino vivencial, alimentadas por las experiencias y la

asociación de situaciones previas desde las que formamos nuestra moralidad y nuestra escala de valores.

El presente trabajo está enmarcado en la necesidad social de reconocer e identificar el estado en el que se encuentran los valores y las prioridades sociales que viven los adolescentes entre 13 y 14 años. La investigación de campo realizada es parte de un proyecto nacional de gran impacto e importancia social que es liderado por la Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL.

Los valores son parte intrínseca de los seres humanos, a partir de estos definimos las normas de convivencia social que permiten que seamos racionales y sensatos con nuestros actos y consecuencias. La relevancia del tema es inherente al ser humano y por ende es importante reflexionar acerca de las causas o motivos que pueden disminuir la vivencia positiva de valores en la sociedad y sus respectivos espacios de interacción.

El desarrollo de la investigación fue factible por el acceso directo, apertura y disponibilidad de recursos en la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”. La experiencia previa en la institución, cuando se realizaron las prácticas docentes permitió entablar una relación cordial con las autoridades y por ende crear los vínculos necesarios para ingresar de nuevo a la institución en buenos términos y con una actitud favorable ante el pedido específico para aplicar las encuestas a un grupo de alumnos.

El presente trabajo de investigación abarcó algunos objetivos entre generales y específicos. Luego de haber realizado la investigación de campo y análisis posterior de los datos podemos determinar que los valores más relevantes son: respeto, higiene y cuidado personal, esfuerzo, generosidad, colaboración, amistad, responsabilidad, compañerismo, autoafirmación, confianza familiar, naturaleza, obediencia, altruismo y orden.

Como parte del análisis, para los adolescentes existen algunos factores que son importantes y que en el desarrollo específico de los gráficos demuestran una tendencia alta y son: importancia de la familia, reconocimiento de las enseñanzas de casa, disciplina

familiar, apertura y nueva perspectiva de género y roles familiares, valoración del mundo escolar, estudio y responsabilidad.

La familia y la escuela son espacios de gran relevancia en la construcción y transmisión de valores. Son entornos privilegiados en cuanto a las oportunidades y experiencias que pueden ser transmitidas a diario. Las familias son el primer enlace con la sociedad y el primer espacio en donde aprendemos vivencialmente los valores y principios sociales. La escuela es el segundo entorno en donde nuestras habilidades sociales son potenciadas y además podemos reafirmar o modificar nuestro sistema de creencias.

El tipo de familia con el mayor porcentaje de respuestas es nuclear, esto significa que el modelo familiar tradicional conserva un lugar privilegiado a pesar de que existe una tendencia cada vez mayor a otro tipo de familias como: extensas o monoparentales. El grupo de amigos, por su parte, constituye un elemento fundamental para reafirmar su personalidad y obtener aceptación, reconocimiento y valoración. Los jóvenes buscan fortalecer sus relaciones de iguales y crear vínculos sólidos que sean duraderos.

La disciplina familiar y escolar es un elemento que está alimentado por el orden, obediencia, responsabilidad y colaboración ya que al ser parte de distintos sistemas ellos se acoplan a las normas y políticas de comportamiento social que permiten un correcto funcionamiento de sus procesos internos.

El uso de las tecnologías de la comunicación es parte inherente de las nuevas generaciones y la muestra que es parte de la presente investigación no es la excepción. Los adolescentes a diario tienen contacto con el mundo virtual a través de la televisión, computadoras y teléfonos celulares; usan estos recursos para comunicarse entre amigos y familia, conocer noticias o novedades del mundo, investigar temas escolares, integrarse y navegar en las redes sociales.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Nociones básicas de los valores

Los seres humanos somos seres sociales por naturaleza y eso conlleva un proceso de comunicación basado en la convivencia, adaptación, consensos y acuerdos que nos permiten desarrollarnos y vivir en sociedad. Parte de estos acuerdos y consensos constituyen las normas sociales y por supuesto los valores que determinan no sólo el tipo de comportamientos que tenemos en distintas situaciones sino nuestras formas íntimas y propias de vivir y proyectar dichos valores.

Somos seres con luz divina, nos diferenciamos de las demás especies no por los factores externos que se perfeccionan con el tiempo sino por los factores intrínsecos que nos permiten reconocernos como seres divinos, a imagen y semejanza del ser Supremo que es Dios.

La persona es para Rielo imagen y semejanza de las personas divinas porque recibe de éstas su propio carácter genético, esto es, su divina presencia constitutiva, pues *“La actuación ad extra de un ad intra genéticamente abierto de las personas divinas, supuesta la libre creación ex genética possibilitate, forma el constitutivo de un ser humano creado a imagen y semejanza del sujeto absoluto. (Guerrero Jiménez, 2010, pp. 66).*

Fernando Rielo habla también del espíritu psicopatizado, que constituye una relación directa con Dios, entre el espíritu creado y el acto divino que se materializa y que brinda al ser humano libertad y conciencia para analizar, reflexionar, pensar, actuar.

Durante nuestra vida estamos expuestos a una infinidad de situaciones que ponen a prueba nuestros valores, desde pequeños nuestros seres más cercanos y el entorno cultivan la esencia que nos permite reconocernos como seres “humanos”, llamados a ser coherentes, dignos, respetuosos con nosotros mismos y con los demás.

Los valores se “viven” de manera interna y son exteriorizados en acciones concretas o intangibles; nuestras formas de actuar, pensar o reaccionar demuestran el tipo de ética y moral que ha sido cultivada durante nuestra vida.

Los valores valen realmente porque, como diría Xavier Zubiri, aunque en otro contexto, nos permiten acondicionar el mundo para que podamos vivir en él plenamente como personas. Por eso tenemos que encarnarlos en la realidad creativamente, ateniéndonos a ella, pero sacándole mucho más partido del que ella mismo podría imaginar. (Guerrero Jiménez, 2010, pp.204).

Los valores no vienen en un paquete formal que puede ser transmitido o aprendido de memoria como el abecedario, para enseñar un valor hay que primero vivirlo, hacerlo parte de nuestra vida, predicar con el ejemplo, experimentar para conocer las consecuencias, en fin interiorizarlo para que no sea una norma o regla que cumplir sino un principio de vida que enriquece lo que somos como personas y seres divinos.

Hablar de valores es hablar de una condición positiva intrínseca en él, los valores valen por sí mismos, por su condición e interiorización. Existe también una noción materialista del este tema que está concebido en el marco de la sociedad en donde todos asignamos, algunas veces por conveniencia, convención o costumbre un “valor” que puede ser económico, de apego, monetario, social, individual, material, etc. Sin embargo, nuestro principal interés es enfocar este análisis y reflexión en lo que constituyen los valores por sí mismos entorno al bien moral de una persona, su incidencia y repercusión en los demás y su capacidad para influir de manera positiva en los demás.

2.1.1 Definiciones de valor moral

El mundo de los valores no tiene un solo esquema o tabla de clasificación para analizarlo, es muy variado ya que en nuestro mundo existen diversas culturas, sociedades, personas, creencias, imaginarios, etc. Algunas definiciones a continuación:

Como intento de definición podríamos aventurar que valor es todo aquello a lo cual se aspira por considerado deseable, ya se trate de objetos concretos o de ideales abstractos

que motivan y orientan el quehacer humano en una cierta dirección. (Garza, Patiño, s.f. pp. 2).

Los valores sirven para encaminar las conductas de las personas, son los principios por los cuales hacemos o dejamos de hacer una cosa en un preciso momento. Es decir, los valores son aquellas cualidades irreales, que nos sugieren que una determinada conducta es personal y socialmente mejor a otras que consideramos opuestas y contradictorias. (Valseca, 2009, pp.1).

Los valores morales constituyen los principios que permiten a un ser humano defender su dignidad, luchar por el bien moral – tanto individual como colectivo – ser leal y coherente con aquello que lo complementa, perfecciona y potencia sus habilidades.

Los valores valen realmente, por eso nos atraen y nos complacen, no son una pura creación subjetiva. Consideramos buenas aquellas cosas que son portadoras de algún tipo de valor, como es el caso de una melodía hermosa o el de una propuesta libertadora. Y las consideramos buenas porque descubrimos en ellas un valor, no porque decidamos subjetivamente fijárselo (Guerrero Jimenez, 2010, pp. 202).

Desde esa misma perspectiva del autor referido, los valores dependen de la libertad humana, por eso no pueden ser atribuidos a las plantas u objetos inanimados y finalmente, una vida sin valores sería una falta de humanidad por eso su naturaleza e imperiosa necesidad de universalizarlos.

Los valores morales permiten a cada persona vivir y experimentar lo que cree y siente enmarcado en el bien colectivo, en acciones positivas que se puedan replicar, en la verdad, dignidad, búsqueda de la perfección y respeto por la individualidad de cada ser. La facultad de elegir los valores morales de cada persona es absolutamente libre, nada de esto es impuesto, por el contrario es un proceso consciente, vivencial, coherente que permite a cada persona decidir lo que más se ajusta a sus creencias y expectativas de vida y por ende potenciar su calidad y condición de “ser humano”.

La amplia discusión y debate acerca del tipo de valores no disminuye el impacto en la vida de cada persona que es parte de un sistema social en donde realiza distintos roles de manera individual, grupal, colectivo, social, entre otros. Todas las sociedades y sistemas sociales viven enmarcados en un sistema de valores que evidencia sus priorización, jerarquía, necesidades e intereses.

A continuación algunos valores que son parte de nuestra cotidianidad y son empleados en distintos momentos del día o de nuestra rutina: libertad, dignidad, respeto, tolerancia, honestidad, trabajo, lealtad, responsabilidad, justicia, solidaridad, lealtad, generosidad, humildad, etc. Cada uno de estos valores nos permite reconocer a partir de que principios actuamos.

La transmisión de los valores no es automática, no es un proceso con pasos rigurosos que se somete a evaluaciones cuantitativas, por el contrario, los valores son elementos cualitativos y operativos de cada persona que se activan en distintas situaciones, acciones, reacciones, reflexiones y comportamientos y que moldean nuestro carácter y nuestra visión de la vida.

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud. Nos proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos. Reflejan nuestros intereses, sentimientos y convicciones más importantes (Jiménez, 2008, párr. 1 – 2).

Los valores morales son inculcados paulatinamente, en un proceso de comunicación constante y coherente. La familia constituye la fuente primaria para vivir esos valores e interiorizarlos a través de relaciones significativas que constituyen el pilar para que el ejemplo y la experiencia estén contextualizadas como un símbolo de valor intrínseco para las personas en formación. A continuación algunos ejemplos:

- Lo que es el respeto por el tono de voz con el que se dirigen a nosotros y entre los demás familiares, por la tolerancia a las diferentes formas de ser, personalidades, creencias, ideas o pensamientos.
- Lo que es el amor y la solidaridad por el compromiso que se genera entre los miembros de una familia, por la sinergia que crece con los años, por la compañía, la paciencia, la voluntad para seguir adelante, todos juntos.
- Lo que es la generosidad entre hermanos, entre padres, entre otros familiares cuando existen problemas, carencias (emocionales y materiales) no importa lo que se necesite siempre una familia funciona como una unidad, como un sistema abierto, semi-permeable, dinámico, integral.
- Lo que es la responsabilidad por la asignación de roles, funciones, tareas que permiten que la dinámica del hogar funcione. Cada hogar tiene sus propias reglas y formas, por eso cada integrante de la familia tiene un rol asignado de acuerdo a su personalidad, habilidad, destreza, posición.
- Lo que es la dignidad porque existe la convicción de que todos merecen respeto, amor, atención, reconocimiento, libertad para ser y decidir. Aceptamos las diferencias, reconocemos los vínculos que nos unen. Luchamos por el bienestar colectivo.
- Lo que es la libertad a través de la voluntad de respetar lo que es cada ser, sus gustos, sus intereses, sus decisiones. Se expresa con acciones pequeñas, con silencios grandes, con distancias precisas u oportunas que permiten que cada integrante decida por su destino, piense en sus acciones y consecuencias y sepa reconocer que su voluntad no siempre es el único factor para luchar por su libertad, hay que propiciar la conciencia, discernimiento, conciencia, sensatez.

Los valores morales están determinados como aquellos elementos que establecen el principio de autovaloración de los propios actos, de la concienciación de nuestras decisiones y posteriores consecuencias. En los valores morales no existen libros o códigos con leyes que especifiquen sanciones o multas; los valores requieren de una

plena conciencia de lo que es cada ser, cada persona, cada miembro de una familia, organización, sociedad, etc.

2.1.2 Características de los valores morales

En todas nuestras actuaciones ya sean en la sociedad, en un grupo de amigos, en nuestra familia, con nuestros seres amados se presentan situaciones que evidencian nuestra escala de valores, ya sea por el tipo de comentario que hacemos, por como procedemos, por nuestras reacciones o por qué no hasta por nuestros silencios.

Según Valseca (2009, pp 2), nos propone que existen tres dimensiones de valores:

- Objetiva: valen y existen por sí mismos.
- Subjetiva: relacionada con el interés personal que prima frente a un hecho o acción.
- De carácter social: relacionadas con el bienestar e interés colectivo, definido por las convenciones y consensos.

Los valores están presentes en lo que somos como personas, nosotros no somos seres que vienen por partes, somos seres integrales, interconectados, nuestras motivaciones generan comportamientos que son respaldados por nuestra forma de pensar frente a un determinado hecho. Nuestro comportamiento proviene de un razonamiento moral, cognitivo y procedimental.

Con respecto a nuestro razonamiento moral, es necesario hacer referencia a la *Teoría del Desarrollo Moral* de Lawrence Kohlberg, en la cual mediante un proceso de experimentación a través de entrevistas semi-estructuradas los sujetos fueron expuestos a varios dilemas morales sobre los cuales debían decidir. Los dilemas morales son relatos de situaciones, generalmente hipotéticas, que presentan un conflicto de valores y la necesidad de tomar una decisión ante él (Linde Navas, 2009, pp. 8).

La teoría de Kohlberg plantea que el razonamiento moral pasa por niveles, concretamente tres: preconvencional, convencional y postconvencional (Linde Navas, 2009). La etapa preconvencional se enmarca en el egocentrismo y el individualismo porque los sujetos todavía no han interiorizado las normas sociales; su expectativa es conseguir lo que buscan, a veces reconocen que los intereses no pueden coincidir y tratan de evitar el castigo mediante la obediencia a las reglas impuestas (aspecto físico, no contemplan las intenciones).

En la etapa convencional existe por parte de los niños un reconocimiento por las normas o roles sociales, es más, desde su lugar en el sistema social empieza a entablar relaciones. En esta etapa aprenden a “ponerse en el lugar del otro”, es decir, ampliar su perspectiva de las interrelaciones con el sistema. Los preceptos de la etapa son: expectativas, relaciones, convivencia, aceptación social y sistema social.

Finalmente, la etapa postconvencional las normas y convenciones sociales son aceptadas en medida en que no se contrapongan a los principios morales individuales de esa persona. Cuando existe una contradicción, la persona que ha llegado a esta etapa juzgará y evaluará el dilema influenciado en mayor medida de sus principios.

Las etapas del desarrollo moral, planteadas por Kohlberg, determinan un proceso lógico y gradual en donde los individuos nos enfrentamos a dilemas morales en diversas situaciones y nuestras reacciones serán primero desde nuestros propios intereses y visión (egocentrismo), después abrimos la perspectiva para sintonizar y entender los intereses del otro y finalmente estamos en capacidad para decidir sobre un dilema con una doble fuente, una normativa social y nuestros principios. Cada uno de los niveles pasa por dos estados en donde diferenciamos la forma en como percibimos, procesamos y respondemos a una determinada situación (Linde Navas, 2009, pp. 9).

La inteligencia emocional y nuestra convicción de valores nos permitirán reaccionar de maneras más acertadas frente a hechos tal vez incómodos, inesperados o hasta confusos.

Las características de los valores son: durabilidad, integralidad, flexibilidad, satisfacción, polaridad, jerarquía, trascendencia, dinamismo, aplicabilidad, complejidad (Antonetti, 2012, párr. 4).

- Durabilidad: Permanecen durante toda la vida, algunos sufren modificaciones de acuerdo con los entornos sociales.
- Integralidad: Constituyen un todo, no son divisibles.
- Flexibilidad y dinámicos: Se adaptan a las nuevas realidades de cada persona, grupo o sociedad, mediante los consensos.
- Satisfacción: Cuando una persona los practica.
- Polaridad: Cada valor posee su contravalor, los extremos son evidenciables.
- Jerarquía: En cada sociedad, grupo o a nivel personal existe una clasificación acerca de los valores que son más importantes. Se genera una escala o sistema de creencias que son flexibles y adaptables.
- Trascendencia: Brindan a cada persona un significado mayor cuando analizan sus comportamientos.
- Aplicabilidad: Son materializados en las acciones que practicamos.
- Complejidad: Su nivel obedece al tipo de análisis previo y posterior a la toma de una decisión frente a un hecho.

2.1.3 Clasificación y jerarquización de los valores morales

La escala de valores es subjetiva para cada persona, la práctica, interacción y formas de exteriorizarlos permiten que en cada uno de los sistemas a los cuales pertenecemos

exista un equilibrio entre las demandas y exigencias sociales o materiales y nuestras creencias, convicciones y principios.

La clasificación de los valores es amplia y existen distintas teorías para su validación, cada una de las que aporta con nuevas perspectivas para construir el sistema de creencias subjetivo e individual. Los valores de manera general pueden ser clasificados en: religiosos, morales, estéticos, intelectuales, afectivos, sociales, físicos, económicos.

- Religiosos: tiene un fin subjetivo que es la búsqueda de santidad y un horizonte trazado por el Ser Supremo o Dios, las personas están condicionadas por valores supraterráneos y además por la fe que mueve sus actos para seguir un modelo de conducta positivo con su gente.
- Morales: apelan a las bondades humanas, buscan de manera objetiva la felicidad y bondad en los actos. La razón y entendimiento rigen el comportamiento de los actos y cada persona al ser “íntegra” lucha por su autorrealización.
- Estéticos: son principios que buscan la belleza y armonía a través de la contemplación, interiorización y creación. Estos valores suelen ser malinterpretados en la sociedad por el espíritu consumista.
- Intelectuales: perfeccionan el razonamiento e inteligencia de cada persona a través de la búsqueda de la verdad y sabiduría. Las actividades que permiten la consolidación de estos valores son la abstracción, reflexión, experimentación significativa, comparación. Cada persona adquiere mayor cantidad de conocimiento de acuerdo a sus prioridades e intereses.
- Afectivos: están relacionados con el equilibrio emocional, la capacidad de transmisión y expresión de sentimientos. El objetivo es potenciar el Yo de cada persona, conocerlos y reconocernos capaces de transmitir sensaciones, afectos, placer a otras personas.

- Sociales: son principios que parten del consenso acerca de lo que se valora en cada persona. El fin último es acceder al poder legítimo en relación con el público en general.
- Físicos: relacionados con el cuidado y bienestar de nuestro cuerpo. Este tipo de prácticas permite un entorno saludable (interno y externo). Los buenos hábitos en higiene, conservación, mantenimiento de nuestro cuerpo influyen en otras personas.
- Económicos: enfocados en el bienestar material de las personas, el consumo de bienes para obtener confort y lujos. Estos recursos brindan estatus, seguridad, estabilidad a las personas.

Los valores existen en cada uno de nosotros, son transmitidos a través de la familia, de relaciones significativas, de experimentación y del ejemplo. Existen diversas formas de clasificar a los valores, a continuación dos referencias:

Según Herrera R.M. (1998, pp.1).

Valores Morales: Perfeccionan al hombre en sí mismo, en su esencia como persona. Por ejemplo: justicia, templanza, fortaleza, prudencia.

Valores Sociales: Perfeccionan al hombre en su relación con los demás. Por ejemplo: amabilidad, honestidad, servicio, solidaridad, patriotismo.

Valores Intelectuales: Perfeccionan al hombre en su aspecto, razón, intelecto, memoria. Ejemplo: ciencia, conocimiento, sabiduría. Dentro de esta clase. Podemos mencionar los relacionados con el arte.

Valores Técnicos: Perfeccionan al hombre ayudando a tener mejores condiciones de vida. Por ejemplo: estudio, organización, trabajo, creatividad.

Valores Vitales: Perfeccionan al hombre en su aspecto fisiológico. Por ejemplo: agilidad, fuerza, salud, deporte, placer, ejercicio.

La segunda referencia en clasificación de los valores es de Max Scheler (s.f, párr. 15), filósofo alemán, que propone en la ética material de los valores la siguiente clasificación:

Los valores, según Scheler, se presentan objetivamente, esto es a priori, como estructurados según dos rasgos fundamentales y exclusivos:

- La polaridad, todo los valores se organizan como siendo positivos o negativos. A diferencia de las cosas que sólo son positivas.
- La jerarquía, cada valor hace presente en su percepción que es igual, inferior o superior a otros valores. Esta jerarquía da lugar a una escala de valores que Scheler ordena de menor a mayor en cuatro grupos:
 - Los valores del agrado: dulce – amargo
 - Las valores vitales: sano – enfermo
 - Los valores espirituales, estos se dividen en:
 - Estéticos: bello – feo
 - Jurídicos: justo – injusto
 - Intelectuales: verdadero – falso
 - Los valores religiosos: santo – profano

Por otra parte, tenemos una definición de los valores morales como: individuales y sociales. Esta división evidencia que los valores morales constituyen un elemento propio de cada ser que es replicado en nuestras actuaciones diarias, sociales, personales, grupales. Los valores morales como la bondad, justicia, libertad, honestidad, tolerancia, responsabilidad, solidaridad, agradecimiento, lealtad, amistad y la paz, entre otros.; los vivimos de manera personal y social porque son parte de lo que somos y como nos desempeñamos en cada uno de nuestros roles.

Los valores tienen la facultad de universalizarse de acuerdo a las circunstancias en donde demandamos justicia, igualdad, reciprocidad, libertad, por mencionar algunos. En este marco, *Kant* menciona que “por consiguiente, sólo hay un imperativo categórico y dice así: obra sólo según aquella máxima que puedas querer que se convierta, al mismo tiempo, en ley universal” (*Escuela de Filosofía Universidad ARCIS, s.f., pp. 19*).

2.1.4 La dignidad de la persona

Para hablar de lo que somos como personas, existe un valor primordial, irremplazable y constitutivo que nos hace semejantes y a la vez únicos en cualquiera de nuestros espacios. La dignidad epistemológicamente deriva del adjetivo latino *dignus* y se traduce por “valioso”; hace referencia a la condición inherente del ser por su racionalidad, capacidad de creación, libertad y voluntad.

La dignidad de las personas es “esa” condición especial que define a cada ser humano y que le atribuye ciertas características permanentes y fundamentales desde el inicio de su vida hasta su muerte. La dignidad existe de manera intrínseca en cada ser, no es condicionante o facultativa, es un principio que permite la convivencia, respeto, libertad, solidaridad, etc.

La dignidad sólo existe en los seres humanos por la autodeterminación que es una condición humana única. Nuestra capacidad para analizar, las consecuencias, posibles efectos y hasta las repercusiones de nuestros actos son los que nos diferencian y los que nos atribuyen un mayor nivel de inteligencia.

La dignidad es un valor superior porque nos permite reconocernos en la igualdad aun cuando todos somos diferentes, permite que podamos respetarnos y ser conscientes de que no es negociable tratar a un ser humano como tal.

En el reino de los fines todo tiene un precio o una dignidad. Aquello que tiene precio puede ser sustituido por algo equivalente; en cambio, lo que se halla por encima de todo precio y, por tanto, no admite nada equivalente, eso tiene una dignidad. (Escuela de Filosofía Universidad ARCIS, s.f., pp. 28).

La dignidad es un principio y valor amparado por las leyes de nuestro país, la Constitución del Ecuador aprobada por la Asamblea Constituyente en el 2008 declara:

Capítulo sexto, derechos de libertad

Art. 66.- *Se reconoce y garantizará a las personas:*

Apartado 2. *El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.*(Constitución del Ecuador, 2008, pp. 47).

De acuerdo con la norma constitucional – Art. 66, apartado 2 - una vida digna implica que cada persona cuenta con lo necesario para subsistir, es decir servicios de salud, educación, vivienda, trabajo, espacios de ocio, seguridad social, entre otros. Es un elemento destacable que nuestra constitución mencione de manera expresa la “vida digna” porque nosotros antes de ser ciudadanos somos personas, que tienen derechos y valores imprescriptibles y que cada una de las normativas legales deben amparar estos principios para que la sociedad sea integral, humana, real.

Un planteamiento interesante que parte de las reflexiones filosóficas de Platón y Kant se refiere a que la dignidad de la persona está íntimamente relacionada con su autonomía y racionalidad es decir, que una persona al tener la capacidad de regular y evaluar su comportamiento ejerce como “ser libre” y a la vez se convierte en “señor de sus acciones” lo que le atribuye el estatus de “ciudadano”. Esta ciudadanía conlleva la atribución de luchar contra las presiones sociales, exigencias naturales y lograr su emancipación.

La dignidad está vinculada estrechamente con el respeto, ya que no podemos ser dignos sino nos reconocemos en el otro. Debemos comprender que lo diferente es igual a tolerancia, a identificar la esencia no las superficialidades. Un ser digno busca una vida digna y esto contempla una infinidad de acciones que determinan nuestro respeto por lo que somos, por la vida ajena, por sus derechos, obligaciones, libertad de elección y de autodeterminación.

2.2 La familia y la construcción de valores

La familia constituye el pilar sobre el cual se desarrolla la sociedad. La familia es el primer núcleo social en donde cada persona desarrolla diversos aspectos como son: físico, emocional, intelectual y sensorial.

- Aspecto físico: es desarrollado a través del juego, actividades, proceso natural del cuerpo para perfeccionar sus funciones. El cuerpo humano desempeña varias funciones, algunas deben ser perfeccionadas como la coordinación óculo – manual, la destreza en su motricidad gruesa y fina, entre otros.
- Aspecto emocional: desarrollado por medio de los vínculos y figuras de apego que son parte del entorno más cercano de las personas. La socialización se genera de manera natural en la familia, permite a los niños formar su personalidad y libre determinación de gustos e interés. El apego es fundamental para que un niño sienta pertenencia, aceptación y reconocimiento. Su inclusión en la vida familiar permiten su revalorización y potenciación de sus roles.
- Aspecto intelectual: desarrollo de los procesos cognitivos mediante el aprendizaje progresivo de nociones, conceptos, estrategias de aprendizaje.
- Aspecto sensorial: mediante diversas texturas, materiales, objetos, dimensiones, juegos de refuerzo e identificación, que permiten incrementar las destrezas propias de cada uno de los sentidos.

La familia es nuestro primer escenario social en donde además de los aspectos mencionados también adquirimos seguridad, autoestima, valoración, reconocimiento. Todos estos aspectos forman a un ser complejo e íntegro. Las familias no siempre son las mismas, con el tiempo su composición ha cambiado, ahora hay tradicionales, alternativas o extensas. Las tradicionales están compuestas por los padres y sus hijos; y las alternativas o extensas están compuestas por uno de los padres, otro familiar cercano (abuelos, tíos, etc.) y los hijos.

Lo importante es que en una familia existe una voluntad y amor por los suyos que supera las circunstancias externas. En este núcleo acogen a los suyos de manera instintiva para brindar las herramientas necesarias para enfrentar la vida fuera de ese espacio seguro.

La acogida en la familia significa para el niño sentirse protegido por el amor y el cuidado de sus padres. Significa apoyo, ternura, confianza; sentir cercana la presencia de los padres que se hace dirección, guía, acompañamiento. Significa seguridad, sentirse invulnerable. (Ortega, Mínguez, 2004, pp. 14).

Una familia es un ser vivo con integrantes, procesos, funciones, roles que con el tiempo varían y son dinámicos porque cada miembro tiene sus propias características y desempeña un rol individual y colectivo. El fundamento de la familia es el de educar.

Es importante hablar de lo que constituye la comunicación, no sólo en la familia sino en cada espacio de nuestras vidas en donde transmitimos mensajes diversos y promovemos comportamientos y actitudes. La comunicación es un elemento *sine qua non* de los seres humanos para socializar, crecer, aprender, reflexionar, intercambiar y demás acciones que las llevamos a cabo dentro de nuestros entornos o ambientes.

Las formas de comunicar nuestras conductas, principios, actos y sus posibles consecuencias refuerzan la interiorización de los valores, su vivencia interna y significativa. La transmisión de valores se produce a través de una infinidad de mecanismos y canales de comunicación.

Desde siempre la comunicación y sus diversas formas de expresión se han convertido en la mejor y única forma de interactuar entre las diversas personas que se encuentran en un espacio determinado. La comunicación se caracteriza por su infinidad de formas, la flexibilidad de sus connotaciones, significados y la versatilidad con la que se puede adaptar a las necesidades específicas de una persona, conglomerado o sociedad.

Con los seres humanos la comunicación tiene características únicas y mucho más desarrolladas debido a la interacción constante y que las distintas formas en cómo podemos establecer un intercambio de información con otra persona. En los seres

humanos tenemos la comunicación verbal y la no verbal *"la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre"* (Del Pozo Lite, 2000, pp. 20).

El hombre es un ser social y dinámico por definición, que requiere satisfacer ciertas necesidades y para esto hace uso de diversos mecanismos que le permiten darlo a conocer o evidenciarlo. Nos comunicamos a diario, en todo momento, intencional (verbal, gestual, postural) o sin intención aparente (no verbal), nuestros gestos, palabras, silencios, postura de nuestro cuerpo, comunican.

La comunicación entre seres humanos es aquella que se establece mediante el lenguaje; Los mensajes son elaborados y reproducidos a través de las distintas expresiones del lenguaje como son: escrita y oral. En la antigüedad se consideraba a este tipo de comunicación como la única debido a que no se estudiaba ni se daba mayor importancia a los gestos o símbolos que también eran parte del proceso. La comunicación verbal es la base de la historia y de la transmisión de cultura en las sociedades, debido a un proceso de intercambio y enriquecimiento constante de los pueblos.

Por su parte, en la comunicación no verbal los mensajes se transmiten mediante gestos o símbolos que son expresados corporalmente en su mayoría o mediante sonidos. La comunicación no verbal tiene una connotación importante cuando se analizan las relaciones interpersonales, porque este tipo de comunicación expresa o contiene significados que permiten determinar niveles de confianza, características culturales, comodidad o predisposición de parte de los actores. En esta comunicación tenemos el lenguaje corporal y gestual.

El proceso de comunicación tiene varios marcos conceptuales y funciones, sin embargo, *"la dinámica de comunicación implica de manera general y consensuada la intervención de los siguientes elementos que son: emisor, mensaje, cifrar, canal, receptor, descifrar, retroalimentación, ruido y contexto."* (Adler B., R., Elmhorst M. J., 2005, pp. 8).

- *Emisor:* es la persona que está encargada de elaborar el mensaje, es decir debe escoger los signos y el lenguaje adecuado para codificar lo que quiere transmitir.
- *Mensaje:* está compuesto de todos los signos, símbolos, expresiones, entonaciones, gestos que son transmitidos por parte del receptor y en un determinado caso por parte del receptor cuando se invierten los papeles (respuesta).
- *Cifrar:* se refiere al proceso mediante el cual el emisor escoge los elementos, signos, símbolos o gestos para codificar (elaborar) un mensaje determinado. El emisor al determinar qué tipo de elementos usará para su mensaje, establece una diferencia entre otro tipo de información que será recibida por el receptor.
- *Canal:* es aquel medio a través del cual se transmite la información o los mensajes, constituyen un soporte material o espacial para que se pueda establecer una conexión entre emisor y receptor.
- *Receptor:* esta persona realiza un trabajo de interpretación o decodificación del mensaje que le ha sido transmitido. El receptor puede ser pasivo, es decir, cuando solo recibe el mensaje y lo decodifica o entiende; y puede ser activo cuando lo percibe y almacena para realizar una interpretación posterior.
- *Descifrar:* consiste en la actividad o proceso que debe realizar el receptor cuando le llega un mensaje, es decir, el significado que atribuye a los elementos y símbolos que han sido transmitidos, este proceso determina el éxito del contenido del mensaje, debido a las características de comunicación que tengan los actores y cuanto se conozcan.
- *Retroalimentación:* se define como aquella condición dentro del proceso según el cual se obtiene una respuesta (verbal, no verbal, actitud, etc.), con esto, se determina la interactividad y la receptividad de los actores. La retroalimentación puede ser positiva (cuando establece nexos o relaciones para motivar e incrementar la comunicación) o negativa (cuando trata de eliminar el flujo comunicativo o cambiar el tema de conversación). Todo proceso de comunicación debe contar con una retroalimentación conocida también como “feedback”, puesto

que es necesario tener respuestas o reacciones cuantificables o no, pero necesarias para no dejar el proceso en una mera transmisión de información y convertirla en comunicación.

- *Ruido o interferencia:* constituye cualquier interferencia o barrera comunicacional que se presente al momento de transmitir o recibir un mensaje, pueden ser sonidos, personas, construcciones, paredes, entre otros.
- *Contexto:* está compuesto por los elementos que forman parte de un determinado espacio, existen cuatro tipos de contexto – físico, social, cronológico y cultural.

2.2.1 Familia y valores: conceptos básicos

La familia constituye un sistema abierto, semi-permeable, con elementos variables que van adaptándose a los nuevos contextos que modifican su organización interna. La familia puede ser considerada como una célula en donde cada uno de sus componentes cumple con determinadas funciones. La analogía con la célula es válida porque la familia es un sistema por sí mismo, no existen dinámicas familiares iguales, cada una pone sus reglas, se adapta, modifica y por ende debe ser cuidada.

Cada uno de los integrantes de la familia tiene responsabilidades, funciones o tareas que no deben ser consideradas como una “imposición” sino por el contrario con el tiempo nos damos cuenta que el respeto y educación que nos brinda la familia constituyen la base para nuestro correcto desempeño en los distintos ambientes de la sociedad como son: escuela, amigos, trabajo, reuniones, etc.

Las normas, reglas, principios y valores que son transmitidos y cultivados en la familia serán después replicados en las circunstancias y entornos a los cuales nos enfrente la vida. En la familia es donde el ser humano aprende lo que son los afectos, el apego, el amor, la solidaridad, el compromiso y entrega desinteresada.

Los valores, antes mencionados, no son adquiridos de manera automática, son las experiencias significativas, la coherencia entre el discurso y las acciones lo que permite que un niño lo internalice y atribuya un significado para su vida.

En la actualidad, existen diversos tipos de familia por ejemplo: las tradicionales o nucleares y las alternativas o extensas. La Constitución del Ecuador (2008, pp. 47) reconoce los diversos tipos de familia y tipifica su constitución legal, a continuación los artículos:

Capítulo sexto, derechos de libertad

Art. 67.- *Se reconoce la familia en sus diversos tipos. El Estado la protegerá como núcleo fundamental de la sociedad y garantizará condiciones que favorezcan integralmente la consecución de sus fines.*

Estas se constituirán por vínculos jurídicos o de hecho y se basarán en la igualdad de derechos y oportunidades de sus integrantes. El matrimonio es la unión entre hombre y mujer, se fundará en el libre consentimiento de las personas contrayentes y en la igualdad de sus derechos, obligaciones y capacidad legal.

Art. 68.- *La unión estable y monogámica entre dos personas libres de vínculo matrimonial que formen un hogar de hecho, por el lapso y bajo las condiciones y circunstancias que señale la ley, generará los mismos derechos y obligaciones que tienen las familias constituidas mediante matrimonio. La adopción corresponderá sólo a parejas de distinto sexo.*

El Estado vela por la integridad de los diversos tipos de familias, ampara los vínculos jurídicos en relación a la igualdad en derechos y oportunidades. La igualdad y equidad de las personas que componen las familias ha sido una conquista progresiva y permanente. Tanto hombres y mujeres deben contribuir en las familias, su organización interna y reglas son facultativas de cada núcleo para un beneficio colectivo.

Las familias cumplen diversas funciones, *“sin embargo, desde el punto de vista del proceso de individualización y socialización, podemos distinguir tres funciones básicas*

que son comunes en un gran número de culturas: supervivencia, económica y autoactualización” (Le Vine, 1974, como se cito en Vila, 2008, pp. 43).

La función de supervivencia está relacionada a la capacidad para instalar las condiciones físicas, emocionales, de bienestar general (salud, alimentación, etc.) para que los niños puedan crecer y desarrollarse hasta que se puedan valer por sus propios medios. La función económica consiste en la facultad para que los integrantes o dependientes puedan satisfacer sus requerimientos materiales. La función de autoactualización es muy importante porque está relacionada con la vivencia y transmisión de valores, así como las destrezas y estrategias para adquirir capacidades cognitivas.

La familia, al ser un núcleo, una célula primordial es también un sistema y en referencia a esta última premisa es importante mencionar a la Teoría General de Sistemas de Ludwig von Bertalanffy (biólogo austriaco) en la década de 1940.

Al denominar a la familia como un sistema se le atribuye varias conexiones, muchas veces invisibles, que son las que permiten su interrelación y la consecución de objetivos generales y específicos. Las acciones que un sistema ejerce tienen una alta probabilidad de influir en el siguiente. Las reacciones en cadena y la permeabilidad del sistema deben ser consideradas para emplearlos, de manera positiva, en beneficio de la familia y sus integrantes.

Los planteamientos generales de la Teoría de Sistemas son los siguientes:

1. Todo sistema pertenece a un sistema mayor: cada sistema existe dentro de otro más grande.
2. Todo sistema está compuesto por subsistemas.
3. Los sistemas son abiertos: es consecuencia del anterior. Cada sistema que se examine, excepto el menor o mayor, recibe y descarga algo en los otros sistemas, generalmente en los contiguos. Los sistemas son abiertos porque se caracterizan por un proceso de cambio infinito con su entorno, que son los otros sistemas. Cuando el intercambio cesa, el sistema se desintegra, esto es, pierde sus fuentes de energía y desaparece.

4. Las funciones de un sistema dependen de su estructura: para los sistemas biológicos y mecánicos esta afirmación es intuitiva. Los tejidos musculares por ejemplo, se contraen porque están constituidos por una estructura celular que permite contracciones y los organizan.

El sistema está definido por parámetros, que son constantes arbitrarias que se caracterizan por sus propiedades, el valor y la descripción dimensional de un sistema específico o de un componente del sistema.

Los componentes de los sistemas son:

- *Entrada (insumo o impulso "input")*: a través de éstas el sistema consigue los recursos necesarios para su alimentación y mantenimiento, es la forma en como permanece en constante relación e intercambio con el exterior.
- *Salida (producto "output")*: son los resultados del procesamiento de la información, a través de este elemento la información se transmite al ambiente externo y se cumple con la finalidad primaria del sistema que constituye el intercambio y constante comunicación.
- *Procesamiento, procesador o transformación*: se refiere al fenómeno que permite que se generen cambios y resultados en el interior del sistema y posteriormente serán intercambiados con otros sistemas o el exterior.
- *Retroacción o retroalimentación "feedback"*: significa la función de retorno o circularidad del sistema, genera mayores entradas si es positiva o disminuye las entradas, si es negativa. Refuerza o modifica los procesos realizados.
- *Ambiente*: son las condiciones fuera del sistema, que lo rodean y determinan para relacionarse y para obtener información, energía o recursos. La supervivencia de un sistema depende de su capacidad de adaptarse, cambiar y responder a las exigencias y demandas del ambiente externo.

Existe una característica propia de los sistemas que es la "permeabilidad" y consiste en la cualidad innata de todo sistema para filtrar y acumular información del ambiente externo

que le sea de utilidad. Ningún sistema es completamente permeable porque esto significaría que no almacena nada para su subsistencia y tampoco son impermeables porque cada sistema depende de sus relaciones con el ambiente para subsistir. Todos los sistemas podrían ser catalogados como semi-permeables. Existen de acuerdo a esta teoría dos tipos de sistemas, abierto y cerrado, con sus características específicas que no son excluyentes, es decir, pueden coexistir en un mismo espacio.

La analogía de la familia como un sistema funciona desde una perspectiva integral en donde su influencia e impacto es interno y externo. Los subsistemas son los integrantes de la familia, los pequeños grupos que se forman, las relaciones y tipo de comunicación que se produce, la dinámica propia en sus rutinas y prioridades. La familia como sistema tiene las características que se han definido en la teoría al ser abierto, semi-permeable, dinámico, interrelacionado, flexible y cambiante.

2.2.2 Familia como escenario de construcción de valores

La familia al ser la fuente primaria en lo que a valores se refiere, constituye el escenario principal en donde las actuaciones y vivencias permiten reforzar o disminuir la importancia que un niño le atribuye a un valor. No es una coincidencia que un niño que no vive rodeado de respeto falte con obra o palabra a otros, esto lo aprende y lo vive en su entorno familiar.

La familia está llamada a ser escuela de virtudes. *“En ella deben aprender sus miembros a vivir como corresponde a un cristiano y de su testimonio ha de beneficiarse la sociedad entera”*. (López (Ed.). 1982, pp. 31).

El entorno familiar es un espacio dinámico, variable en sus formas pero donde la esencia debe ser sólida porque la transmisión de valores es progresiva, podemos decir que es una cadena en donde sus engranes no son insertados o soldados, sino que se amoldan a las formas de cada núcleo. *“Otro aspecto que se relaciona con la “calidad de las relaciones interpersonales” se refiere a que las niñas y niños necesitan “atención y cuidados consistentes”*. (Vila, 2008, pp. 46).

He recalcado la importancia de las experiencias significativas para que los niños interioricen los valores; y esto, complementado con la consistencia de nuestros comportamientos y no introducir cambios inesperados con relación a la conducta de los niños, no demandar o forzar comportamientos que estén fuera de sus propias capacidades de adaptación. La incoherencia, desajuste o incompatibilidad entre lo anterior y lo nuevo genera desconcierto, confusión y hasta rebeldía.

Si planteamos a la familia como un escenario, existe una infinidad de materiales, de recursos y hasta de personajes que componen la obra denominada “vida familiar”. Este escenario brinda infinidad de opciones, no tiene paredes, barreras; está abierto para que sea dibujado a diario, moldeado para que tu familia sea lo que tú quieres que sea. La práctica de valores serán distintas escenas en las cuales los personajes viven de la moraleja, del análisis posterior de varias situaciones que tienen un valor similar que debe ser replicado.

En el proceso de construcción de los valores en el interior de la familia existen pasos que permiten continuidad, coherencia y refuerzo permanente de estas experiencias. Cabe mencionar que para enseñar y vivir los valores debemos partir de un aprendizaje significativo en donde no se pretenda insertar costumbres, hábitos o formas de comportamiento que no le pertenecen al niño/a, sino que debemos potenciar lo que tiene cada uno para que el valor tenga sentido.

Lo que ellos (niñas y niños) tienen en su interior, lo que siente, lo que han construido a través de vivencias en sus familias les permite reconocer el valor, darle sentido, vivirlo de manera positiva y someterlo permanentemente a evaluaciones.

Para que un niño adquiera un valor debe empezar por tomar conciencia de una determinada situación, conocer las causas y consecuencias, reconocer que no se trata de un hecho aislado. Después viene la implicación vivencial que permite al niño y a sus figuras cercanas consolidar el valor frente a hechos. Este tipo de implicación requiere la predisposición del sujeto para conectar los elementos y enmarcarlos en el propósito social.

La experiencia significativa permite que el niño adquiera la competencia personal o auto-competencia para establecer la escala para juzgar y evaluar los momentos y poder tomar decisiones con libertad y conciencia, es decir actuar o no actuar. Un momento final constituye el compromiso consciente de que esos valores no son etéreos o inmateriales, valen por sí mismos y se expresan en nuestra rutina y comportamientos.

2.2.3 Educación familiar y desarrollo de valores

La familia es la escuela de valores por excelencia, es el espacio más íntimo, sin barreras, sin títulos, sin poses. En el entorno familiar cada uno es lo que es, desempeña su rol, nos quieren y aceptan por lo que somos (en la mayoría de los casos). Es en este espacio en donde los vínculos de apego, amor y cariño se desarrollan.

En nuestro entorno familiar no necesitamos comprobar o demostrar nuestras capacidades o inteligencia, como pasa en las empresas por ejemplo. Es la naturalidad de las relaciones, la convivencia y el flujo permanente de comunicación que crea el ambiente propicio para que se aprendan valores.

En esta escuela familiar, es primordial tener un tipo de comunicación eficaz, intencionada, con mensajes claros que desarrolla las bases para que exista confianza, reciprocidad, reconocimientos y aceptación. La comunicación debe ser bidireccional, abierta para que sus integrantes puedan ser parte del proceso y no meros receptores de mensajes que a veces son más órdenes.

Los padres no tiene un manual de cómo comunicarse con sus hijos, por eso cada uno hace su mejor esfuerzo por lograr establecer una buena relación con sus hijos, los padres quieren que ellos sean felices. La comunicación entre padres, con sus hijos, con su entorno define que los hijos tengan canales estables, positivos para preguntar, consultar, sugerir y porque no, hasta transmitir un nuevo concepto o vivencia que permita a todos aprender.

Los padres, a veces, ponen la felicidad de sus hijos por sobre la suya y esto genera un conflicto con los hijos porque al final las personas somos seres integrales y no podemos

actuar toda la vida, las incoherencias o mensajes forzados no generan bases sólidas. Los padres deben ser felices, vivir su amor, el respeto, la consideración; en definitiva ser ejemplo de los valores que predicán.

La coherencia entre las acciones, vivencias, reacciones, comportamientos, actitudes diarias o repetitivas marcan patrones de conducta. He mencionado que los valores no se transmiten de manera automática, sino de manera progresiva, esto significa que las experiencias similares o condiciones parecidas son asociadas con un comportamiento previo y al ser analizado genera una conducta. Las personas adaptamos nuestras formas de reaccionar al comparar y modificar lo que consideramos que no está bien de nuestro sistema de valores.

Los padres son los llamados a transmitir valores, parecería que ser padre es el trabajo más difícil del mundo porque no sólo estás a cargo de tus actos y consecuencias sino que también tienes que guiar a un ser humano sediento de información y experiencias. Este rol, que la vida nos regala, exige y demanda lo mejor de nosotros por el amor infinito que le tenemos a cada uno de nuestros hijos y esposo/a.

Ser padre es la mejor oportunidad para convertirte en un educador, en aquella persona a la cual tus hijos admiran no por sus grandes logros, metas cumplidas, objetivos o proyectos desarrollados en los entornos externos, ellos te aman por lo que tú eres, por lo que haces ahí, en la familia. El reconocimiento y valoración de lo espiritual, lo subjetivo, lamentablemente, con el tiempo pierde vigencia porque al crecer los valores materiales pesan, importa más lo que tienes, lo que haces, cuánto ganas o tu apariencia.

Actualmente, no todas las familias tienen figuras maternas y paternas, a veces hay sólo uno o en otros casos son otros familiares los que ejercen como tal. La disfuncionalidad, ligereza en las relaciones, falta de compromiso y las exigencias sociales han producido cambios radicales en las dinámicas familiares. El objetivo no es analizar estas condiciones, sino el reconocer que cada uno de los cuidadores o figuras de apego debe poner en práctica los valores, vivirlos, experimentarlos para educar con el ejemplo.

Los hijos en la familia aprenden a amar, y esto conlleva muchos valores: olvido personal, generosidad, fortaleza, flexibilidad, comprensión, etc. El afecto da seguridad y la seguridad da autoestima y, con autoestima, es más fácil interiorizar los valores que los progenitores quieren transmitir.

Aprenden a perdonar, no guardar rencores, aceptar a los demás como únicos y diferentes. El perdón ayuda para vivir la solidaridad y el respeto. El ambiente que generamos en el hogar debe proyectar paz y serenidad, para no vivir con tensión, reproches o malos modos. Cuando el ambiente familiar es sano, no digo perfecto, los niños adquieren habilidades sociales, cognitivas, emocionales.

Los padres, hermanos y figuras de apego se convierten en referentes directos. No se trata de plantearnos objetivos imposibles o irreales sino de actuar con coherencia, dentro de un marco real y sensible para inculcar lo mejor a nuestros hijos, brindarles confianza para que puedan crecer expresando sus intereses, sentimientos, pensamientos o ideas. Los roles en la familia están predeterminados y otros se adaptan de acuerdo al tipo de relación que se genere y las condiciones propias de cada entorno.

Para finalizar el tema de la familia considero oportuno citar a Juan Pablo II en una cita amplia acerca del reto que constituye formarla y luchar por ella.

Al hablar de La familia es la primera y fundamental comunidad humana. Es ambiente de vida, es ambiente de amor. La vida de toda sociedad, nación o Estado, depende de la familia; la familia es, dentro de esa sociedad un verdadero ambiente de vida y amor. Hay que hacer mucho, mejor dicho, hay que hacer todo lo posible para proporcionar a la familia las condiciones necesarias para ello: condiciones de trabajo, de vivienda, de manutención, cuidando de la vida desde el momento de concepción, respeto social de la paternidad y de la maternidad, gozo que dan los hijos desde que llegan al mundo, pleno derecho a la educación y, al mismo tiempo, ayuda a la educación en todas sus formas. He aquí un amplio programa, de que depende el porvenir del hombre y de la nación. (López (Ed.). 1982, pp. 35).

2.2.4 Valores y desarrollo social

La sociedad está fundamentada en los seres humanos que desempeñan diversos roles y profesiones. Todos somos complementarios, la diversidad permite el equilibrio social. No podemos ser iguales porque no podríamos satisfacer todas las necesidades, expectativas, intereses o aficiones de quienes componen una sociedad.

El desarrollo social se fundamenta en las capacidades intelectuales y productivas de cada ciudadano. Cada persona se prepara y produce de acuerdo a sus posibilidades, intereses y oportunidades.

El desarrollo social es un proceso que paulatinamente conduce a mejorar y potenciar las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios, principalmente. Implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso.

En este proceso, el papel de Estado como ente de planificación, coordinación, ejecución y evaluación es decisivo. Su función es, además, promover e impulsar políticas y leyes necesarias que permitan a los diferentes entes gubernamentales ejecutar los programas para brindar bienestar colectivo a los ciudadanos. En este desarrollo también participan de manera activa los actores sociales, públicos y privados.

En cada país existen códigos, normas y leyes que fundamentan el tipo de estado, orden, equilibrio, estabilidad, sistema económico, entre otros. En nuestro país, por ejemplo, en los últimos años son evidentes las acciones por consolidar la política nacional denominada del “Buen Vivir”. Esto significa que todo el aparataje estatal, proyectos y acciones están destinados a brindar bienestar, equidad, legalidad, en cumplimiento con los derechos fundamentales de todo ser humano.

La iniciativa del gobierno de promover políticas sociales para el “buen vivir” demuestran una clara intención por atender las diferencias sociales en relación a educación, salud, seguridad, acceso al empleo y por supuesto que todo esto está enmarcado en la dignidad y valores que deben ser visibles, no etéreos.

El desarrollo social de un país se basa en el tipo de gobernantes y autoridades que elegimos y de los cuales tenemos diversas políticas, programas e iniciativa que impactan en un gran porcentaje de la sociedad. Cada una de estas personas tiene una escala moral y valores que evidencian sus prioridades y convicciones a través de sus actos y proyectos.

El fin último de un gobernante debe ser el bienestar colectivo. Todos nosotros somos piezas de esta cadena de valor para contribuir con una sociedad positiva, productiva, emprendedora, incluyente, inclusiva, abierta, dinámica, humana y solidaria.

Los valores en la sociedad son evidenciados por los actos colectivos en donde demostramos nuestro nivel de solidaridad, convicción, tolerancia, lucha, fuerza, empatía. La sociedad es un sistema, conformado por diversas células, órganos, funciones, organismos, etc. La inter-dependencia e inter-relación de sus partes es indispensable y automática.

2.2.5 Los valores en niños y adolescentes

En la actualidad, los niños y adolescentes tienen una escala de valores algo desvirtuada porque las infinitas distracciones en el seno de la familia, no les permiten vivir lo que es verdaderamente importante. Los chicos de ahora son dispersos, pocas veces se pueden concentrar en la otra persona, no aprenden a ceder o conceder, son muy obstinados y porque no decirlo tienen una escala de valores fundamentada en lo que “tienen”, lo que aparenta, lo que se percibe físicamente.

Esta incoherencia y debilidad en nuestra sociedad, por el cambio de prioridades, genera una rebeldía frente a lo que se conoce como valores y moral y que no puede estar desvinculada del ser humano porque le es inherente.

Esto es lo que ocurre con el mundo de los valores: que son componentes tan inevitables del mundo humano que resulta imposible imaginar una vida sin ellos. Y esto es lo que sucede concretamente con los valores morales, porque la moral “la llevamos en el

cuerpo”, ya que no hay ningún ser humano que pueda situarse más allá del bien y el mal moral, sino que todos somos inevitablemente morales (Guerrero, 2010, pp. 205-206).

En nuestra sociedad, el tiempo familiar es disminuido por las presiones laborales de los padres. Los trabajos exigen una presencia no sólo física sino satelital de los profesionales que siempre están conectados con sus empresas y con el nivel de responsabilidad que maneja su cargo. Los límites deben ser puestos por los padres porque la familia también requiere un espacio y demanda atención de calidad.

Los niños y adolescentes demandan de sus padres cariño, atención, interés y a veces esto es reemplazado por cosas materiales o por distracciones que permiten a los padres descansar un momento y no estar preocupados de lo que hacen sus hijos, sus amistades, los espacios que frecuentan y sus intereses.

La niñez es una época privilegiada en donde los vínculos de apego son fundamentales, los padres deben “estar” con sus hijos no de manera impersonal, sino brindarles tiempo de calidad, todos sabemos que los padres deben trabajar para mantener el hogar pero también deben reconocer que sus hijos son seres humanos en formación que requieren modelos, parámetros, experiencias que les permitan reconocerse, estimarse y conocerse. Las herramientas y estrategias sociales que aprenden en casa son expuestas en la escuela, amigos, reuniones y demás.

La adolescencia es una época determinante en el futuro de los chicos porque es un espacio en donde se generan muchas dudas, interrogantes, nuevos retos. Los niños y niñas cuando llegan a la juventud, buscan redefinirse, buscar sus propios ideales, metas, intereses profesionales y personales. En la adolescencia los padres deben estar mucho más pendientes de lo que hacen sus hijos, no como un mecanismo de control sino como acompañamiento.

Los niños y adolescentes deben ser inculcados en los valores esenciales de la familia como son: amor, respeto, generosidad, solidaridad, responsabilidad, integridad, honestidad, sensatez, entre otros. En cualquier etapa de la vida, la familia es la primera fuente de experimentación significativa para adquirir y practicar valores. La escuela es el

segundo entorno más cercano y en donde los niños se van a desarrollar en habilidades cognitivas, sensoriales, emocionales, sociales.

El propósito de nuestra sociedad, enmarcada en el bien colectivo y la misión encomendada por Dios responden a la búsqueda y lucha de una juventud renovada y revalorizada que lucha a diario por vivir por y para los demás, con solidaridad.

Fernando Rielo habla de la Juventud Idente, reconocida en diferentes países, que aspira a formar y unir en los más altos valores morales, humanos y culturales a jóvenes de diferentes países, razas y creencias, con tres pilares señalados en el lema Dios, Naturaleza y Sociedad. Su finalidad es la restauración de la humanidad, comenzando por sí mismos y desarrollando al máximo toda la riqueza que posee el ser humano; de ahí su regla de honor: ad Deum propter humanitatem (a Dios por medio de la humanidad). (Instituto Id de Cristo Redentor, 2012, párr. 8).

En las dos etapas de la vida, niñez y adolescencia, cada experiencia constituye un aprendizaje y debemos tener conciencia de que nuestros actos son percibidos como modelos o patrones de conducta. Muchas veces por la frecuencia de los actos o situaciones en el entorno familiar, las respuestas son instintivas por las referencias previas.

2.3 La escuela y la educación en valores

2.3.1 Necesidad de educar en valores en la escuela

La escuela es el segundo agente socializador fundamental en materia de valores, sin dudas, allí, el niño pasa mucho tiempo, sus experiencias son diarias y está expuesto a un sinnúmero de modelos de comportamiento, en donde no siempre éstas serán congruentes con lo que se ha transmitido en la familia.

Los maestros están llamados a desempeñar el papel de “modelo” para reforzar los aprendizajes en valores que los niños han adquirido y también a ser un vínculo para reconducir algunos comportamientos negativos que tengan los niños. El papel del educador en el aula y en la escuela en general, es primordial porque los niños generan vínculos de apego y de confianza con los maestros.

El tema de los valores se asemeja a una red que se teje con cada aporte positivo que hacemos en diversas circunstancias. Esta red está compuesta por cada actuación, reflexión o ejemplo que se produce en la escuela. La red se alimenta a diario con los valores que exteriorizan los niños y los maestros deben reforzarlos.

El niño se inserta en un entorno social desconocido, diverso y complejo en donde demostrará lo que se le ha inculcado y sus mecanismos de interacción social y adaptación. *“Educar en valores consistiría pues en cultivar esas condiciones que nos preparan para degustar ciertos valores, precisamente esos – en este caso – de los que decimos que componen una ciudadanía plena”.* (Guerrero, 2010, pp. 202).

La escuela es un espacio dinámico que promueve experiencias de aprendizaje, es un entorno rico en elementos y se deberá reconocer la importancia de servir de medio por excelencia para la construcción de valores positivos. El plantear esta misión no es desconocer la trayectoria e impacto que desde siempre la escuela ha tenido, sino reafirmar su tarea primordial de involucrarse en la búsqueda de métodos y recursos para desdibujar los valores negativos y generar un proceso colectivo de aprendizaje mediante la vivencia, garantizando su permanencia en cada ser.

Los estudiantes de hoy son los profesionales de mañana y ellos ocuparán los cargos públicos y privados que dirigirán el rumbo del bienestar colectivo y deben demostrar que han adquirido herramientas técnicas y morales para trabajar por una visión y misión humana, solidaria.

La escuela, sus maestros, las autoridades y personal en general de la institución deben ser conscientes de que su compromiso es el desarrollo moral, ético e integral de los estudiantes. Las políticas, normas, reglas, tipos de conducta, principios y valores que viven los estudiantes permiten que adaptación o rechazo del espacio. La coherencia y respeto por las diferencias permiten un proceso paulatino de adaptación para homogenizar la escala de valores.

No se trata de reprimirlo o de condicionar su conducta, al contrario debe ser un proceso natural y libre para que los chicos puedan identificarse con aquello que consideramos “positivo”, “favorecedor” “aceptable” o “humano”. Las formas agresivas para imponer un determinado comportamiento produce un efecto contrario y es mucho más difícil manejarlo después cuando el chico se expone a una sociedad o entorno laboral en donde vivir en valores es más complicado, porque es el individuo quien se maneja y defiende sus principios.

El proceso de aprendizaje, de cualquier tipo, es bidireccional por lo tanto todos los actores se deben reconocer y trabajar para que exista una participación activa y dinámica que desarrolle entornos flexibles, abiertos, respetuosos. Los niños aprenden de los adultos y los adultos aprendemos de los niños, los años nos dan experiencia pero también nos quitan un poco de ilusión, inocencia, curiosidad.

2.3.2 La educación en valores en los procesos educativos actuales

La política actual del Gobierno Nacional en relación a la forma cómo se concibe el proceso de aprendizaje permite ampliar la perspectiva y usar nuevas herramientas que reconocen al estudiante como un sujeto activo en el proceso y no como un mero receptor que almacena y repite información.

El objetivo general del Plan Decenal de Educación es garantizar la calidad de la educación nacional con equidad, visión intercultural e inclusiva, desde un enfoque de los derechos y deberes para fortalecer la formación ciudadana y la unidad en la diversidad de la sociedad ecuatoriana (Ministerio de Educación del Ecuador, 2006, pp. 4).

La educación debe ser entendida en su doble sentido etimológico, es decir, debe ser utilizada para “conducir” las aptitudes de la población, al guiar con ello el bien de la comunidad, con lo que presenta un valor social y socializador, ya que cohesiona a los grupos sociales; y al mismo tiempo, la educación debe entenderse en sentido de “exponer” “sacar para fuera” o propiciar que el individuo tenga oportunidades para demostrar su habilidad, gustos, intereses para alcanzar el bienestar personal. La educación, por tanto, tiende al bien global, al atender y solucionar la tensión constante que se origina entre el individuo y la sociedad.

Los beneficios que se derivan de la educación no deben recaer en una sola porción de la sociedad, sino que se debe gestionar los recursos de tal manera que se atienda a la universalidad de la población para desarrollar sus habilidades y de que después serán replicadas en beneficio de la comunidad.

Para enseñar, construir o reforzar valores es necesario identificar en nuestros sujetos activos / estudiantes que es lo que valoran y para esto necesitamos exponerlos a diversas situaciones en donde existan dilemas morales, acordes con su edad. Necesitamos conocer qué tipo de actitudes o reacciones les genera un determinado suceso, dejarlos que expresen su punto de vista, permitir que entre ellos determinen si es bueno o malo.

No podemos conducir un proceso en base solamente a nuestras percepciones, creencias o teorías del proceso enseñanza – aprendizaje, como maestros nos debemos involucrar en la recopilación de información de las fuentes directas, primarias que al final serán quienes pongan en práctica lo aprendido.

El valor que le atribuimos a este tipo de experiencias, a validar y conocer lo que ellos creen o como actuarían en un determinado escenario, nos permite establecer parámetros de nuestro público objetivo y por consiguiente valernos de estrategias dinámicas,

tradicionales o alternativas para “vivir” los valores en el aula y en la escuela para que los niños y adolescentes puedan reafirmarlos con sus prácticas en el hogar, trabajo, amigos, etc.

La enseñanza de valores también brinda mecanismos para enfrentar disyuntivas morales o de validación de principios. Esto es importante porque si el proceso es incluyente y significativo los chicos podrán revisar, adaptar y revalorizar esa escala que les permite cumplir roles como: hijos, padres, amigos, ciudadanos, profesionales.

Un tema muy importante en el proceso educativo actual es la visión que atribuye valor y reconoce a todos los sujetos del proceso – maestros, niños, padres – como elementos activos, que se articulan, colaboran, retroalimentan, para que la escuela potencie lo positivo y brinde herramientas para su desarrollo social.

La revisión continua de la metodología aplicada enriquece y valida nuestras propuestas educativas. No es un mecanismo de evaluación negativo sino la mejor forma de fortalecer nuestras prácticas y renovarlas bajo una misma perspectiva funcional.

2.3.3 El currículo ecuatoriano y la educación en valores

El currículo es el planteamiento del esquema de contenidos a tratar en un sistema educativo y es la base referencial para transmitir, construir y fortalecer los conocimientos tanto de tipo cognitivo, sensorial, emocional y moral. El Plan Decenal de Educación 2006 – 2015 define como el propósito general del sistema educativo ecuatoriano lo siguiente:

Una educación, inspirada en principios éticos, pluralistas, democráticos, humanistas y científicos, que promueva el respeto a los derechos humanos, derechos colectivos, desarrolle un pensamiento crítico, fomente el civismo; proporcione destrezas para la eficiencia en el trabajo y la producción; estimule la creatividad y el pleno desarrollo de la personalidad y las especiales habilidades de cada persona; impulse la interculturalidad, la solidaridad y la paz. Una educación que prepare a ciudadanos para la producción de conocimientos y para el trabajo (Ministerio de Educación del Ecuador, 2006, pp. 10).

En el marco de los principios que rigen el sistema educativo tenemos: equidad, calidad, pertinencia, inclusión, eficiencia, participación, rendición de cuentas, unidad, continuidad, flexibilidad y alternabilidad (Ministerio de Educación del Ecuador, 2006, pp.13).

Y dentro del Plan Decenal de Educación para nuestro país también se han incorporado los valores que son puestos en práctica para la nueva propuesta educativa y que son: honestidad, justicia, respeto, paz, solidaridad, responsabilidad, pluralismo.

La inclusión de valores en los documentos normativos y reguladores de la práctica educativa demuestran el compromiso y el verdadero interés por elevar la calidad de los contenidos, modificar la metodología tradicional y potenciar las verdaderas habilidades de cada uno de los actores del proceso.

El Ministerio de Educación del Ecuador, en septiembre del 2010, publicó el documento *Actualización y fortalecimiento curricular de la educación general básica 2010* en donde establece nuevas políticas enmarcadas en la construcción de conocimientos por áreas, entornos, destrezas y habilidades que deben adquirir los estudiantes a nivel de educación básica.

En el documento uno de los sustentos teóricos es el desarrollo de la condición humana y la preparación para la comprensión y sustentación relacionada con los valores y el buen vivir que es la siguiente:

El proceso de Actualización y Fortalecimiento Curricular de la Educación General Básica tiene como objetivo desarrollar la condición humana y preparar para la comprensión, para lo cual el accionar educativo se orienta a la formación de ciudadanos que practiquen valores que les permiten interactuar con la sociedad con respeto, responsabilidad, honestidad y solidaridad, aplicando los principios del Buen Vivir (Ministerio de Educación del Ecuador, 2010, pp. 9).

El planteamiento curricular del nuevo proceso de actualización y fortalecimiento expone la necesidad de desarrollar un pensamiento lógico, crítico y creativo. Esta trilogía potencia cada elemento que compone al ser humano y que permite sus actuaciones en distintas

situaciones. Las personas necesitamos la lógica para analizar, comparar y resolver las circunstancias. Nos valemos del pensamiento crítico cuando evaluamos hechos, conceptos y los sometemos a verificación también cuando procesamos una situación con criterios anteriores del bagaje personal. Y finalmente, usamos la creatividad para innovar y modificar el comportamiento dadas ciertas circunstancias, para producir soluciones novedosas, alternativas.

Los planteamientos innovadores del documento *Actualización y fortalecimiento curricular de la educación general básica 2010* son (Ministerio de Educación del Ecuador, 2010, pp. 11-13):

- Aprendizaje productivo y significativo
- Desarrollo de destrezas con criterios de desempeño
- Empleo de tecnologías de la información y la comunicación
- Evaluación integradora de los resultados del aprendizaje

El aprendizaje productivo y significativo, ha sido analizado a lo largo de este trabajo como una condición primordial para que las experiencias dentro del aula y la escuela sean interiorizadas y permanezcan. Un aprendizaje significativo permite el protagonismo del estudiante, apertura para nuevas soluciones, flexibilidad para que un mismo conocimiento, destreza o habilidad sea reformulada para satisfacer las expectativas y necesidades del alumno.

Los objetivos educativos del currículo de Educación General Básica están orientados a plantear situaciones reales de la vida (familia, empleo, amistad, etc.) para crear mecanismos participativos, interrelacionados, interdisciplinarios que permitan a los estudiantes alcanzar los logros de desempeño planteados en el perfil de salida.

Con respecto a las destrezas con criterios de desempeño el documento lo define así:

Las destrezas con criterios de desempeño constituyen el referente principal para que los docentes elaboren la planificación microcurricular de sus clases y las tareas de

aprendizaje. Sobre la base de su desarrollo y de su sistematización, se aplicarán de forma progresiva y secuenciada los conocimientos conceptuales e ideas teóricas, con diversos niveles de integración y complejidad (Ministerio de Educación del Ecuador, 2010, pp.11).

El empleo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación abre la posibilidad para estrategias alternativas del proceso de enseñanza – aprendizaje. Los recursos tecnológicos deben ser empleados con criterio y precaución para que se conviertan en una herramienta y no en un distractor.

Las destrezas y habilidades son potenciadas a través de actividades como: búsqueda de información, conocer y mirar a través de una “ventana” otros espacios, criaturas, íconos, etc., juegos didácticos participativos, actividades que requieren varias destrezas interdisciplinarias. Los elementos que son parte de las nuevas tecnologías de la información y comunicación son: internet, videos, computadoras, aulas y pizarras virtuales, dispositivos de comunicación, televisión.

El último planteamiento, se refiere a la evaluación integradora de los resultados del aprendizaje que se fundamenta en que sea diagnóstica y continua para poder monitorear los procesos y detectar debilidades a tiempo. La evaluación ahora no se concibe como un elemento que condiciona de manera negativa el proceso de enseñanza – aprendizaje, sino, al contrario, nos permite trabajar en el día a día, en una constante evolución para que sea sistemática y además un factor primordial es que se desarrolla con normalidad, con diferentes técnicas, para no someter a demasiada presión y además no variar las condiciones y predisposición de los alumnos.

El currículo ecuatoriano actual promueve los valores no sólo desde las nuevas herramientas para que el proceso sea integral sino porque plantea líneas estratégicas para la transmisión del conocimiento fundamentados en el Buen Vivir.

En otras palabras, el Buen Vivir es un eje esencial de la educación, en la medida en que el proceso educativo debe contemplar la preparación de los futuros ciudadanos para una sociedad inspirada en los principios del Buen Vivir, es decir, una sociedad democrática, equitativa, inclusiva, pacífica, promotora de la interculturalidad, tolerante con

la diversidad, y respetuosa de la naturaleza (Ministerio de Educación del Ecuador, 2010, pp. 16).

Los ejes que atraviesan toda la planificación, ejecución y evaluación del currículo actual son: interculturalidad, formación de una ciudadanía democrática, protección del medio ambiente, el cuidado de la salud y los hábitos de recreación de los estudiantes y la educación sexual de los jóvenes.

El nuevo enfoque y planteamiento del currículo visibiliza la intención gubernamental por mejorar las prácticas educativas, superar los índices de calidad y brindar una educación para construir ciudadanía. Los valores, puestos en práctica en el nuevo enfoque curricular, permiten que la educación sea humana, continua, sistematizada, con principios que se ejercen en distintos entornos.

2.3.4 La moral y los valores vistos por los niños y adolescentes

Cuando los niños nacen no tienen una referencia de lo que son valores, ellos son seres amorales, no tienen un sistema de creencias que les permita juzgar lo bueno y lo malo. Ellos sienten lo que es el amor, apego, seguridad o temor por sus figuras paternas y por su entorno próximo. Los niños actúan al principio por instinto y reflejos, posteriormente aprenden habilidades o destrezas que les permiten imitar.

Jean Piaget, psicólogo en educación, establece que existen dos tipos de moralidad: la moral autónoma que está relacionada con la independencia, la facultad para gobernarnos y autodeterminar nuestras acciones. La moral heterónoma significa obedecer sin cuestionar. El planteamiento sugiere que nuestro proceso de inserción y adaptación social nos brinda las herramientas para pasar de una moral heterónoma a una autónoma, porque nos reconocemos capaces, existe reciprocidad en el respeto y por ende cuando debemos valorar un hecho no sólo tomamos en cuenta lo que nos han dicho sino nuestro propio sistema de creencias.

Los niños al principio del proceso educativo y de socialización tienen una moral heterónoma, obedecen sin cuestionar el poder, siguen las reglas y normas de sus

espacios y paulatinamente aprenden mediante experiencias a valorar los acuerdos, consensos o hábitos socialmente aceptados.

Un elemento, de constante aprendizaje, es la toma de conciencia debido a que los niños deben reconocer los aspectos internos y externos que provocan un determinado juicio o valoración. Además de que sus decisiones paulatinamente serán justificadas por los valores que viven y con los que han construido su autonomía.

Los niños ven a los valores como experiencias diarias, ellos tienen cuestionamientos sobre su hogar, entorno, naturaleza, relaciones, afectos, intereses, elementos nuevos, su lenguaje (verbal y no verbal). Los valores para ellos se viven con las respuestas inmediatas, sus procesos de razonamiento toman más de una experiencia para reafirmarlos. Su proceso de interiorización está compuesto por: imitación, repetición y contexto significativo.

Los niños viven los valores con sencillez, no van a lo complejo sino a la experiencia sensorial que les permite sentir el efecto de una decisión o comportamiento. La conciencia moral de los niños está en construcción, sus referentes, guías, entornos, a diario trazan un camino que es recorrido con normalidad y que hace de los valores un elemento cotidiano que debe ser practicado con coherencia. El proceso no tendría buenos resultados en ninguna etapa de la vida de una persona sino existe coherencia entre la palabra y la obra.

Por otra parte, para los adolescentes sus valores son replanteados respecto a sus vivencias pasadas y las nuevas sensaciones, emociones y experiencias que van a vivir por su nueva condición. La adolescencia es un momento crucial, en donde el cuestionamiento es la base de sus nuevas actitudes, hábitos, relaciones interpersonales, comunicación intrapersonal e intrafamiliar.

Los valores para los jóvenes se exponen a un proceso de ratificación o modificación porque ya no obedecen por norma o automáticamente. Ellos quieren explorar, conocer, replantear su bagaje de conocimientos y por ende su sistema de creencias.

El rol de la familia en esta etapa debe ser eficaz e inteligente para que los jóvenes sientan la confianza para explorar, y sin embargo, reconocer que lo que han vivido e interiorizado tiene sentido y vale por sí mismo. La familia no debe presionar, su presencia debe ser firme pero no asfixiante caso contrario el efecto será negativo.

En la adolescencia el sistema de valores está condicionado por el grupo de amigos, ya que, en este entorno las relaciones no son verticales o jerárquicas por imposición, sino horizontales y menos formales. La comunicación es informal, crean sus propios códigos y mensajes para experimentar y descubrir el mundo que les rodea sin la presión de las reglas o limitaciones.

Los jóvenes en esta etapa van a prepararse para los nuevos retos a nivel personal, grupal, familiar, escolar y social. Es un momento para que ellos puedan usar sus propias estrategias y reconocer su verdadera personalidad, identidad y valores. No siempre los procesos son dinámicos o positivos. porque existen influencias negativas en los entornos, por ende. se puede caer en una “crisis de identidad” en donde el adolescente demostrará rebeldía, desapego, no reconocimiento de la autoridad, cuestionamientos a las reglas y todo esto en su afán por reestructurar su propio sistema y moldear su personalidad, consolidar su auto-confianza, seguridad, autoestima y madurez.

2.4 Los medios de comunicación y los valores

Los medios de comunicación son instrumentos a través de los cuales nos informamos y en donde el proceso comunicacional se lleva a cabo en forma masiva. A través de los medios de comunicación conocemos distintas realidades, culturas, y personajes.

Constituyen un mecanismo para ampliar nuestro conocimiento, proporcionan elementos de valoración y hasta pueden apoyar a procesos educativos. Los medios de comunicación pueden ser audiovisuales, radiofónicos, impresos y digitales.

Los medios audiovisuales implican directamente el sentido de la vista y oído para poder captar y percibir las imágenes proyectadas. Este medio apareció en los años 30, su principal referente es la televisión por la infinidad de recursos que lo dinamizan y además la percepción de realidad y de inmediatez que brinda a sus consumidores.

Los medios audiovisuales tienen un gran potencial para los procesos educativos al plantear objetivos claros en donde los contenidos permiten reforzar valores, conceptos, hechos o acontecimientos. La televisión es un medio que está vinculado directamente con el público familiar y es muy normal su presencia para los niños, lo tienen siempre cerca y a veces se convierte en un distractor.

Los medios radiofónicos son aquellos que emplean el sentido del oído, transmiten los mensajes solamente a través de sonidos y su consumo es masivo. La radio acompaña, es parte de nuestra rutina, es un medio más económico para su producción y accesibilidad. La radio tiene movilidad, nos sigue en diversos espacios: trabajo, auto, espacios públicos, etc. Su aparición fue en los años 20 y desde ahí no ha sido reemplazada por los medios más modernos o recursivos sino que conviven porque tiene sus propias características.

Los medios impresos se caracterizan porque su formato e información se difunde a través del papel y tienen diversos formatos como son: periódico, revistas, publicaciones, folletos. Este tipo de medios, con los cambios e innovaciones tecnológicos, ha perdido su criterio de inmediatez pero conserva su vigencia en relación al análisis, permanencia para consulta, referencias al pasado, fuentes de investigación, entre otras.

Finalmente, los medios digitales constituyen una innovación frente a las demandas de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (década de 1980) que exigen inmediatez, interactividad, dinamismo, recursos multimedia y accesibilidad. En la actualidad, los medios tradicionales: impresos, radiales y audiovisuales han migrado a los medios digitales para tener presencia en la red, mediante sus portales. El recurso principal de los medios digitales es el Internet que creó una red universal de interconexión, acceso e interactividad para que se materialice la “globalización”.

Los medios de comunicación generan y reproducen diversos tipos de información, de manera general existen medios informativos, de entretenimiento y especializados. Cada uno de estos medios cumple con su función y cumple las exigencias de su público y audiencia.

Con respecto a la transmisión de valores los medios de comunicación constituyen un eje dentro de la sociedad por medio del cual, a diario, se exponen formas de vida, prácticas culturales, hechos, acontecimientos y opinión pública. Los valores como respeto, tolerancia, inclusión, diversidad, solidaridad, honestidad son aplicados y transmitidos por algunos medios, ya sea por sus referentes de opinión, por la calidad de su información o por la credibilidad que han construido.

La ética que se debe emplear en estos espacios no siempre es certera ya que el interés económico suele superar la veracidad y contrastación de fuentes. Los medios de comunicación tienen poder en la sociedad, pueden enmarcar o descontextualizar cierta información para beneficios personales o de ciertos sectores, y además monopolizan temas en beneficio de un objetivo empresarial. En nuestro país actualmente existe una confrontación permanente entre el poder del Gobierno y los medios de comunicación privados porque les reclaman su poca veracidad, diversidad, ética y moral en sus prácticas diarias.

2.4.1 Los medios de comunicación como agentes de socialización

En todo tipo de sociedad es indispensable que las personas intercambien información, al inicio de la civilización los medios eran primitivos, no tecnificados, sin embargo nunca las

personas hemos dejado de transmitir, intercambiar o plasmar nuestros mensajes para la comunidad. Es fundamental entender la diferencia entre informar que es dar y comunicar que es entenderse. Los medios de comunicación generalmente informan, cumple la función de socialización en la medida en que son mediadores entre la realidad inmediata y la percibida.

La función de socialización en los medios existe como un principio porque es su razón de ser. Su motivo para existir es el intercambio, interrelación, dinamismo, reproducción y apertura. En una sociedad se producen varios hechos y opiniones al mismo tiempo y los medios de comunicación se encargan de recopilar la información, procesarla para luego publicarla o reproducirla.

Los medios de comunicación son por naturaleza instrumentos que ponen en relación a los ciudadanos con la realidad que está más allá de su espacio físico local. A través de los medios obtenemos una representación de la realidad global del Planeta y a través de los mismos recibimos mensajes y valores que poco a poco van incorporándose a nuestra vida cotidiana (Moreira, Cruz, 2000, pp. 116).

La sociedad, el público, los consumidores determinan con absoluta libertad el tipo de medio que quiere comprar o sintonizar. Las líneas editoriales, el tipo de programas y contenidos varían y por ende, esta diversidad permite al público seleccionar aquel que se ajuste a sus demandas de consumo informativo o de entretenimiento.

No existen sociedades que puedan sobrevivir sin un intercambio permanente de datos, hechos, costumbres, tradiciones o acuerdos sociales que conforman su cultura y hábitos. En la antigüedad las personas contaban con “relatores” que eran la memoria de la comunidad, después pasamos al arte rupestre, jeroglíficos, alfabeto y, finalmente, la creación de instrumentos y máquinas que permitieron masificar al transmisión de mensajes no sólo de forma oral sino escrita-visual.

Su existencia es natural por la necesidad de informarnos y comunicarnos. Los medios de comunicación, denominados también *mass media*, están en constante renovación y

actualización porque la sociedad es dinámica y este tipo de recurso debe cumplir las demandas de su público objetivo.

Los hábitos de consumo del mercado varían, son cíclicos y como empresas que son, deben adaptarse a su *target* sin perder de vista su misión que es servir a la comunidad, ser un mecanismo para entender y reflexionar frente a nuestra realidad cotidiana, presentar nuevos hechos que generen una reacción positiva o negativa en los consumidores de acuerdo a la escala de valores o creencias instalada en cada persona.

En la actualidad los niños y jóvenes están expuestos a una infinidad de medios como televisión, celulares, videojuegos, internet que brindan distintas posibilidades enfocadas en el entretenimiento.

Hoy, la televisión, los videojuegos, los móviles, Internet, constituyen un complejo de medios de comunicación y de diversión, que expone a la infancia a unas influencias más directas y universales que los medios tradicionales y que ponen al alcance de los menores unas posibilidades de entretenimiento, y también de información, más incontrolables. No se puede abordar la educación con un mínimo realismo ignorando que dicho entorno existe y es importante tenerlo en cuenta (Camps, 2009, pp. 139 - 145).

Los contenidos en estos medios no están regulados, son violentos en su gran mayoría y responden a nuestros hábitos de consumo enfocados en el materialismo. Las personas ahora no estamos mejor informadas gracias a la globalización, por el contrario estamos saturados de fuentes de información o datos que no nos permiten enfocar nuestro interés en el hecho que necesitamos.

La inmediatez, que es el valor de moda en el mercado, demanda rapidez lo que provoca noticias superficiales, historias repetidas, noticieros o agendas de medios centralizadas en grandes problemáticas y no en las cosas sencillas, historias ciudadanas o emprendimientos de los entornos sociales, más próximos.

La sociedad promueve la novedad, el consumo suntuario y no la construcción de ciudadanía. Es necesario debatir el rol de los medios de comunicación como agente

socializador de anti-valores por el prototipo social que promueven en su publicidad o en su línea editorial. Los valores ahora parecen ser la novedad, lo distinto, lo más difícil de encontrar en los espacios de comunicación masivos.

Este tipo de información y contenidos son socializados por los medios de comunicación, algunos en mayor medida que otros, pero es frecuente encontrar contenidos baratos, simples, vulgares, con patrones de conducta liberal o agresiva, con principios y normas éticas desdibujadas.

Cuando los niños se exponen a los medios nacionales debemos optar por guiar esa experiencia, conversar de los temas, plantear la baja calidad de producción y buscar nuevas opciones. Los padres de familia ahora no tienen las mismas prácticas, el tiempo es escaso y con frecuencia no sabemos cómo invertir tiempo de calidad con nuestros hijos.

2.4.2 La influencia de la televisión sobre el desarrollo socio moral en niños y adolescentes

La televisión es el medio de comunicación más popular en nuestro país por la penetración en el mercado y accesibilidad. En este espacio se exponen productos, en su mayoría importados, que difunden estereotipos de la sociedad y marcan sus pautas de comportamiento. A partir de la década de los 60 la televisión surge en nuestro país y desde 1986 llega la televisión pagada. La iniciativa e instalación de este medio se produce de la mano del judío-alemán José Rosenbaum y su esposa manaba Linda Zambrano.

Desde sus inicios y hasta la actualidad la tendencia es comercial y consumista, los programas y productos son importados (novelas, series, concursos). La producción nacional despertó desde la década de los 80 cuando empezamos a realizar productos como series dramáticas, documentales y otros formatos.

En la actualidad se evidencia una tendencia hacia nuevos programas y formatos para la parrilla de cada canal, algunos son propios y otros son adaptaciones de los modelos internacionales que se consumen en nuestro país.

La falta de una regulación en contenidos y en frecuencias ha repercutido en la baja calidad de programación, en el 2009 una comisión realizó la primera auditoria de frecuencias que determinó las grandes falencias e irregularidades que definen un mercado monopolizado y con poca visión ética y moral en su proceder.

Tras la breve reseña histórica, cabe señalar que la televisión ya no es sólo un medio de comunicación sino un elemento del entorno familiar. En algunos casos la carencia de un proceso efectivo de comunicación condiciona a que este medio se convierta en una “compañía”. La televisión cumple con funciones de: transmisión de mensajes, proyección de estereotipos, difusión de mensajes consumistas, socialización de información para la comunidad, promoción de servicios y por supuesto transmisión de programas con bajo contenido educativo.

Su presencia es una constante en todos los hogares de nuestro país, aún en las circunstancias más precarias económicamente, este artefacto no deja de estar en la familia. Su influencia es poderosa porque su acceso es fácil y su influencia es directa en los usuarios. Generalmente, lo que vemos en la televisión es “realidad” porque, aun cuando ha sido filtrada y mediada, es el mejor referente de lo que no conocemos o de lo que tenemos ganas de conocer.

En este espacio mediático existen diversidad de programas en donde se proyectan a diario estereotipos de belleza, cuidado corporal, lenguaje, códigos que no son filtrados con conciencia por los niños o adolescentes porque su exposición es parte de la rutina y los contenidos son asumidos sin cuestionamientos.

Los contenidos proyectados actualmente tienen un alto grado de machismo, violencia, consumismo, libertinaje, anti-valores, contradicciones entre la moral y la realidad. Para analizar la influencia en el desarrollo moral de los niños y adolescentes voy a citar algunos ejemplos de nuestra realidad.

- Serie “El chavo del 8” en donde la carga de violencia, humillación y desvalorización de los vecinos es una constante. El trato entre los niños es agresivo, los

problemas se resuelven a golpes y con bromas que aluden al aspecto físico y a su nivel de inteligencia.

- Serie “Pareja Feliz”: es un programa que humilla la condición de las mujeres por la proyección de estereotipos de belleza provocativos y vulgares, así también el manejo de un lenguaje violento. La relación de esposos es humillante, sarcástica y negativa. La audiencia vive a diario esta “realidad” de una pareja que no es tolerante, no se comunica, hay maltrato, precariedad en sus relaciones interpersonales, trato despectivo a los trabajadores y personal doméstico y pocos valores en sus entornos.
- Las telenovelas que son proyectas en los canales de televisión, en su gran mayoría importados, ratifican el *cliché* de la mujer pobre que conoce un chico rico y se supera. Las novelas mitifican el “amor”, lo condicionan a lo físico, a la atracción, a lo sensorial y no a lo emocional. En algunas novelas, proyectan familias alternativas que pueden generar confusión en los niños. Las telenovelas son mucho más pasionales, promueven el sexo y la infidelidad como algo cotidiano, fresco, libre y no con responsabilidad. Pocas son las excepciones que manejan otro concepto, que promueven una concienciación sobre las drogas, sida, sexo, armonía en el hogar, etc.
- Las series de dibujos animados tiene un alto contenido de violencia, los personajes no tienen un manejo adecuado de sus habilidades sociales, no se promueve la inclusión o tolerancia.

En los últimos años existe una iniciativa por transmitir otro tipo de programas infantiles, con contenidos educativos y morales, que difunden recursos para los padres y para que los niños refuercen sus habilidades cognitivas, emocionales, sensoriales. Además la posibilidad de la televisión pagada o por cable ayuda a que los niños consuman otro tipo de formatos.

Con las referencias de algunos programas puedo decir que existen aspectos negativos que influyen el desarrollo moral de los niños y adolescentes porque promueven la violencia, maltrato, humillación, prejuicios, estereotipos. La televisión, al ser un medio de

comunicación masivo, de fácil acceso y de gran popularidad constituye un elemento con el que se relacionan los niños y adolescentes frecuentemente. Las imágenes violentas, sexuales, racistas, discriminatorias son diarias y con un nivel alto de circulación lo que provoca que el público infantil y juvenil empiece a interiorizar estos conceptos como “aceptables” o “normales” y se genere una reestructuración de valores debido a lo que experimentan a diario de manera sensorial.

La influencia positiva se produce cuando el medio aporta para reforzar los conocimientos, conceptos, destrezas o habilidades de los niños a nivel cognitivo, sensorial y emocional. En nuestro país, la nueva tendencia de producción permite que los niños cuenten con programas de mayor calidad, con propuestas didácticas y manuales para que entretener y también para que los padres aprendan.

- Dibujos animados en canales especializados como Discovery Kids, CBBees, Disney Channel, aquí los programas tienen diversidad, calidad, contenidos positivos en su lenguaje y en sus comportamientos, promueven buenas conductas y prácticas en los entornos sociales, difunden opciones creativas para su distracción.
- Programas con contenido cultural o documentales que visibilizan nuevas formas de cultura – Ecos, La Televisión, Mitos y verdades, o programas de la televisión pagada de la red Discovery entre otros – estos programas permiten conocer nuevas fronteras, los animan para investigar y profundizar o tal vez empezar a interesarse por una profesión.

Los adolescentes, por otra parte, tienen opciones limitadas porque los programas están enfocados en series, novelas y programas de variedades que no conducen a una reflexión o contenidos que develen un propósito para los jóvenes. Este público requiere diversidad, coherencia, conceptos positivos, conductas o comportamientos enfocados en el bien colectivo, en el trabajo colaborativo. La potencialidad que existe en cada joven no debe ser desaprovechada por juzgar su poca experiencia, más bien debe ser una opción para conocer nuevas realidades, innovar en nuestras propuestas y ser inclusivos en lo que creamos como sociedad.

Los jóvenes tienen una visión distinta, viven una transición entre lo que es la niñez y la búsqueda por una identidad para lograr la madurez y adultez. La televisión no cuenta con programas para que se identifiquen o aporten con sus perspectivas. Ellos consumen productos enlatados, telenovelas, series y si tienen mayores posibilidades acceden a productos de los canales de pago en donde si existen documentales, historia en algunas ocasiones.

Este medio está en todas partes, en los espacios públicos y privados, el contexto actual de tecnologías y la problemática de la niñez y adolescencia demanda plantear una regulación coherente de los contenidos que son expuestos a esta población. Debemos aprovechar este recurso para potenciar los valores, reconocer nuestra identidad, fomentar la cultura, incrementar nuestras opciones para conocer otros espacios o realizar buenas prácticas con un insumo que está en manos de pocos pero que paulatinamente abre más sus posibilidades y acepta nuevas propuestas ciudadanas.

2.4.3 Aspectos positivos y negativos de la programación televisiva y de publicidad en el Ecuador

La programación televisiva en nuestro país está enfocada en programas de baja calidad que no promueven valores sino que sirven para entretener o distraer a veces la atención de lo que es verdaderamente importante. Las decisiones de los dueños de los canales y sus directivos están dirigidas al consumo a la rentabilidad que les generan programas como: realitys, novelas, series.

Es positivo, por ejemplo, que en nuestro país se haya realizado una auditoria de frecuencias y que además esté en debate una ley de comunicación para regular la calidad de los contenidos, la distribución de la publicidad y las nuevas opciones ciudadanas para construir de manera conjunta un espacio que debe ser colectivo porque es parte de nuestra realidad y rutina.

Los aspectos positivos de la programación y publicidad son:

- Nueva propuesta para la producción de contenidos culturales en el canal público, esto en el marco de una política gubernamental y de los directivos por retomar a nuestro país como tema central.
- Apertura para el desarrollo de proyectos ciudadanos en el canal público, enfocados en validar lo que nos hace sentir y vivir como ecuatorianos, que nos permite reconocernos en las pantallas y sentir más orgullo.
- Reconocimiento de una necesidad de renovación de contenidos porque la importación de productos no genera una identidad en producción. Al país le falta capacitar a sus productores y equipo técnico para elevar la calidad porque no pueden hacer mucho sino tienen los conocimientos y recursos.

Los aspectos negativos de la programación y publicidad son:

- Impacto emocional en la percepción y conductas sobre hechos concretos de la dinámica familiar o en los aspectos de género. Es común ver en la televisión escenas que impactan por su nivel de emotividad negativa, violencia, incoherencia o disfuncionalidad. Para analizar estos programas, desde una perspectiva madura, se requiere un proceso de asimilación y acomodación de esos conceptos y no todos tiene con que comparar a la televisión nacional y menos esa curiosidad por cuestionar lo que vemos.
- Proyección de imágenes acartonadas de la realidad que promueven la superficialidad de los niños y jóvenes y por supuesto el materialismo. Algunas de las debilidades de la sociedad actual – libertinaje, drogas, sexo, embarazos precoces – tienen un nivel de influencia por el tipo de relaciones y costumbres que son proyectadas en los programas.
- Percepción errónea o débil de los valores que deben ser primarios en las relaciones interpersonales como: respeto, igualdad, libertad, diversidad, inclusión.
- Difusión indiscriminada de publicidad sexista que coloca a las mujeres como artículos decorativos de un espacio o producto. La publicidad usa lo básico, lo instintivo para crear necesidades suntuarias y fomentar el consumo.

- Exposición constante a actitudes violentas, denigrantes o humillantes en escenas infantiles y también en los contenidos de ficción (telenovelas y series) que generan mayor violencia, menos tolerancia, más prejuicios.
- Falta de compromiso con la comunidad, porque en los noticieros se repiten las mismas historias, podemos ver tres noticieros seguidos y el 80% de las noticias será repetido. No se abren posibilidades a historias nuevas, ciudadanas, a los proyectos sociales.
- Poca inversión para realizar producciones nacionales de calidad y no me refiero a los realitys sino a producciones interesantes que promuevan nuestra identidad, regiones, costumbres, tradiciones, hábitos, en fin lo que somos como ecuatorianos. Las experiencias anteriores predisponen a la audiencia a catalogar como aburrido lo cultural y desde ahí se proyecta un reto para los productores.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de la investigación

La presente investigación constituye el trabajo final previo a la obtención del título de licenciatura en ciencias de la educación, mención educación infantil de la modalidad a distancia. Este trabajo forma parte de una investigación macro con impacto nacional que es liderada y organizada por la Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL y el Instituto Latinoamericano para la Familia – ILFAM.

La investigación fue realizada mediante pasos específicos para el correcto desarrollo de la metodología y la obtención de resultados concretos y reales de la muestra en campo. Los pasos fueron los siguientes:

- Revisión específica de los requerimientos y cronograma estipulado en la “Guía para el desarrollo de la investigación” de la UPTL y ILFAM.
- Planificación de los recursos, procedimientos y tiempo que tomaría la aplicación de los formularios en la unidad educativa.
- Visita y reunión previa con los directivos de la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga” para entregar la carta de solicitud y establecer fechas para la aplicación de los cuestionarios.
- Verificación de los recursos para la aplicación de los cuestionarios en cada una de las aulas.
- Visita en la unidad educativa y aplicación de los cuestionarios con la respectiva asesoría y acompañamiento durante el proceso de llenado.
- Revisión y clasificación de los cuestionarios que cumplían con los requisitos de la muestra.
- Proceso de tabulación de datos mediante el software “Sistema Nacional de Encuestas – SINAC”, desarrollado por la Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL.
- Proceso de interpretación y valoración de los resultados en las gráficas y tablas del SINAC.

- Proceso de redacción del análisis de los datos y de la propuesta de intervención para la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”.

Los objetivos de la presente investigación en torno a los lineamientos generales entregados por parte de la Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL son:

- Objetivo General

Conocer los valores más relevantes en relación con los principales agentes de socialización y personalización (familia, escuela, grupo de amigos y televisión) así como el estilo de vida en los entornos que rodean niños y adolescentes en el Ecuador.

- Objetivos Específicos:

1. Establecer los tipos de familias que existen actualmente en el Ecuador.
2. Caracterizar a la familia en la construcción de valores morales.
3. Describir a la escuela como espacio de aprendizaje en la educación en valores y el encuentro con sus pares.
4. Determinar la importancia que tiene para el niño/a y el adolescente el grupo de amigos como ámbito de juego y amistad.
5. Identificar las tecnologías más utilizadas por niños y adolescentes en su estilo de vida.
6. Jerarquizar valores que tienen actualmente los niños y adolescentes.

Finalmente, la redacción de la fundamentación teórica fue realizada previa al inicio de la investigación formal de campo.

3.2 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

Los métodos de investigación aplicados para el desarrollo del presente trabajo fueron: descriptivo, analítico, sintético y estadístico. A continuación una breve explicación de los distintos métodos y los momentos en donde fueron aplicados.

El primer método, es el descriptivo, constituye una herramienta para realizar una exposición ya sea narrativa, numérica y/o gráfica, que se acerque lo más posible a la realidad de la muestra y que contenga detalles y sea exhaustiva. En el presente trabajo este método fue aplicado al momento de realizar la interpretación de los resultados. Este proceso requiere que el investigador cuente con los elementos básicos para situarse en la realidad del contexto, para este caso, el estudiante se convierte en investigador y forma parte del proceso de aplicación, asesoría y acompañamiento en la aplicación de los cuestionarios en donde empieza a percibir y realizar interpretaciones de las reacciones que se producen en el aula. Todo esto se convierte en un insumo adicional para enriquecer la redacción de los resultados, percepciones e interpretaciones.

El segundo es el analítico, el mismo que parte de los conocimientos generales de una determinada realidad para posteriormente realizar una distinción, clasificación o profundización de elementos particulares que forman parte del todo y de su interrelación. Durante esta investigación dicho método fue aplicado durante la redacción de la fundamentación teórica en donde se obtuvo mucha información que debía ser clasificada para estructurar una sustentación de los temas planteados como: valores, familia, escuela. Adicionalmente, fue aplicado al momento de realizar distinciones y expresar percepciones acerca del grupo de estudiantes que fue parte de la muestra y que poseía características singulares.

El tercer método es el sintético e implica lo opuesto al analítico porque parte de la diversidad y generalidad para comprender o definir un determinado hecho o acontecimiento. Dicho método fue aplicado durante la interpretación de resultados debido a que la sustentación teórica proporcionó elementos que podían ser comparados e identificados en la muestra y que finalmente generalizaban los conceptos generales básicos como: valores, familia, escuela, tecnología, grupo de amigos, entre otros.

Finalmente, el cuarto método es estadístico ya que permite establecer tendencias, valoraciones a través de los resultados formales de las gráficas y tablas de cada una de las categorías planteadas. Este método también fue aplicado durante la interpretación de resultados ya que estos datos fueron el sustento y mecanismo de verificación para

realizar la descripción e interpretación de sus afirmaciones o negaciones en las distintas categorías.

Con relación a las técnicas empleadas tenemos dos: recopilación de información y documentos, observación directa y aplicación del cuestionario. La primera constituye el mecanismo físico y directo para la recopilación de información ya sea para la sustentación teórica o para la aplicación de campo de los instrumentos desarrollados previamente, en este caso la investigación documental para obtener conceptos, teoría, fuentes y el cuestionario desarrollado y aprobado por la UTPL e ILFAM. La segunda técnica, observación directa, implica un proceso formal y ordenado que permite focalizar la atención en determinados puntos del contexto que brindan al investigador nuevos matices y criterios para fundamentar su interpretación.

Finalmente, el cuestionario aplicado durante esta investigación estaba compuesto de doscientos veinte y seis (226) items, de respuesta cerrada con categorías de respuesta no convencionales como son: nada, poco, bastante, mucho, nunca, una vez a la semana, una vez a mes, casi todos los días. El cuestionario constaba de siete partes, como mecanismo didáctico para dividir el tiempo de respuesta por cada sección.

Cabe señalar que las categorías de respuesta al no ser convencionales generó cierta resistencia y dudas por parte de los encuestados, ya que algunas afirmaciones no tenían relación directa con el tipo de respuesta sugerida.

3.3 Preguntas de investigación

A continuación se presentan las preguntas base que fundamental el trabajo de investigación en campo, interpretación de resultados y la propuesta de intervención puntual.

1. ¿Cuál es la jerarquía de valores que manifiestan actualmente los niños y adolescentes?
2. ¿Cómo es el estilo de vida de los niños y adolescentes en cada uno de los entornos investigados en el Ecuador?
3. ¿Cuál es el modelo actual de la familia ecuatoriana?

4. ¿Qué importancia tiene la familia para los niños/as y adolescentes?
5. ¿Cuáles son las relaciones de los niños/as y los adolescentes en el grupo de amigos como ámbito de juego y amistad?
6. ¿Qué significado tiene la escuela como espacio de aprendizaje y encuentro con sus pares (compañeros)?

3.4 Contexto

La institución en donde se realizó la investigación de campo fue la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”, ubicada en la ciudad de Quito, sector Pomasqui. Es una Unidad Educativa particular.

A continuación los datos específicos de la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga” que son de acceso libre en su portal electrónico.

Modelo Pedagógico

Los principios de intervención educativa en que se sustenta nuestro Proyecto, se enmarcan en el modelo Cognitivo Constructivista del aprendizaje, bajo los siguientes preceptos:

Alcance

Queremos entregar servicios educativos de primera calidad.

Visión

Nos proyectamos como uno de los mejores colegios experimentales del Ecuador porque privilegiamos el desarrollo de las inteligencias, para entregar al país líderes con formación humana, académica, tecnológica y destrezas deportivas.

Misión

Formar seres humanos talentosos, creativos con destrezas y actitudes positivas

Política de calidad

Entregamos bachilleres competitivos, con formación humana, académica y destrezas deportivas, que satisfagan las necesidades de la sociedad; sustentados por vanguardias pedagógicas innovadoras y comprometidas con el mejoramiento continuo.

Objetivos de calidad

- Entregar al país bachilleres competitivos en formación humana, académica y destrezas deportivas.
- Satisfacer las necesidades de la sociedad.
- Implantar estrategias pedagógicas innovadoras
- Mantener el mejoramiento continuo.
- Determinar procedimientos de permanente monitoreo y evaluación del desarrollo institucional
- Impulsar el desarrollo de proyectos orientados al mejoramiento del Colegio, para alcanzar la visión y la superación
- Implementar el Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001-2000 y obtener la calificación correspondiente.

Valores

- Honestidad
- Decisión de lograr calidad
- Disciplina
- Dedicación
- Innovación y creatividad
- Trabajo en Equipo
- Proactividad
- Sentido de pertenencia institucional
- Lealtad e imagen del Colegio como patrimonio de todos sus integrantes.

Mejora continua

Una obra como la nuestra, no concluye nunca, avanza de la mano con los adelantos de la cultura y la tecnología, por eso progresivamente iremos implantando métodos pedagógicos de punta.

Objetivos institucionales

El Colegio de Liga, dirigirá sus acciones en los próximos cinco años dentro de los siguientes objetivos:

- Propiciar el desarrollo de las inteligencias, de la ciencia y la tecnología, con la mediación de los agentes educativos de la comunidad, para que niñas, niños y adolescentes puedan aprender con eficacia y eficiencia.
- Satisfacer las necesidades de la sociedad.
- Lograr para el Colegio, la certificación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001-2000
- Fomentar la investigación para mejorar los procesos institucionales.
- Elaborar y aplicar proyectos de mejoramiento continuo.
- Brindar a los(as) estudiantes una formación holística a través de la práctica de valores y aprendizajes significativos, y de la ejercitación deportiva recreacional.

Lemas principales son:

- “Excelencia Académica y Deportiva” y de acuerdo con nuestro actual Proyecto Educativo:
- “Superación para la excelencia”, y
- “Siempre competitivos a través del mejoramiento continuo”.

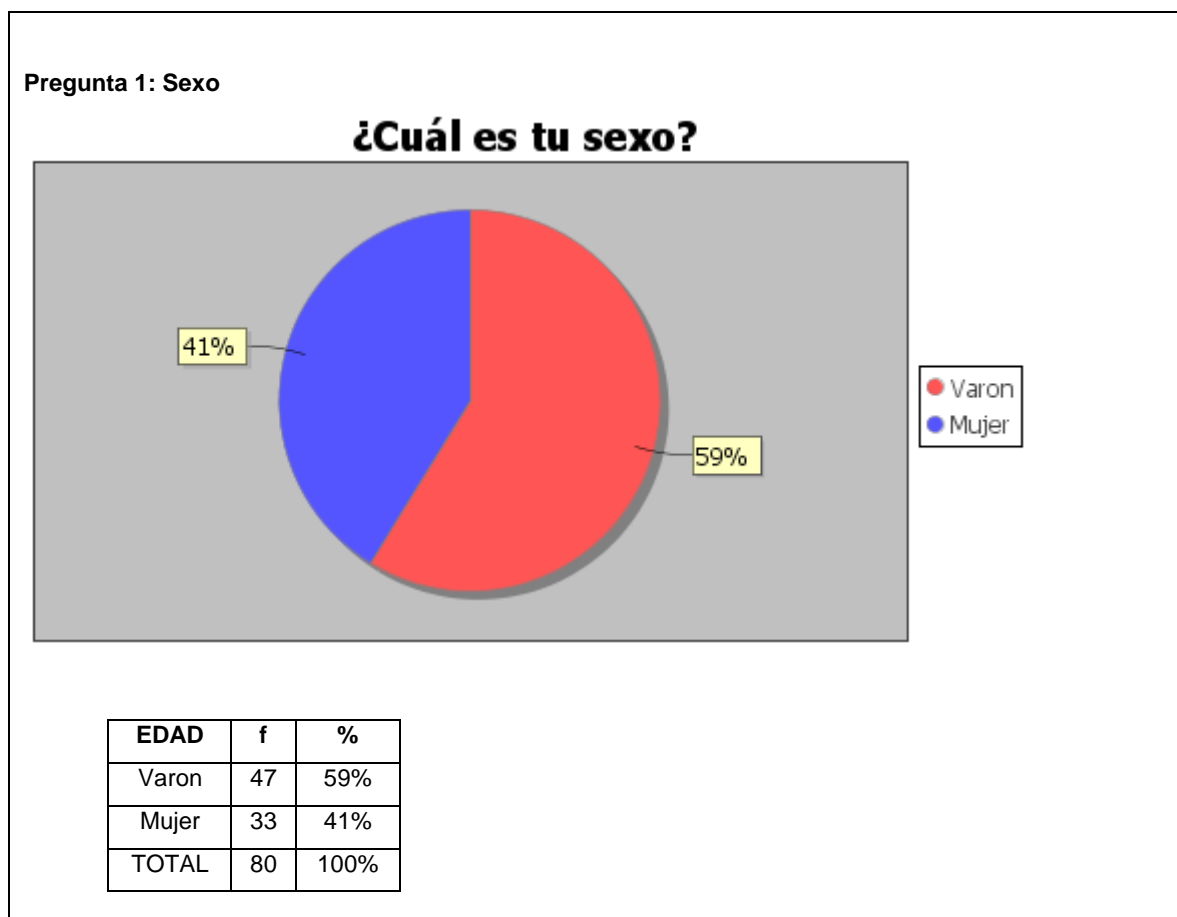
| | |
|-----------------------------|--|
| Número de estudiantes | 755 |
| Número de profesores | 81 |
| Estrato social predominante | MEDIO ALTO |
| Años de funcionamiento | 16 AÑOS, Desde octubre de 1996 |
| Principales autoridades | RECTOR: MSc. Ponciano Izquierdo VICERRECTORA: Lic. Cumandá Vaca DIRECTORA: Dra. Alba Ramos INSPECTOR: Lic. Miguel Sáenz |

3.5 Población y muestra

La muestra que participó en la presente investigación estaba compuesta por cien (100) estudiantes de entre 12, 13 y 14 años de octavos, novenos y décimos de educación básica. Si bien la especificación técnica solicitaba un total de sesenta (60) encuestas para tabulación, como un mecanismo de previsión se aplicaron más formularios para determinar aquellos que eran válidos al cumplir con edad y llenado correcto.

A continuación el cuadro que corresponden a la tabulación de sexo en el grupo de la muestra seleccionada.

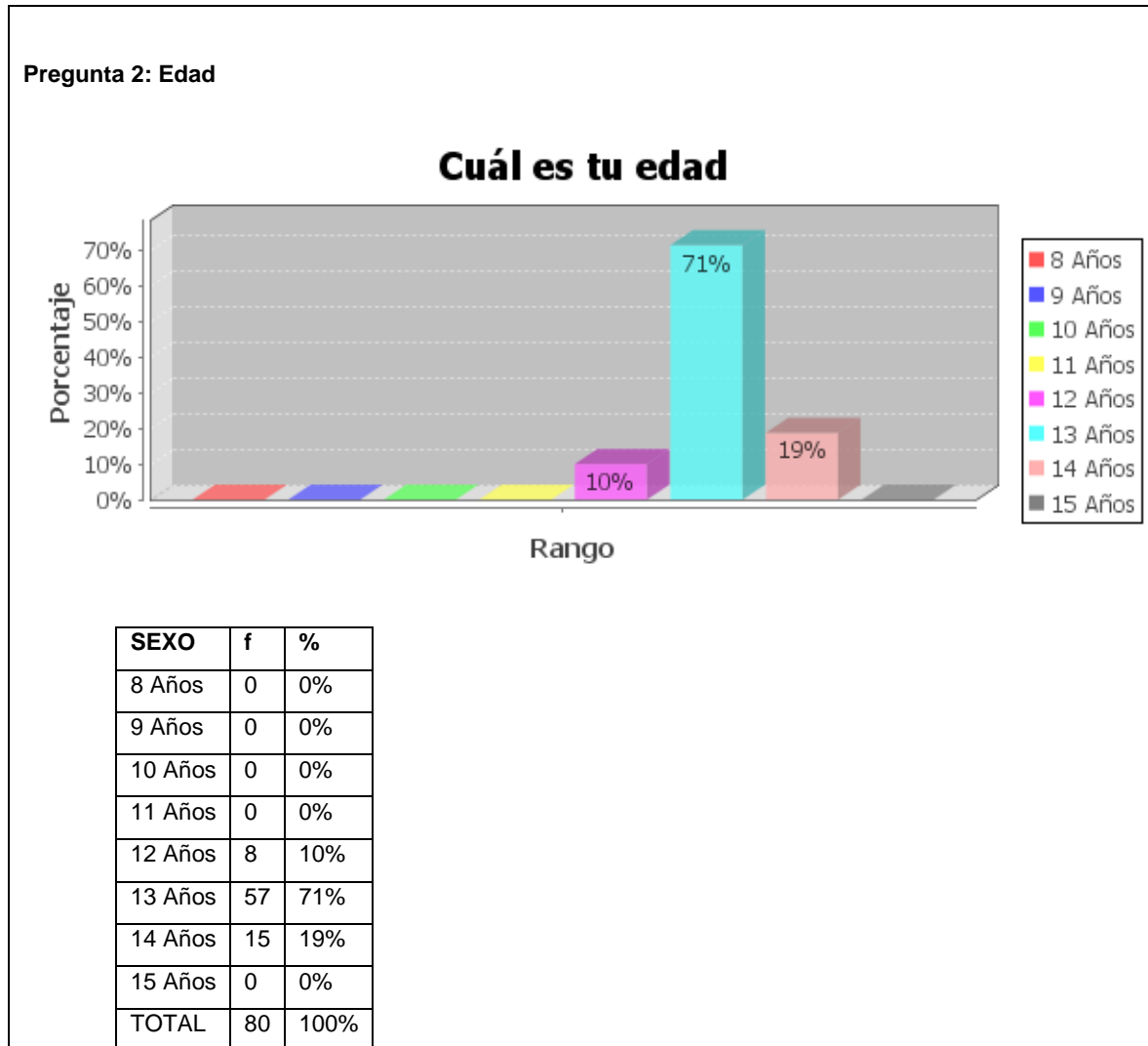
Gráfico 1 – Sexo



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Finalmente, incorporamos el cuadro y gráfico que corresponde a la edad.

Gráfico 2 – Edad



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La edad que predomina en la muestra es 13 años y corresponde al 71%, que determina el grado de educación básica en el cual está enfocado el presente estudio. El segundo rango de edad más alto, es el de 14 años con un 19%. La edad del grupo era diversa durante la aplicación de las encuestas y para fines de la interpretación de resultados fueron filtradas las encuestas para ser más precisos en el margen de edad.

3.6 Recursos

Los recursos empleados para realizar la investigación de campo y posterior análisis e interpretación de resultados fueron:

Humanos:

- Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga” a los cuales se les aplicó el cuestionario.
- Profesores de cada una de las aulas en donde se solicitó su apoyo para invertir el tiempo de una clase en la aplicación y llenado del cuestionario
- Autoridades del “Colegio de Liga” que aceptaron el pedido y agilizaron el proceso para aplicar el instrumento de investigación.
- Investigador de campo, que fue el estudiante de la UTPL que realizó las gestiones, visitas y asesorías en la unidad educativa seleccionada.

Institucionales:

- Aulas de la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga” en donde realizamos la aplicación del cuestionario.

Materiales:

- Cuestionario “Valores y estilos de vida de niños/as y adolescentes” elaborado y aprobado por la Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL y el Instituto Latinoamericano de la Familia – ILFAM.
- Computadora para tabulación e interpretación de resultados

Económicos:

- Presupuesto para la reproducción de los cuestionarios
- Movilización a la Unidad Educativa

3.7 Procedimientos para la aplicación de instrumentos

El procedimiento para la aplicación de los instrumentos de la presente investigación de campo fue realizado de manera individual a cada uno de los integrantes de la muestra. El principal recurso empleado fue el cuestionario “Valores y estilo de vida de niños/as y adolescentes”. El investigador realizó dos visitas a la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”, previamente coordinadas con las autoridades, en donde se dirigió al investigador a cada una de las aulas que contemplaba la muestra. El procedimiento fue el siguiente:

- Presentación del investigador / estudiante: saludo general a todos los alumnos y agradecimiento por el tiempo que van a dedicar a responder el cuestionario.
- Introducción al tema: exposición del tema de la investigación, tipo y objetivo de trabajo, universidad a la que representamos.
- Instrucciones generales:
 - Uso de esfero
 - Uso permitido de tinta correctora
 - Indicaciones en el pizarrón acerca de preguntas que requerían mayor atención, por ejemplo, pregunta: 3, 207, 208, 210, 211, 216, 217.
 - Explicación general de las categorías de respuesta
- Entrega del formulario a los alumnos
- Lectura general de las preguntas para llenar datos informativos y para responder cada apartado.
- Resolución de dudas acerca de preguntas específicas por parte de los alumnos
- Recepción de los cuestionarios
 - Revisión rápida en el tipo de respuestas y llenado
 - Agradecimiento a los alumnos
- Conteo final de cuestionarios y revisión detallada de las respuestas en relación a:
 - Edad
 - Tipo de llenado
 - Respuestas múltiples
 - Legibilidad de la letra

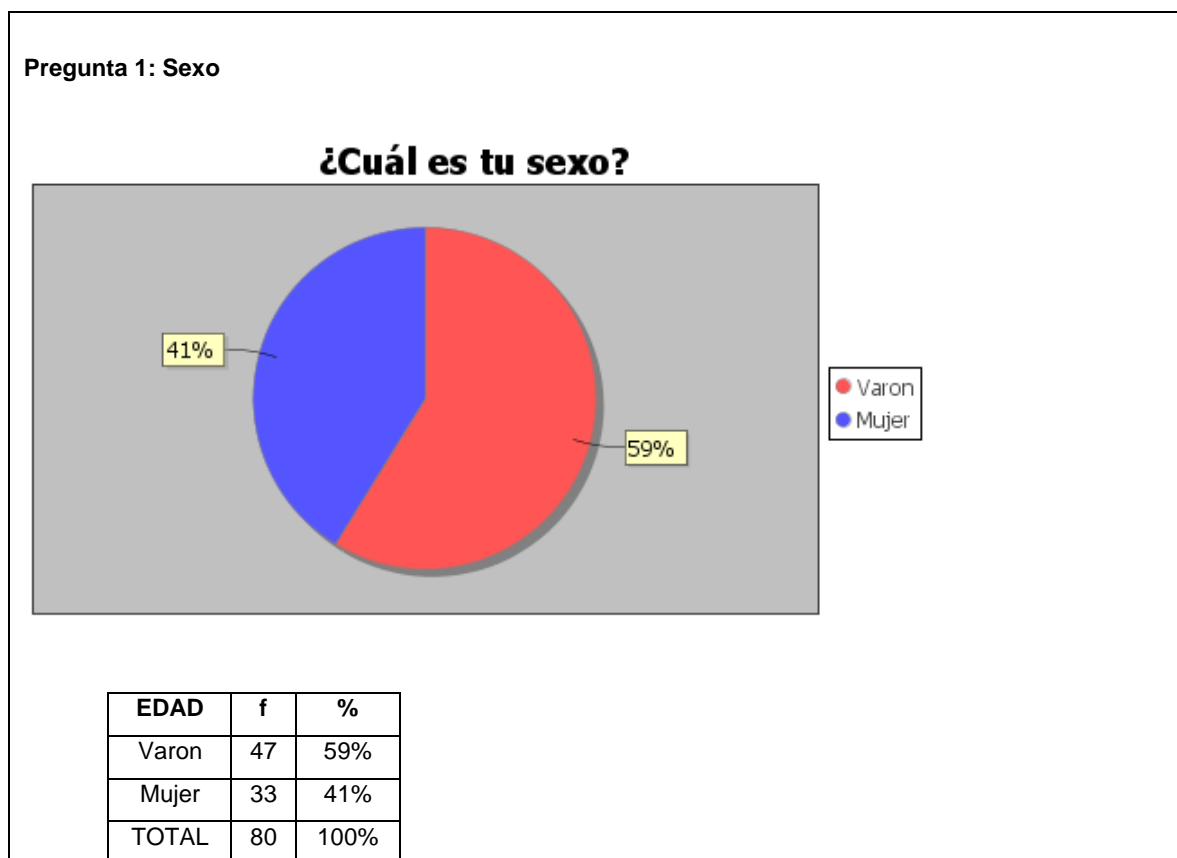
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Tipos de familia

La aplicación de las encuestas fue realizada en la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”, ubicado en el sector de Pomasqui, parroquia de San Antonio, ciudad de Quito. Los formularios fueron aplicados a los octavos y novenos grados, tanto a mujeres como a hombres de entre 13 y 14 años.

La pregunta correspondiente al sexo arroja un resultado en el que más de la mitad de los encuestados son hombres, un 59%. Las mujeres tienen un 41% de representatividad. Al ser un colegio que tiene un enfoque de desarrollo deportivo la cantidad de hombres fue más representativa.

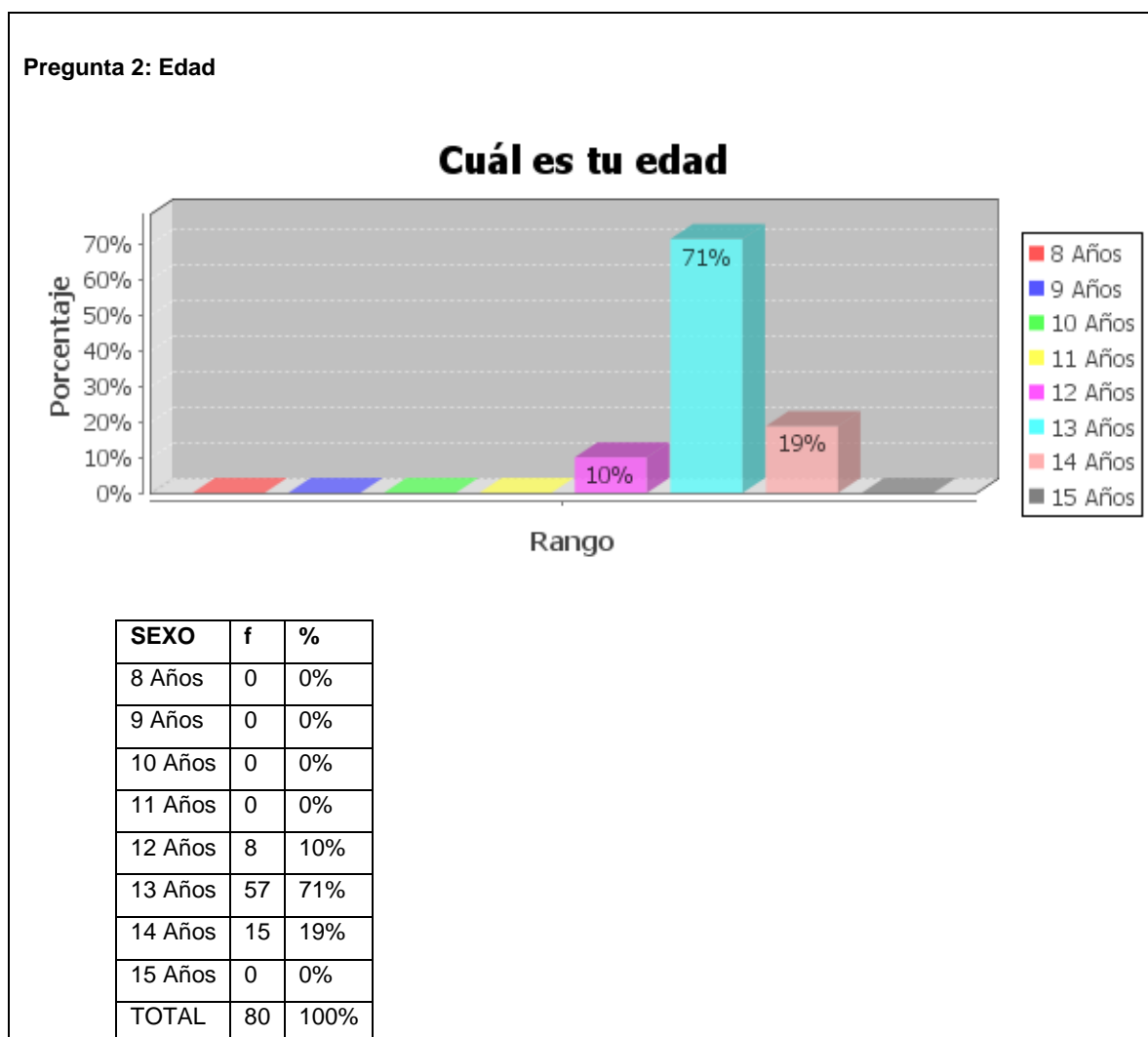
Gráfico 3 – Sexo



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTP 2012

Con respecto a la edad, casi tres cuartas partes de la muestra corresponden a los 13 años de edad, un 71%. Para cumplir con los requisitos de la investigación en relación a la edad, se aplicaron un total de cien encuestas que fueron filtradas y clasificadas para que en el programa del SINAC sean ingresadas solamente las que cumplían con los requisitos de la muestra.

Gráfico 4 - Sexo

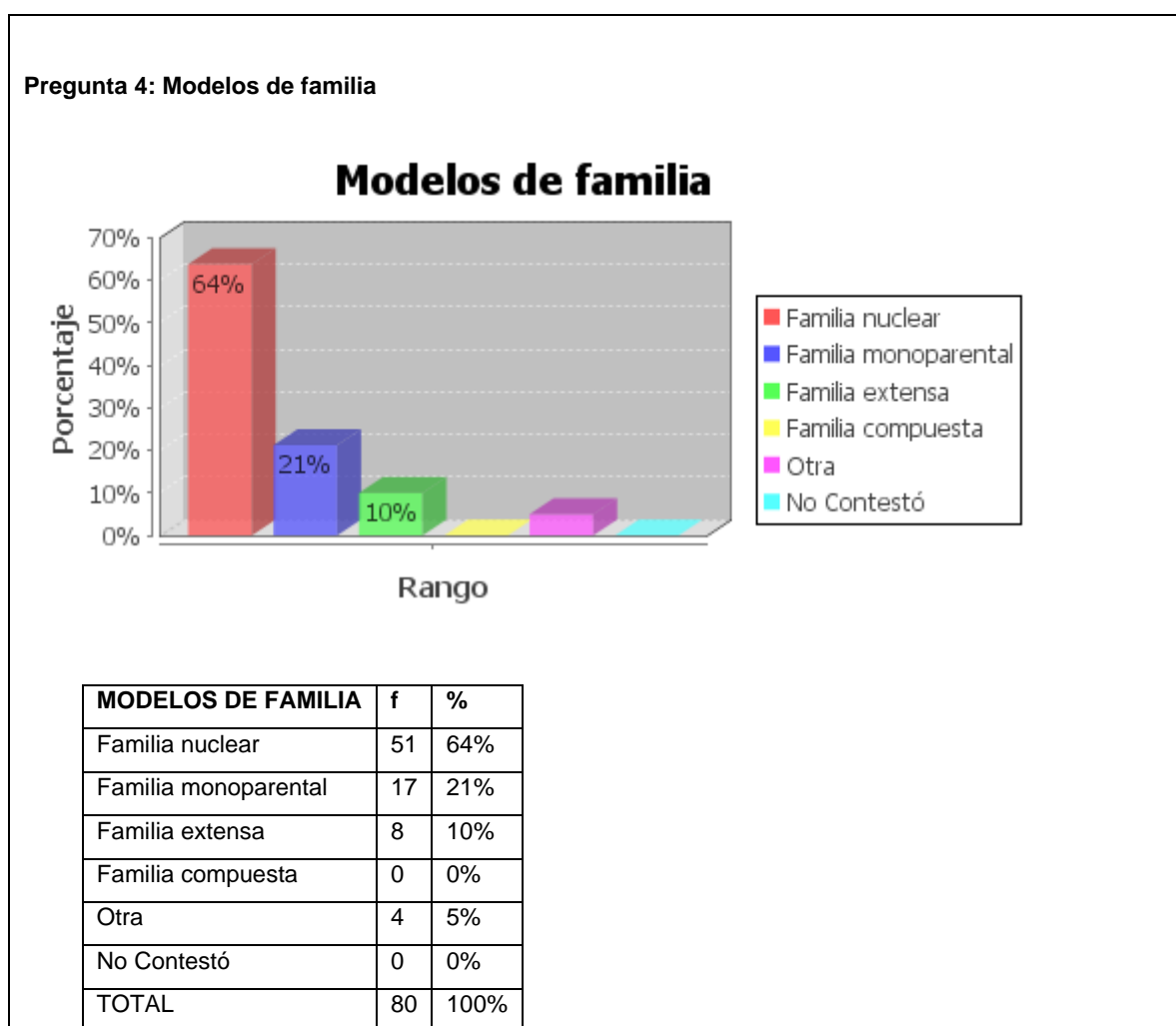


Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

El tema de la investigación enfocada en la familia, escuela y los valores tiene como primer elemento determinar el tipo de familia más común en la muestra. El resultado es que los adolescentes son parte de familias nucleares, con un 64%.

Las familias nucleares están compuestas por papá, mamá y hermanos. La funcionalidad familiar en relación a los roles, responsabilidades, valores, estilos de vida tiene una base sólida en las familias nucleares que permiten a los chicos desarrollarse bajo parámetros positivos acorde a los principios sociales que fundamentan nuestra realidad.

Gráfico 5 – Modelos de familia



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios – UTPL 2012

Lo “ideal” es que los adolescentes puedan crecer en un entorno en donde sus figuras de apego y referencia directa, padre y madre, estén juntos y vivan en un entorno sano, con respecto y comprensión. El ambiente sano, significa que existirán problemas o dificultades pero que pueden ser resueltas cuando la relación entre los padres es sólida. *“La familia nuclear es la norma en las sociedades urbanas occidentales, pero aún existen familias extensas y, evidentemente, éstas son la norma en otras partes del mundo”.* (Vila, 2008, pp. 40).

Por otra parte, hablar de las familias monoparentales es un elemento que socialmente ha tenido un crecimiento en las últimas décadas, sin embargo, en la muestra no representa más de un 21%. Las familias monoparentales tratan de suplir las figuras paternas o maternas mediante otros familiares que son cercanos y que pueden cumplir algunos roles. El bienestar de la familia es el objetivo central y más importante que mueve las acciones de los padres.

4.2 La familia en la construcción de valores

4.2.1 Importancia de la familia

La tabla que corresponde a la importancia de la familia está compuesta por once (11) ítems que relacionan a los actores que componen la familia con roles y actividades que son parte de la rutina y de las dinámicas familiares normales.

Es notorio en la tabla el promedio de la cuarta categoría, que corresponde a “mucho”, con un 51,4% y que rebasa de manera notable a las otras categorías. La categoría mencionada presenta un enfoque positivo por parte de los encuestados en relación con su familia, su importancia y el impacto que tiene en su vida.

Tabla 1 – Importancia de la familia

| IMPORTANCIA DE LA FAMILIA | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|---|------------------------|--------------|------------------------|--------------|-------------------------|--------------|-------------------------|--------------|-----------------------------------|-------------|-----------|-------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Me gusta celebrar mi cumpleaños con amigos | 6 | 7.5% | 11 | 13.8% | 23 | 28.7% | 39 | 48.8% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Tener hermanos | 3 | 3.8% | 7 | 8.8% | 25 | 31.2% | 45 | 56.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Que alguno de mis hermanos o amigos tenga un problema | 29 | 36.2% | 13 | 16.2% | 20 | 25% | 17 | 21.2% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Ver triste a mi padre o a mi madre | 34 | 42.5% | 18 | 22.5% | 5 | 6.2% | 23 | 28.7% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Estar con mis padres los fines de semana | 2 | 2.5% | 8 | 10% | 25 | 31.2% | 45 | 56.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| La familia ayuda | 1 | 1.2% | 3 | 3.8% | 20 | 25% | 56 | 70% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Cuando las cosas van mal, mi familia siempre me apoya | 1 | 1.2% | 6 | 7.5% | 24 | 30% | 49 | 61.3% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Cuando hago algo bien mis padres lo notan y están satisfechos | 1 | 1.2% | 8 | 10% | 22 | 27.5% | 49 | 61.3% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| En la familia se puede confiar | 1 | 1.2% | 5 | 6.2% | 20 | 25% | 54 | 67.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Confío en mis hermanos o amigos cuando tengo problemas | 3 | 3.8% | 9 | 11.2% | 33 | 41.2% | 35 | 43.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mis padres nos tratan por igual a los hermanos | 11 | 13.8% | 6 | 7.5% | 23 | 28.7% | 40 | 50% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 8. 36 | 10.5% | 8. 55 | 10.7% | 21. 82 | 27.3% | 41. 09 | 51.4% | 0 .1 8 | 0.2% | 80 | 100% |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La familia es el pilar de la sociedad, en donde cada persona obtiene los valores y prácticas sociales que les permiten desarrollarse de manera correcta en distintos roles y actividades. Su importancia y valoración no es circunstancial, por el contrario las respuestas demuestran que la mayoría de la muestra le atribuye un valor positivo y afectivo a sus familias. La percepción positiva de familia y de su afectividad e importancia está corroborado por el total del porcentaje de la categoría “mucho” con un 51,4% y de la categoría “bastante” con un 27,3%. El total de las dos categorías corresponde a más de tres cuartos de la totalidad, con un 78,7%.

De los once ítems que componen el cuadro destaca el que tiene la afirmación de “en la familia se puede confiar”, con un 67,5 de las respuestas. Para los adolescentes es fundamental contar con un espacio sano, positivo, respetuoso en donde puedan explorar sus nuevos intereses y que les permita reconocerse e identificarse con una nueva visión del mundo. La confianza en la familia permite que los adolescentes se expresen y al expresarse pueden ser francos, honestos, reales y ser coherentes con sus motivaciones.

Juan Pablo II, declara que “un modelo supremo surge en el horizonte: la Sagrada Familia, que nos da la clave para comprender todos los valores que deben proclamar las familias de hoy: amor, entrega, sacrificio, castidad, respeto a la vida, trabajo, serenidad, alegría”. (López (Ed.). 1982, pp. 31).

Los padres y las figuras de apego son los encargados de construir y fortalecer la confianza a través de acciones coherentes, sensatas, amorosas y respetuosas. Cuando se pierde la confianza empiezan los problemas de inestabilidad, rebeldía e inseguridad porque los jóvenes no se sienten cómodos o aceptados.

4.2.2 Donde se dicen las cosas más importantes de la vida

Como parte del tema de este primer apartado en relación a la importancia de la familia en la construcción de valores tenemos la segunda tabla en donde los adolescentes definieron el espacio en donde se dicen las cosas más importantes.

Tabla 2 – Donde se dicen las cosas más importantes

| DONDE SE DICEN LAS COSAS MÁS IMPORTANTES | f | % |
|---|----------|----------|
| En casa, con la familia | 67 | 84% |
| Entre los amigos/as | 6 | 8% |
| En los medios de comunicación (periódicos, TV, radio, etc.) | 1 | 1% |
| En el colegio (los profesores) | 1 | 1% |
| En la Iglesia | 3 | 4% |
| En ningún sitio | 0 | 0% |
| En otro sitio | 1 | 1% |
| No Contestó | 1 | 1% |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La respuesta fue que casi la totalidad de los encuestados, un total de 84%, respondió que es “En la casa, con la familia” es en donde se dicen las cosas que más importan en la vida. Esta respuesta permite reflexionar y reafirmar acerca de lo que se ha planteado a lo largo de la reflexión teórica del presente trabajo en donde afirmamos de diversas maneras que la familia es el núcleo de la sociedad, en donde la coherencia, respeto, amor, solidaridad, comprensión, entre otros, son valores esenciales para formar seres humanos integros e integrales.

La importancia y respuesta solvente de los adolescentes encuestados reafirma en la investigación de campo la importancia de la familia como mecanismo rector para la formación en valores de sus integrantes.

Cada familia tiene dinámicas y estilos de educar diferentes pero si hay un punto en donde podemos encontrar similitudes es en los valores esenciales para sociedad, para fundamentar nuestros actos en un principio de beneficio colectivo y respeto a la diversidad.

4.2.3 La disciplina familiar

Desde esta perspectiva, podemos mencionar la necesidad de formar a los niños y adolescentes frente a las normas sociales con respecto a la disciplina. En la siguiente

tabla están presentes los resultados que agrupan 13 ítems para determinar la importancia o la apreciación que tienen los jóvenes acerca de la disciplina familiar.

Tabla 3 – La disciplina familiar

| DISCIPLINA FAMILIAR | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|---|--------------|--------------|-------------|--------------|-----------|--------------|------------|--------------|----------|-------------|-----------|-------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | F | % | f | % |
| Los padres castigan a los hijos | 17 | 21.2% | 46 | 57.5% | 14 | 17.5% | 3 | 3.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mis padres me castigan sin motivo | 58 | 72.5% | 14 | 17.5% | 8 | 10% | 0 | 0% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Hacer lo que dicen mis padres | 1 | 1.2% | 8 | 10% | 26 | 32.5% | 45 | 56.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Que me castiguen en casa por algo que hice mal | 13 | 16.2% | 16 | 20% | 30 | 37.5% | 18 | 22.5% | 3 | 3.8% | 80 | 100% |
| Mi madre siempre tiene razón | 7 | 8.8% | 12 | 15% | 33 | 41.2% | 28 | 35% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mi padre siempre tiene razón | 6 | 7.5% | 22 | 27.5% | 28 | 35% | 24 | 30% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mis padres me tratan bien | 0 | 0% | 4 | 5% | 17 | 21.2% | 58 | 72.5% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Me da miedo hablar con mis padres | 38 | 47.5% | 28 | 35% | 7 | 8.8% | 7 | 8.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mis padres respetan mis opiniones | 2 | 2.5% | 9 | 11.2% | 38 | 47.5% | 31 | 38.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| A mis padres les cuesta darme dinero | 21 | 26.2% | 36 | 45% | 13 | 16.2% | 10 | 12.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mis padres me regalan algo cuando saco buenas notas | 12 | 15% | 21 | 26.2% | 26 | 32.5% | 21 | 26.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mis padres me regañan o castigan cuando lo merezco | 2 | 2.5% | 16 | 20% | 33 | 41.2% | 29 | 36.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mis padres son duros conmigo | 28 | 35% | 35 | 43.8% | 13 | 16.2% | 4 | 5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 15.77 | 19.7% | 20.5 | 25.7% | 22 | 27.5% | 21 | 26.7% | 0 | 0.4% | 80 | 100% |
| | | | 4 | | | | .38 | | 3 | 1 | | |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La tabla 3 de “La disciplina familiar” no presenta resultados que definan una tendencia en relación a las categorías de respuesta debido a que tres de las cuatro opciones están alrededor del 25% al 27%. La diversidad en las respuestas es una evidencia de las distintas percepciones alrededor de la disciplina y las formas de los padres para implementarla en el hogar.

Sin embargo, es notorio que existen dos ítems que tienen dos porcentajes iguales en relación a las categorías de sus respuestas. La primera es el ítem “mis padres me tratan bien” de la categoría “mucho” y la segunda es el ítem “mis padres me castigan sin motivo”, de la categoría “nada”, las dos con un 72,5%;. Estas respuestas permiten deducir que en los hogares de nuestros encuestados existe un entorno positivo y sano, dentro de cada una de las circunstancias que definen los hogares.

La afirmación de que los padres tratan bien a sus hijos y que no son castigados sin un motivo real define también un estilo amigable y respetuoso en la educación familiar que tienen los jóvenes. Como parte del análisis la igualdad en porcentajes que tiene ítems contradictorios refuerza el criterio de que los jóvenes de la muestra son parte de entornos familiares en donde se practica la coherencia entre las acciones y las palabras.

4.2.4 Actitud de los jóvenes frente a los estereotipos familiares

Otro elemento que define a las familias y a la sociedad en general son los estereotipos a los cuales estamos expuestos en el diario vivir, en todos los entornos y espacios.

Los estereotipos son roles o modelos asignados de acuerdo al sexo y género de cada persona, que varían en ciertos contextos culturales en donde se pueden llegar a imponer límites y normas que coartan el libre ejercicio de sus libertades.

Tabla 4 - Actitud de los jóvenes ante los estereotipos familiares

| ACTITUD DE LOS JÓVENES FRENTE A ESTEREOTIPOS FAMILIARES | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|--|------|-------|------|-------|----------|-------|-------|-------|----------|------|-------|------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Que mis padres jueguen conmigo | 6 | 7.5% | 21 | 26.2% | 25 | 31.2% | 28 | 35% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Hablar un rato con mis padres en algún momento del día | 8 | 10% | 12 | 15% | 26 | 32.5% | 33 | 41.2% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Me gusta ir de compras con mis padres | 7 | 8.8% | 18 | 22.5% | 26 | 32.5% | 29 | 36.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Los fines de semana hay que salir con la familia | 3 | 3.8% | 12 | 15% | 33 | 41.2% | 32 | 40% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Es más divertido estar en la calle que en casa | 13 | 16.2% | 33 | 41.2% | 20 | 25% | 14 | 17.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Me gusta ayudar en las tareas de casa | 4 | 5% | 26 | 32.5% | 34 | 42.5% | 16 | 20% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mientras como veo la televisión | 15 | 18.8% | 19 | 23.8% | 27 | 33.8% | 19 | 23.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Me gusta más estar con mis padres que con mis amigos | 8 | 10% | 32 | 40% | 25 | 31.2% | 14 | 17.5% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Estoy mejor en casa que en el colegio | 14 | 17.5% | 31 | 38.8% | 22 | 27.5% | 12 | 15% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Las reuniones familiares son un aburrimiento | 28 | 35% | 29 | 36.2% | 11 | 13.8% | 12 | 15% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Prefiero ver la televisión que conversar durante la comida o la cena | 30 | 37.5% | 34 | 42.5% | 9 | 11.2% | 7 | 8.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Los mayores van a lo suyo | 17 | 21.2% | 32 | 40% | 15 | 18.8% | 16 | 20% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Los mayores no | 26 | 32.5% | 35 | 43.8% | 13 | 16.2% | 6 | 7.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|-------------|-----------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|----------|-------------|-----------|-------------|
| entienden nada | | % | | | | | | | | | | |
| Es mejor comer en una hamburguesería que en casa | 34 | 42.5 % | 36 | 45% | 2 | 2.5% | 8 | 10% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Prefiero quedarme en casa que salir con mis padres | 39 | 48.8 % | 32 | 40% | 7 | 8.8% | 2 | 2.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Prefiero estar sólo en mi habitación que con mi familia en la sala | 36 | 45% | 28 | 35% | 10 | 12.5% | 6 | 7.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Mis padres confían en mí | 5 | 6.2% | 5 | 6.2% | 17 | 21.2% | 53 | 66.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Las madres deben recoger los juguetes después de jugar los niños | 64 | 80% | 13 | 16.2% | 1 | 1.2% | 2 | 2.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 19 | 24.8 | 24 | 31.1% | 17. | 22.4% | 17. | 21.5% | 0 | 0.2% | 80 | 100% |
| | .8 | % | .8 | | 94 | | 17 | | . | | | |
| | 3 | | 9 | | | | | | 1 | | | |
| | | | | | | | | | 7 | | | |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

En la tabla 4 de “Actitud de los jóvenes ante los estereotipos familiares” el resultado del promedio no tiene valores que llamen la atención por su diferencia numérica o representatividad. Sin embargo, existe los totales de la categoría “nada” con un 24,8% y la de “poco” con un 31,1% reflejan una tendencia en donde los estereotipos no constituyen un elemento que coarte su libre desempeño o que de manera implícita condicione las actuaciones de hombres y mujeres. El ítem con mayor porcentaje es el último “las madres deben recoger los juguetes después de jugar los niños”, con un 80% en la categoría de “nada”.

Esto quiere decir que los jóvenes no asumen a los estereotipos como verdades absolutas sino como parte de la rutina familiar que ha impuesto ciertas actividades a hombre o mujeres, pero no los usan para evitar sus responsabilidades o justificar sus actos.

Los estereotipos generalmente producen barreras en la comunicación y en las relaciones familiares porque limitan la capacidad de ejecución libre de diversas actividades al no “corresponder” a uno y otro género. La apertura y libertad para que cada familia se adapte y ponga sus reglas y normas es lo más natural sin que existan preceptos anticuados de las capacidades de cada uno de los integrantes de la familia.

Un porcentaje que destaca es el del ítem “mis padres confían en mí”, con un 66,2% en la categoría “mucho”. Este tipo de respuestas refuerza el planteamiento en el que las familias de la muestra tienen una formación sólida en valores y que permiten a sus adolescentes expresarse, ser libres, aceptar y adaptarse a las normas con un sentido o propósito. La confianza permite a los chicos ser auténticos, definir sus intereses y conversar acerca de sus problemas.

4.2.5 Actividades compartidas por la familia

Al hablar de familia es fundamental mencionar las actividades que son compartidas en el hogar porque es parte de su propia dinámica y de sus propias actividades que los hacen únicos. En el siguiente cuadro están los resultados generales.

Tabla 5 – Actividades compartidas en la familia

| ACTIVIDADES COMPARTIDAS EN FAMILIA | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|--|-----------|--------------|-----------|--------------|-------------|--------------|-----------|------------|------------|-------------|-----------|-------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Prefiero ir al colegio que estar en casa | 16 | 20% | 26 | 32.5% | 28 | 35% | 10 | 12.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Me gusta ir a comer a una pizzería | 6 | 7.5% | 10 | 12.5% | 25 | 31.2% | 38 | 47.5% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 11 | 13.8% | 18 | 22.5% | 26.5 | 33.1% | 24 | 30% | 0.5 | 0.6% | 80 | 100% |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Los dos ítems que componen la tabla 5 desde mi punto de vista no están directamente relacionados porque habla de la preferencia de los jóvenes por ir al colegio y de una actividad fuera de la casa que generalmente es compartida y que gusta mucho a todos.

Por una parte, el porcentaje más alto corresponde al segundo ítem en la categoría de “mucho” con un 47,5% y se refiere a salir de la casa para ir a comer a una pizzería. Casi la mitad de la muestra respondió frente a una tendencia afirmativa por salir a compartir este momento con la familia y a divertirse en otros espacios públicos.

Por otra parte, en el primer ítem no está bien definida una tendencia porque la categoría “poco” tiene un 32,5% y la categoría “bastante” un 35%. Este ítem pregunta a los jóvenes acerca de su preferencia por ir al colegio en vez de estar en la casa. Este tipo de respuesta ambigua no determina un claro escenario de la preferencia y además el ítem plantea una afirmación muy general que está sujeta a percepciones y juicios subjetivos de cada estudiante frente a su experiencia en el ambiente escolar.

4.2.6 La percepción de los roles familiares

Los roles familiares y la percepción que tienen los estudiantes de éstos implican un factor que determinar la aceptación o negativa a explorar, ayudar o ser parte de las rutinas en donde requieren la participación de todos los miembros. La tabla 6 está compuesta de tres ítems y el resultado global de las tendencias expone que la categoría con el mayor porcentaje es “nada” con un 52,1%.

Tabla 6 – La percepción de los roles familiares

| PERCEPCIÓN DE ROLES FAMILIARES | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | N / C | | Total | |
|---|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|----------|--------------|-----------|--------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Ir al trabajo es cosa de hombres | 48 | 60% | 11 | 13.8 % | 12 | 15% | 7 | 8.8% | 2 | 2.5 % | 80 | 100 % |
| Cocinar es cosa de mujeres | 60 | 75% | 11 | 13.8 % | 5 | 6.2% | 3 | 3.8% | 1 | 1.2 % | 80 | 100 % |
| Lo esencial para una mujer es que tener hijos | 17 | 21.2 % | 31 | 38.8 % | 14 | 17.5 % | 18 | 22.5 % | 0 | 0% | 80 | 100 % |
| PROMEDIO | 41 | 52.1 % | 17 | 22.1 % | 10 | 12.9 % | 9 | 11.7 % | 1 | 1.3 % | 80 | 100 % |
| | .6 | % | .6 | % | .3 | % | .33 | % | 1 | % | | |
| | 7 | | 7 | | 3 | | | | | | | |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Los tres ítems están directamente relacionados con el tipo de percepción que tienen acerca de los roles que desempeña el hombre y la mujer dentro del núcleo familiar. Las respuestas a los tres ítems define que los estudiantes tienen una mirada madura y flexible acerca de las responsabilidades y actividades en las que pueden colaborar cada uno de los integrantes del hogar, sin importar su sexo.

En el marco de la muestra de la presente investigación es notable que las respuestas frente a los roles de los dos sexos en el hogar tenga una visión más libre y flexible que se adapta a una realidad en donde los convencionalismos y prejuicios antiguos no tienen cabida cuando en el hogar existe como principio el apoyo y la comprensión para dividir las tareas y hacer de ese espacio un hogar.

4.2.7 Valoración de las cosas materiales

Un aspecto que a diario es tratado en la educación en valores es el aspecto material que debe ser transmitido como un elemento necesario pero no indispensable para el desarrollo y supervivencia de los seres humanos. Lo material no debe constituir en factor para discriminar o menospreciar a otros.

Las respuestas de la tabla 7 con respecto a la valoración de los jóvenes acerca de las cosas materiales es la siguiente:

Tabla 7 – Valoración de las cosas materiales

| VALORACIÓN DE COSAS MATERIALES | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|---|------|-------|------|-------|----------|-------|-------|-------|----------|----|-------|------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| La ropa de marcas conocidas hace sentirme mejor | 13 | 16.2% | 27 | 33.8% | 21 | 26.2% | 19 | 23.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Tener dinero para gastar | 5 | 6.2% | 34 | 42.5% | 28 | 35% | 13 | 16.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Tener dinero para ahorrar | 3 | 3.8% | 7 | 8.8% | 29 | 36.2% | 41 | 51.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Me da igual ir a una tienda de | 19 | 23.8% | 31 | 38.8% | 15 | 18.8% | 15 | 18.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|--------------|-----------|--------------|
| “Todo x 1 usd “ que a otra que no lo es sea | | % | | | | % | | % | | % | | % |
| Tener los discos de moda en mi casa | 17 | 21.2 % | 34 | 42.5% | 17 | 21.2 % | 12 | 15 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Llevar ropa de moda | 7 | 8.8% | 25 | 31.2% | 27 | 33.8 % | 21 | 26.2 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Que mis padres tengan un auto caro | 17 | 21.2 % | 34 | 42.5% | 17 | 21.2 % | 12 | 15 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Usar ropa de marcas conocidas y caras | 12 | 15% | 35 | 43.8% | 11 | 13.8 % | 21 | 26.2 % | 1 | 1.2 % | 80 | 100 % |
| Tener muchas cosas aunque no las use | 21 | 26.2 % | 42 | 52.5% | 11 | 13.8 % | 6 | 7.5 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Los ricos lo consiguen todo | 42 | 52.5 % | 14 | 17.5% | 12 | 15% | 11 | 13.8 % | 1 | 1.2 % | 80 | 100 % |
| El dinero es lo más importante del mundo | 49 | 61.3 % | 24 | 30% | 5 | 6.2% | 2 | 2.5 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| No hay felicidad sin dinero | 41 | 51.2 % | 30 | 37.5% | 1 | 1.2% | 8 | 10 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| PROMEDIO | 20.5 | 25.6 % | 28 | 35.1% | 16 | 20.2 % | 15 | 18.9 % | 0 | 0.2 % | 80 | 100 % |
| | | | .08 | | .17 | | .08 | | .17 | | | |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La tabla está compuesta por un total de 12 ítems de los cuales destacan dos respuestas, que tienen el mismo porcentaje y que corresponde a:

“Tener dinero para ahorrar”, con un 51,2%, categoría “mucho”

“No hay felicidad sin dinero”, con un 51,2%, categoría “nada”

Las respuestas que sobresalen en la tabla 7, con respecto a la igualdad de los porcentajes se complementan ya que al decir que es muy importante el tener dinero para ahorrar y no para gastar se interpreta que los jóvenes viven bajo principios de una economía real y sólida en su hogar. La noción sobre el dinero, el esfuerzo y trabajo que implica realizar un trabajo permite que los jóvenes reconozcan que es un valor material

que les permite satisfacer sus necesidades básicas y a veces suntuarias y que debe ser bien administrado en favor del bienestar familiar.

Por otra parte, la última afirmación en donde los jóvenes responden que no es cierto que no hay felicidad sin dinero nos conduce a un entorno en donde los valores están cimentados en factores que trascienden y no en la superficialidad. La felicidad no se consigue con abundancia en cosas sino en ambientes coherentes con las posibilidades, respetuosos, flexibles que permitan el desarrollo de cada integrante.

En este apartado cabe mencionar un elemento que llamó nuestra atención durante la tabulación de los resultados y que no fue tomada en cuenta en esta tabla, se trata de la respuesta a la pregunta abierta número 226 en donde los adolescentes llenaban el casillero con el regalo más importante que recibieron en Navidad y Reyes. Un alto porcentaje de las respuestas fueron de cosas materiales y con una inclinación de este tipo de respuestas por parte de los hombres.

Estas respuestas alineadas a lo material son influenciadas por el enfoque comercial y consumista que vivimos en la época navideña y que no nace desde los adolescentes, sino de los adultos que imponen estas pautas de comportamiento en donde se valora más regalos materiales y se genera expectativa y condicionamiento para su llegada.

4.3 La escuela como espacio de aprendizaje en la educación en valores y el encuentro con sus pares

4.3.1 *Valoración del mundo escolar*

La escuela es el segundo espacio en donde los adolescentes aprenden, refuerzan o modifican sus valores. Es importante que los padres de familia escojan una unidad educativa en donde sus valores sean similares a los que practican en familia, porque el impacto de la contradicción o confusión genera rebeldía.

El sistema educativo de manera integral debe contemplar la educación en valores de tal forma que sea percibida como una actividad vivencial y no como un apartado frío en el currículo. Los valores son fundamentos de nuestro desarrollo emocional e intelectual, mientras crecemos los reafirmamos o modificamos de acuerdo a nuestro condicionamiento previo y percepción.

La formación socio-humanista debe ser incorporada como parte del sistema educativo, ésta no debe estar separada de la realidad que vive el estudiante; por lo tanto, el educador debe prepararse para dirigir el proceso de formación del educando, tomando en cuenta la necesidad que lleva implícita la exigencia de la sociedad. (Terán, 2006, pp.142)

En el aspecto de la escuela como espacio de aprendizaje, la tabla 7 presenta los resultados con respecto a la valoración del mundo escolar de los jóvenes encuestados.

Tabla 8 – Valoración del mundo escolar

| | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|---|------|-------|------|--------|----------|--------|-------|--------|----------|-------|-------|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| VALORACIÓN DEL MUNDO ESCOLAR | | | | | | | | | | | | |
| Sacar buenas notas | 1 | 1.2 % | 6 | 7.5 % | 21 | 26.2 % | 52 | 65 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Sacar buenas notas porque es mi obligación | 7 | 8.8 % | 11 | 13.8 % | 22 | 27.5 % | 40 | 50 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Estudiar para saber muchas cosas | 0 | 0 % | 7 | 8.8 % | 33 | 41.2 % | 40 | 50 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Estudiar para aprobar | 0 | 0 % | 8 | 10 % | 32 | 40 % | 38 | 47.5 % | 2 | 2.5 % | 80 | 100 % |
| En el colegio se pueden hacer buenos amigos | 0 | 0 % | 5 | 6.2 % | 23 | 28.7 % | 52 | 65 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Estudiar para saber | 2 | 2.5 % | 9 | 11.2 % | 40 | 50 % | 29 | 36.2 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Trabajar en clase | 3 | 3.8 % | 5 | 6.2 % | 34 | 42.5 % | 38 | 47.5 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Que mi profesor sea | 12 | 15 % | 20 | 25 % | 20 | 25 % | 28 | 35 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |

| simpático | | % | | | | | | | % | | % | |
|--|----------|-----------|-------------------------|-------------------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------------------|-----------------------|-----------|------------------------|
| Me gusta el colegio | 3 | 3.8 % | 14 | 17.5 % | 27 | 33.8 % | 35 | 43.8 % | 1 | 1.2 % | 80 | 100 % |
| Me gusta empezar un nuevo curso | 3 | 3.8 % | 15 | 18.8 % | 36 | 45% % | 26 | 32.5 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Me aburro cuando no estoy en el colegio | 19 | 23.8 % | 39 | 48.8 % | 13 | 16.2 % | 8 | 10% % | 1 | 1.2 % | 80 | 100 % |
| Mis compañeros respetan mis opiniones | 3 | 3.8 % | 22 | 27.5 % | 35 | 43.8 % | 20 | 25% % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| En clase se puede trabajar bien | 1 | 1.2 % | 16 | 20% % | 40 | 50% % | 23 | 28.7 % | 0 | 0 % | 80 | 100 % |
| Estudiar primero y luego ver la televisión | 2 | 2.5 % | 15 | 18.8 % | 25 | 31.2 % | 37 | 46.2 % | 1 | 1.2 % | 80 | 100 % |
| PROMEDIO | 4 | 5% | 13.7 1 | 17.1 % | 28 .6 4 | 35.8 % | 33.2 9 | 41.6 % | 0. 36 4 | 0. % | 80 | 100 % |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Las respuestas de la tabla 8 permiten analizar de manera positiva la percepción que tienen los adolescentes de su entorno, actividades y condiciones en las cuales se desenvuelven, por mencionar los porcentajes más altos tenemos:

Item “Sacar buenas notas” con un 65% de la categoría “mucho”

Item “En el colegio se pueden hacer buenos amigos” con un 65% de la categoría “mucho”

Item “Me gusta el colegio” con un 43,8% de la categoría “mucho”

Item “En clase se puede trabajar bien” con un 50% de la categoría “mucho”

Item “Estudiar primero y luego ver la televisión” con un 46,2% de la categoría “mucho”

A partir del promedio de la categoría “mucho” que es del 41,6%, se percibe que los estudiantes tienen una apreciación positiva de sus responsabilidades en el mundo escolar. Desde hacer las tareas, tener un buen rendimiento, su capacidad de trabajo y las condiciones en que cumplen con sus obligaciones son percibidas desde valoraciones positivas. Esto significa que el mundo escolar tiene un posicionamiento que favorece al desarrollo y potenciación de las capacidades y habilidades de cada joven.

El mundo escolar es un espacio en donde los adolescentes pasan la mayor parte de su tiempo y la interpretación de los resultados de la tabla permite destacar que se encuentran enfocados en un objetivo que permite su desarrollo con normas básicas como: ambiente y relaciones interpersonales sanas, reglas básicas para realizar sus deberes, capacidad de trabajo en el aula, respeto con sus compañeros y sus opiniones.

4.3.2 Valoración del estudio

En el ámbito escolar, otro factor que está directamente relacionado es la valoración que tienen los adolescentes para el estudio. En la siguiente tabla están los resultados.

Tabla 9 – Valoración del estudio

| VALORACIÓN DEL ESTUDIO | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|---|-----------|--------------|----------|--------------|-------------|--------------|-----------|------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Quedarse a supletorio en alguna asignatura | 39 | 48.8% | 16 | 20% | 12 | 15% | 12 | 15% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Cuando no se entiende algo en clase hay que preguntarlo siempre | 3 | 3.8% | 8 | 10% | 16 | 20% | 53 | 66.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Quien triunfa y tiene éxito es porque ha trabajado duro | 3 | 3.8% | 3 | 3.8% | 19 | 23.8% | 55 | 68.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 15 | 18.8% | 9 | 11.2% | 15.6 | 19.6% | 40 | 50% | 0. | 0.4% | 80 | 100% |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTP 2012

La categoría de “mucho” tiene el promedio más alto que corresponde al 50% de la totalidad y los porcentajes más altos de los ítems “Cuando no se entiende algo en clase hay que preguntarlo siempre”, con un 66,2% y “Quien triunfa y tiene éxito es porque ha trabajado duro”, con un 68,8%, corresponden a afirmaciones relacionadas al trabajo constante y permanente para lograr metas. El estudio es un aspecto que debe ser fomentado desde un enfoque de innovación, alternativas, investigación para que no sea un mero requisito sino que promueve el aporte personal para profundizar un tema o plantear nuevas inquietudes.

El reto de los profesores es promover que los chicos estudien para aprender no sólo para cumplir. Los deberes, tareas o trabajo asignados deben ser enfocados con un propósito, si bien no todos los contenidos son flexibles para esta propuesta, es fundamental que en aquellos que podemos tener alternativas abramos las posibilidades para que los estudiantes aprendan desde una visión más participativa.

4.3.3 Valoración de las normas y el comportamiento personal

En toda espacio escolar las normas y el comportamiento personal está normado, en algunos casos es más flexible que otros, pero todas las unidades educativas tienen una propuesta en relación al tipo de normas o límites que son impuestos para los estudiantes.

La tabla 10 presenta respuestas interesantes que permiten un proceso de interpretación ya que en el ítem tres “La fuerza es lo más importante”, tenemos como resultado un 46,2% en la categoría “poco”; esto apela a una reflexión en donde los jóvenes asumen la fuerza física como un elemento corporal pero que no define lo que son como personas o no definen su capacidad intelectual o de resolución de conflictos.

Tabla 10 – Valoración de las normas y el comportamiento personal

| | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|---|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|----------|----------|-----------|------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| VALORACIÓN DE NORMAS Y COMPORTAMIENTO PERSONAL | | | | | | | | | | | | |
| Cuando hago algo bien, mis profesores me lo dicen | 4 | 5% | 16 | 20% | 34 | 42.5% | 26 | 32.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| En la escuela hay demasiadas normas | 2 | 2.5% | 14 | 17.5% | 41 | 51.2% | 23 | 28.7% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| La fuerza es lo más importante | 22 | 27.5% | 37 | 46.2% | 10 | 12.5% | 11 | 13.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Quien pega primero pega mejor | 43 | 53.8% | 24 | 30% | 10 | 12.5% | 3 | 3.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 17 | 22.2 | 22 | 28.4 | 23 | 29.7 | 15 | 19.7 | 0 | 0 | 80 | 100 |
| | .7 | % | .7 | % | .7 | % | .7 | % | % | % | | % |
| | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | | | | |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Otro porcentaje que llama la atención en el cuadro es el ítem de “Quien pega primero pega mejor”, con un 53,8% en la categoría “nada”. La fuerza física a partir de este dicho popular no tiene cabida como un elemento fundamental en el tipo de desempeño o forma de resolver los conflictos. Durante la aplicación de las encuestas este ítem causó diversas reacciones, entre ellas el hecho de que ellos no consideraban que la fuerza sea un determinante de las reales posibilidades de una persona para enfrentarse a retos académicos o de valores.

Finalmente, en la tabla 10 tenemos un porcentaje alto para la afirmación “En la escuela hay demasiadas normas”, 51,2% en la categoría “bastante”. Los adolescentes no aceptan con facilidad las normas o límites y es un proceso de readaptación de sus esquemas porque están en una etapa de exploración en donde quieren conocer, aprender a decidir, tener opciones, pero en los colegios, con frecuencia, existen normas básicas de comportamiento que permiten el libre desarrollo de las actividades. A los jóvenes les gustaría ser más libres en aspectos a veces tan sencillos como el uniforme pero no es optativo y ellos se rebelan a estas políticas y en algunos casos tienen consecuencias más severas.

4.3.4 Valoración del buen comportamiento en clase

A continuación, la tabla 11 define las percepciones que los jóvenes tienen con respecto al buen comportamiento en clase.

Tabla 11 – Valoración del buen comportamiento en clases

| | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|--|------|-------|------|--------|----------|--------|-------|-----|----------|-------|-------|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| VALORACIÓN DEL BUEN COMPORTAMIENTO EN CLASE | | | | | | | | | | | | |
| Ser correcto, portarse bien en clase | 3 | 3.8 % | 6 | 7.5% | 26 | 32.5 % | 44 | 55% | 1 | 1.2 % | 80 | 100 % |
| Los profesores prefieren a los que se portan bien | 4 | 5% | 11 | 13.8 % | 34 | 42.5 % | 28 | 35% | 3 | 3.8 % | 80 | 100 % |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|-------------|-------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | | | | | | | | | | % | | |
| Que el profesor se enoje por el mal comportamiento en clase | 21 | 26.2 | 21 | 26.2 | 27 | 33.8 | 11 | 13.8 | 0 | 0 | 80 | 100 |
| | | % | | % | | % | | % | | % | | % |
| PROMEDIO | 9. | 11.7 | 12.6 | 15.8 | 29 | 36.2 | 27 | 34.6 | 1. | 1. | 80 | 100 |
| | 33 | % | 7 | % | | % | .6 | % | 33 | 7 | | % |
| | | | | | | | 7 | | | % | | |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La tabla 11 en la primera afirmación “Ser correcto, portarse bien en clase”, tiene un 55% en la categoría “mucho”, esto reafirma las interpretaciones que hemos mencionado en tablas anteriores y que están relacionadas con una educación y principios en valores que permite a los adolescentes desenvolverse en clases con respeto, compañerismo, solidaridad, entre otros.

Los jóvenes además respondieron que los profesores prefieren a los que se portan bien, esto significa que ellos entienden y se enfrentan a un condicionamiento previo en relación a sus formas de actuar y comportarse en las aulas. Los jóvenes deben asimilar las normas y participar en su creación para que no se sientan obligados sino que perciban que tienen un objetivo de beneficio colectivo.

Para terminar con la percepción de las normas de buen comportamiento en clases tenemos el tercer ítem que menciona que a los adolescentes les importa que el profesor reaccione de manera negativa cuando existe mal comportamiento en clases. El ambiente en el aula influye de manera positiva o negativa para el desempeño de las actividades escolares, las buenas relaciones, el orden, la participación, el interés por la materia, la diversidad en propuestas son elementos que aportan para que el nivel académico cumpla los objetivos planteados en la planificación curricular.

4.3.5 Valoración de las relaciones interpersonales

A diario todos los seres humanos mantenemos relaciones interpersonales en distintos espacios; el colegio no es una excepción, y es ahí en donde podemos conocer y valorar la amistad, el compañerismo, la lealtad. En el colegio podemos encontrar buenos amigos, no

existe la competencia, de manera tan evidente, como existe en la universidad o en el campo laboral.

La tabla 12 agrupa 7 afirmaciones que definen las apreciaciones que tienen los adolescentes acerca de este importante tema. El porcentaje de mayor representatividad es 62,5%, con la primera afirmación en donde la solidaridad y compañerismo son evidentes. Los jóvenes durante la aplicación de las encuestas demostraron una actitud positiva a estos cuestionamientos, comentaban y expresaban sus valores.

La actitud de apertura y aceptación para ayudar a los que lo necesitan desde el colegio es una base que debe ser fortalecida a diario en cada uno de los espacios en donde podemos exponerlos a experiencias significativas.

Otro porcentaje alto en la tabla 12 corresponde al 58,8% en la categoría “nada” y se trata de la afirmación en donde los adolescentes no están de acuerdo con aquel dicho popular de que “el fin justifica los medios”, en otras palabras que no se debe hacer mal uso de los recursos o herramientas para conseguir una meta.

Tabla 12 – Valoración de las relaciones personales

| | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|--|------|-------|------|-------|----------|-------|-------|-------|----------|------|-------|------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| VALORACIÓN DE RELACIONES PERSONALES | | | | | | | | | | | | |
| Hay que ayudar a las personas que lo necesitan | 0 | 0% | 6 | 7.5% | 24 | 30% | 50 | 62.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Hacer trabajos en grupo en el colegio | 3 | 3.8% | 7 | 8.8% | 41 | 51.2% | 29 | 36.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Hacer cosas que ayuden a los demás | 1 | 1.2% | 11 | 13.8% | 29 | 36.2% | 39 | 48.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Hay que estar dispuesto a trabajar por los demás | 8 | 10% | 15 | 18.8% | 35 | 43.8% | 22 | 27.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Prestar mis deberes, apuntes o esquemas | 16 | 20% | 38 | 47.5% | 14 | 17.5% | 12 | 15% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Ser mejor en los deportes que en los estudios | 22 | 27.5% | 34 | 42.5% | 13 | 16.2% | 10 | 12.5% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|--------------|-----------|-------------|
| | | | | | | | | | | % | | |
| Conseguir lo que me propongo, aunque sea haciendo trampas | 47 | 58.8 % | 23 | 28.7 % | 6 | 7.5% | 4 | 5% | 0 | 0 % | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 13 | 17.3 % | 19 | 23.9 % | 23 | 28.9 % | 23 | 29.6 % | 0 | 0.2 % | 80 | 100% |
| | .8 | % | .1 | % | .1 | % | .7 | % | .1 | % | | |
| | 6 | | 4 | | 4 | | 1 | | 4 | | | |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

El análisis de las respuestas de la tabla 12 determina que los adolescentes tienen definidos valores muy importantes para un desarrollo positivo de las relaciones personales con sus compañeros del aula. Nociones como brindar ayuda a los necesitados, con un 62,5% en la categoría “mucho”, trabajar en equipo, con un 51,2% en la categoría “bastante”, ofrecer apoyo y ayuda, con un 48,8% en la categoría “mucho”, hacer las cosas correctamente, no fomentar la vagancia o el conformismo entre los compañeros, todo esto define al grupo humano que compone la muestra como jóvenes con alto potencial y con valores estables.

4.4 Importancia para el niño/a y el adolescente el grupo de amigos como ámbito de juego y amistad

4.4.1 Importancia del grupo de iguales

La adolescencia es un momento en nuestra en donde los amigos se convierten en los mejores confidentes, entienden nuestras formas de ser, la rebeldía frente a las normas sociales o familiares, conocen nuestros problemas, entienden nuestras reacciones, etc. Los amigos en la época de la adolescencia constituye un factor que tiene una influencia directa negativa o positiva en la forma en como interpretamos esta nueva adaptación y búsqueda por nuestra propia identidad.

Los resultados de la tabla 13 no tienen un porcentaje en promedio que sea determinante para una sola categoría. El cuadro está compuesto por un total de 16 afirmaciones que están relacionadas con las relaciones de iguales en los espacios educativos y sociales.

Tabla 13 – Importancia del grupo de iguales

| IMPORTANCIA DEL GRUPO DE IGUALES | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|---|------|-------|------|-------|----------|-------|-------|-------|----------|------|-------|------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Merendar con los amigos fuera de casa | 44 | 55% | 30 | 37.5% | 6 | 7.5% | 0 | 0% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Disfrutar con mis amigos | 1 | 1.2% | 7 | 8.8% | 28 | 35% | 44 | 55% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Darle ánimos a un amigo triste | 3 | 3.8% | 5 | 6.2% | 36 | 45% | 36 | 45% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Tener alguien que sea mi mejor amigo o amiga | 4 | 5% | 7 | 8.8% | 21 | 26.2% | 48 | 60% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Conocer nuevos amigos | 4 | 5% | 10 | 12.5% | 34 | 42.5% | 32 | 40% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Compartir mis juguetes con mis amigos | 9 | 11.2% | 10 | 12.5% | 33 | 41.2% | 27 | 33.8% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Hablar antes que pelearme para solucionar un problema | 5 | 6.2% | 21 | 26.2% | 25 | 31.2% | 29 | 36.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Que mis amigos me pidan consejo por algo | 9 | 11.2% | 20 | 25% | 32 | 40% | 19 | 23.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Tener una pandilla | 53 | 66.2% | 14 | 17.5% | 9 | 11.2% | 4 | 5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Me aburro mucho cuando no estoy con mis amigos | 19 | 23.8% | 37 | 46.2% | 15 | 18.8% | 9 | 11.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Me gusta ir de compras con mis amigos | 23 | 28.7% | 19 | 23.8% | 23 | 28.7% | 15 | 18.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Ser como los demás | 44 | 55% | 27 | 33.8% | 5 | 6.2% | 3 | 3.8% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Los animales son mejores amigos que las personas | 10 | 12.5% | 31 | 38.8% | 16 | 20% | 22 | 27.5% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|---------------|-------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|-------------|--------------|-----------|-------------|
| Pelear con alguien si es necesario | 25 | 31.2 % | 29 | 36.2 % | 12 | 15% | 13 | 16.2 % | 1 | 1.2 % | 80 | 100% |
| Tener muchos o pocos amigos es cuestión de suerte | 39 | 48.8 % | 31 | 38.8 % | 5 | 6.2% | 5 | 6.2% | 0 | 0 % | 80 | 100% |
| Ver el programa favorito de TV antes que jugar con mis amigos | 23 | 28.7 % | 30 | 37.5 % | 15 | 18.8 % | 12 | 15% | 0 | 0 % | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 19.69 | 24.6 % | 20.5 | 25.6 % | 19.69 | 24.6 % | 19.88 | 24.8 % | 0.25 | 0.3 % | 80 | 100% |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Los cuatro porcentajes de la tabla 13 tienen un promedio similar, que corresponde a una cuarta parte del total. Debido a este tipo de porcentajes analizaré por separado algunas afirmaciones que tienen altos porcentajes en sus respuestas y que definen una tendencia.

La cuarta afirmación “Tener alguien que sea mi mejor amigo o amiga”, con un 60% en la categoría “mucho” indica que los adolescentes consideran que es muy importante el contar con un apoyo incondicional, que les permita sentirse seguros en los distintos espacios que comparten, dentro y fuera del colegio. Los mejores amigos se convierten en los confidentes y compañeros con los que tienen un alto nivel de empatía por los gustos, intereses, valores y actividades que pueden compartir juntos.

Tener un mejor amigo/a es indispensable para todos en cualquier etapa de la vida, los amigos con el tiempo se convierten en familia. En el colegio a veces existen distanciamientos o modificación de esta etiqueta de “mejor amigo/a” por el cambio de paralelo, selección de una especialidad o por otros motivos. Todo ser humano busca en la vida tres cosas: aceptación, reconocimiento e inclusión. Estos tres factores son evidentes en el ámbito escolar porque los adolescentes pasan por diferentes etapas, al final crecen y maduran en su aspecto físico, emocional e intelectual.

Por motivos del análisis uniré dos afirmaciones, la primera habla de que no es cuestión de suerte el tener pocos o muchos amigos y la segunda menciona que es importante para ellos que sus amigos les pidan consejos. Las dos afirmaciones son complementarias porque la amistad no se logra por suerte sino que es un proceso en donde la relación empieza a crecer, las dos partes están interesadas y se identifican en varios puntos. Y la respuesta de la segunda afirmación confirma la importancia de la amistad en relación al reconocimiento y aceptación porque en un grupo de amigos cada persona cumple un rol y alimenta ese círculo con sus mejores cualidades y por ende esa persona se siente segura de sus amigos cuando le toman en cuenta para consejos sobre problemas o situaciones que si bien no le afectan pero que las comparte por cariño y solidaridad.

La seguridad con su grupo de amigos y su seguridad personal les permite reconocerse como personas únicas e invaluable. La capacidad de reflexión frente a la tendencia de modificar los comportamientos por cumplir expectativas está resuelto en la afirmación 12, cuando hablar de ser como los demás. Es fundamental que ellas/ellos conozcan e identifiquen quienes son, porque el hecho de compartir un interés no significa anular otros intereses y menos dejar de tomarlos en cuenta por complacer al resto.

La violencia estudiantil y el bulling son factores que influyen negativamente al clima escolar, las campañas gubernamentales y escolares por frenar estos abusos y maltratos tienen una acogida positiva en los jóvenes de la muestra porque en la afirmación que habla de las pandillas, más de la mitad, respondió que no está de acuerdo con la formación de las mismas.

4.4.2 *Espacios de interacción social*

Los espacios de interacción social son variados tanto dentro como fuera del colegio. Los adolescentes pueden frecuentar, paulatinamente, una mayor cantidad de lugares de acuerdo a su edad, confianza de los padres, madurez de los jóvenes, intereses del grupo de amigos, etc.

Tabla 14 – Espacios de interacción social

| ESPACIOS DE INTERACCIÓN SOCIAL | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|---|-------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|------------|-------------|-----------|-------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Jugar con los amigos fuera de casa (en el parque o en la calle) | 21 | 26.2% | 18 | 22.5% | 29 | 36.2% | 12 | 15% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Jugar con los amigos en mi casa | 6 | 7.5% | 10 | 12.5% | 25 | 31.2% | 38 | 47.5% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 13.5 | 16.9% | 14 | 17.5% | 27 | 33.8% | 25 | 31.2% | 0.5 | 0.6% | 80 | 100% |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

En los resultados de la tabla 14 tenemos dos porcentajes que sobresalen en los promedios de las categorías “bastante” con un 33,8%, y la categoría “mucho” con un 31,2%. El total de la suma de estos dos promedios es de 65%. La percepción de la muestra está enfocada en que ellos pueden compartir con sus amigos tanto dentro como fuera de la casa. Las respuestas de los hombres, durante el ingreso de los cuestionarios, fue mayoritaria a la opción de salir de la casa. Los hombres por el tipo de sociedad en la que vivimos tienen mayores libertades, menos control y más opciones para justificar sus salidas. Las mujeres tienen otros límites y por eso la opción de estar en casa con sus amigas marcó una tendencia.

Para hombres y mujeres existen diferencias en relación a sus espacios de interacción y el tipo de actividades que realicen con su grupo de amigas, estos factores están condicionados por elementos como: cultura, tipo de familia, costumbres, creencias, nivel de apertura y confianza. Los hombres y las mujeres tenemos diferentes formas de comunicarnos e interactuar, nuestros códigos, lenguajes y tipos de mensajes los vamos comprendiendo y asimilando mientras crecemos.

4.4.3 *Los intercambios sociales*

La dinámica y relaciones interpersonales surgen a partir de los intercambios sociales, en los jóvenes así como en niños y adultos son frecuentes y permanentes las exposiciones a

espacios o rutinas en donde generalmente intercambiamos ideas, intereses, valores, metas, sueños, entre otras.

Tabla 15 – Los intercambios sociales

| | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|-------------------------------------|----------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|------------|-------------|-----------|-------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| INTERCAMBIOS SOCIALES | | | | | | | | | | | | |
| Ayudar a alguien a encontrar amigos | 4 | 5% | 24 | 30% | 31 | 38.8% | 21 | 26.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Prestar mis juguetes a los demás | 8 | 10% | 29 | 36.2% | 28 | 35% | 14 | 17.5% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 6 | 7.5% | 26.5 | 33.1% | 29.5 | 36.9% | 17.5 | 21.9% | 0.5 | 0.6% | 80 | 100% |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

En énfasis en los intercambios sociales está fundamentado en el principio básico de que todo ser humano es un ser social por excelencia y aunque algunas personas no tengan una personalidad extrovertida todos estamos expuestos a diversas situaciones en donde demostramos nuestras habilidades sociales y por supuesto nuestros valores.

En la tabla 15 tenemos dos afirmaciones que han sido agrupadas para graficar el porcentaje de importancia que tiene para los jóvenes el intercambio social. Las respuestas en el promedio de las categorías “bastante”, con un 36,9% y “mucho”, con un 21,9% corresponden a un 58,8%. La mayoría de los encuestados tienen un alto nivel de receptividad frente a las necesidades de sus iguales, esto quiere decir que tiene una predisposición positiva para ayudar a sus compañeros cuando necesitan apoyo.

Por otra parte, la segunda afirmación “Prestar mis juguetes a los demás”, presenta una dualidad de respuesta ya que la categoría “poco” tiene un 36,2% y la categoría “bastante” tiene un 35%. Este tipo de respuestas determina que en el grupo los valores o niveles de solidaridad pueden ser influenciados por la educación y condición social. La edad también es un factor que ayuda a que los valores sean más prácticos porque la madurez y diversas experiencias permiten a los adolescentes conocer las reacciones positivas o negativas que tienen cuando realizan una u otra acción.

4.4.4 Actividades preferidas

En la adolescencia cada persona prueba sus diferentes gustos, actividades, pasatiempos. Es una etapa en donde queremos adquirir mayor libertad e independencia para escoger lo que nos gusta y lo que no nos gusta.

El grupo de amigos constituye un factor determinante para ser reconocido e identificar o reafirmar los intereses que cada uno tiene. En la siguiente tabla 16 están agrupadas 8 afirmaciones que mencionan distintos tipos de actividades que pueden ser consideradas como preferidas o frecuentes por los jóvenes.

Tabla 16 – Actividades preferidas

| ACTIVIDADES PREFERIDAS | Nada | | Poco | | Bastante | | Mucho | | No Cont. | | Total | |
|--|------|-------|------|-------|----------|-------|-------|-------|----------|------|-------|------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Hacer gimnasia, deporte, etc. | 3 | 3.8% | 14 | 17.5% | 21 | 26.2% | 42 | 52.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Leer libros de entretenimiento en algún momento de la semana | 26 | 32.5% | 19 | 23.8% | 22 | 27.5% | 13 | 16.2% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Estar en el parque o en la calle jugando | 10 | 12.5% | 22 | 27.5% | 30 | 37.5% | 18 | 22.5% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| Ir a algún espectáculo deportivo | 9 | 11.2% | 26 | 32.5% | 15 | 18.8% | 29 | 36.2% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Participar en las actividades de la parroquia | 19 | 23.8% | 33 | 41.2% | 13 | 16.2% | 14 | 17.5% | 1 | 1.2% | 80 | 100% |
| Me gusta participar en competiciones deportivas | 6 | 7.5% | 21 | 26.2% | 18 | 22.5% | 35 | 43.8% | 0 | 0% | 80 | 100% |
| El cine es una | 3 | 3.8% | 28 | 35% | 33 | 41.2% | 16 | 20% | 0 | 0% | 80 | 100% |

| de las cosas que prefieres | | | | | | | | | | % | | |
|--|--------------|-------------------|--------------|------------|-----------|------------|--------------|--------------|--------------|------------------|-----------|-------------|
| Es mejor gastar en libros que en otras cosas | 15 | 18.8 % | 48 | 60% | 8 | 10% | 8 | 10% | 1 | 1.2 % | 80 | 100% |
| PROMEDIO | 11.38 | 14.2 % | 26.38 | 33% | 20 | 25% | 21.88 | 27.3% | 0.538 | 0.5 % | 80 | 100% |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

El deporte, competencias, actividades al aire libre y el cine están posicionados de manera positiva como favoritos en los siguientes ítems:

Item “Hacer gimnasia, deporte, etc” con un 52,5% en la categoría “mucho”

Item “Me gusta participar en competencias deportivas” con un 43,8 en la categoría de “mucho”

Por la edad de los adolescentes y sus propios intereses es notable su inclinación hacia el movimiento, desafío, constancia, e interacción social. Mientras crecen va disminuyendo el interés por jugar al aire libre y empiezan a destacar otras actividades sociales que les permiten conocer y experimentar nuevos espacios.

Un valor que no está posicionado y que debe ser tomado en cuenta es el bajo porcentaje e interés que los adolescentes atribuyen a la lectura, en referencia al ítem “Es mejor gastar en libros que en otras cosas”, con un 60% en la categoría “poco”. Los motivos para este tipo de respuesta pueden ser varios, por ejemplo, cuando en la escuela te obligan a leer libros que no tienen un contenido interesante y que aburren; otro motivo puede ser que en el hogar no se practica este buen hábito y al no verlo lo consideran como una imposición por parte de los educadores; finalmente, el poco interés en invertir en libros de su interés demuestra el poco conocimiento que tienen frente a la amplitud de temas y diversidad de autores que existen, además, los espacios públicos para la lectura son poco atractivos, a veces descuidados y con normas muy estrictas que deben ser cumplidas.

4.5 Tecnologías más utilizadas por niños/as y adolescentes en su estilo de vida

Los adolescentes están expuestos a una infinidad de implementos o recursos tecnológicos que influyen directamente en su estilo de vida. La tecnología, sus avances e investigaciones brindan en campo de la salud soluciones favorables para el cuidado de la calidad de vida de todos los seres humanos; en el plano de la comunicación la tecnología tiene avances vertiginosos, nos acostumbramos a la innovación, a lo moderno, pero debemos tener conciencia de las implicaciones de estos cambios en nuestros hábitos de consumo de la información y el condicionamiento que implica la tecnología en nuestro diario vivir. Estamos pendientes de manera automática del teléfono celular, de las redes sociales, de las novedades en internet, no todos logramos un equilibrio sano entre la irrupción de la tecnología y nuestra vida familiar o social.

4.5.1 Computadora: internet y redes sociales

La computadora, el internet y las redes sociales son elementos esenciales en el estilo de vida de los niños, jóvenes y adultos. El nivel de acceso y la familiarización inmediata que tienen con distintos dispositivos, definen el cambio de prioridades y formas de comunicarnos en sociedad.

En la tabla 17 están los resultados generales en relación al uso y acceso a tecnología o artefactos electrónicos en distintos espacios. La tabla corresponde a la pregunta 221 del cuestionario general y era de opción múltiple.

La mayoría de las respuestas coincidió con los artículos que han sido popularizados y posicionados por el mercado y las exigencias tecnológicas que demandan cada vez su renovación e incorporación en las actividades diarias.

Gráfico 6 – Tecnología más utilizada



Los resultados generales demuestran que la tendencia es que los adolescentes usan de forma habitual elementos como: internet, teléfono celular, televisor en la habitación, videojuegos y computador portátil, como las opciones con mayor puntaje.

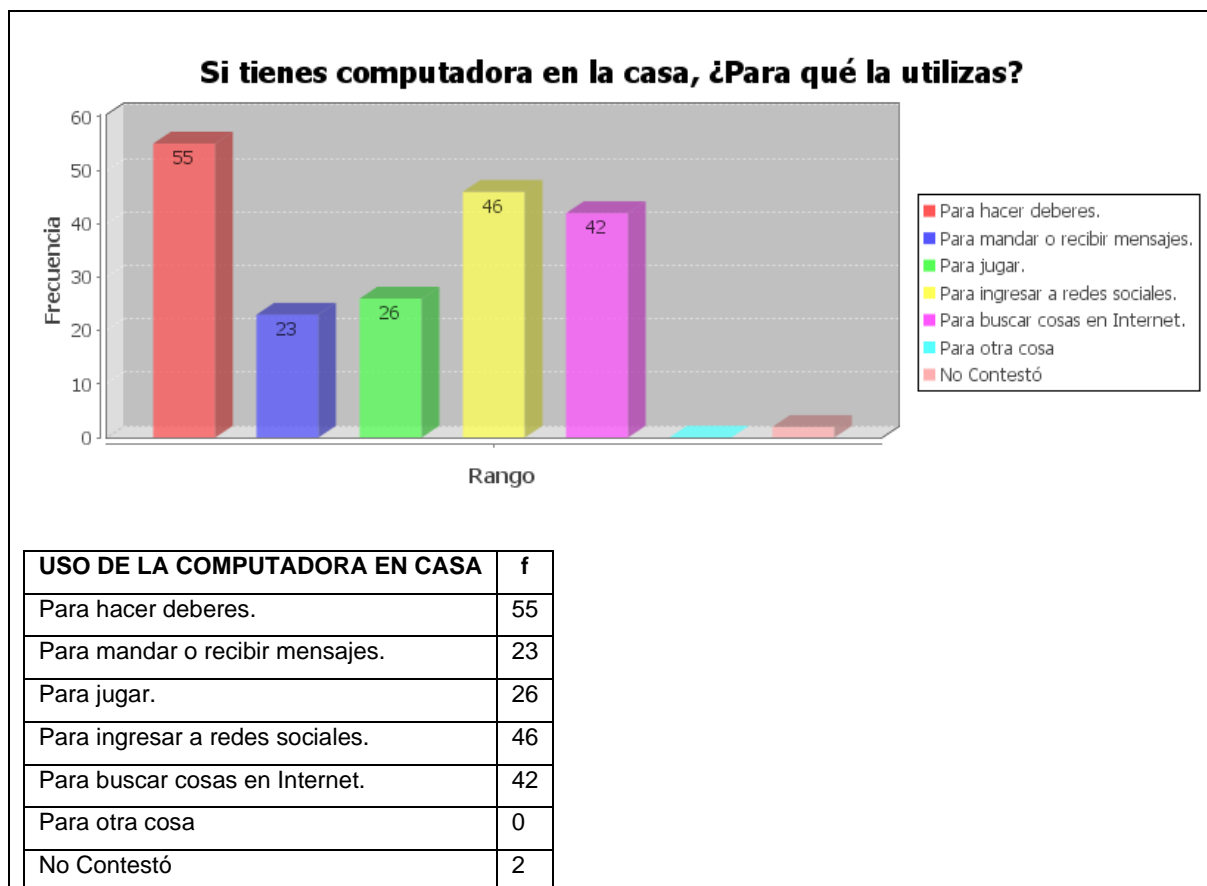
El acceso a Internet, tiene la mayor cantidad de respuestas y constituye un recurso que tiene varias alternativas de conectividad en dispositivos como: computadora, teléfono y tablet. El televisor y el teléfono celular ya no son elementos suntuarios o de accesorio de

los jóvenes, ellos los consideran como un medio para comunicarse, para conocer más allá de sus fronteras y como dicen generalmente estar “conectados”.

La computadora, el internet y las redes sociales conforman una trilogía de recursos para que los jóvenes puedan estar conectados a una globalidad que reduce el individualismo y la capacidad de que cada joven reafirme sus propios intereses o habilidades. El no estar familiarizado o conectado implica un rechazo o eliminación automática de las tendencias sociales de comunicación y de las formas de crear redes virtuales que tienen aspectos positivos y negativos a evaluar y tomar en cuenta.

La computadora era antes un instrumento de trabajo, un recurso para la oficina o para la casa cuando se hacían deberes o consultas. Ahora este aparato ha diversificado sus usos, los adolescentes tienen opciones para trabajar de mejor manera y ser más recursivos al momento de investigar o profundizar en sus técnicas de estudio o trabajo; el uso de la computadora es efectivo, eficaz y eficiente al contar con acceso a internet porque es la puerta al mundo, todo está al alcance de un “click”.

El uso de la computadora en casa tiene varios usos, entre las primeras opciones está el hacer deberes, ingresar a redes sociales y la búsqueda de información. Para ellos, en esta edad, las prioridades están marcadas, es decir, saben que deben cumplir con las tareas del colegio, que existen parámetros de calidad en los trabajos y además que las redes sociales son el mecanismo para estar en contacto con sus compañeros y amigos de manera permanente.



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Un complemento importante en la tecnología es el internet que ha simplificado el acceso, conectividad, globalización y difusión de mucha información, a veces considero que es demasiada, porque la falta de herramientas para discriminar el tipo de información genera conceptos poco sustentados o poca profundidad en un tema específico.

El internet tiene ventajas y desventajas. Entre las principales ventajas está la capacidad para conocer culturas, lugares, noticias alrededor del mundo, reduce los costos en la comunicación, te mantiene al tanto de temas puntuales, te brinda opciones de interactividad y de juegos o aplicaciones para fortalecer destrezas o conceptos.

Al hablar de desventajas tenemos: la superficialidad de contenidos, las fuentes poco confiables, los contenidos sexuales mal direccionados, la dependencia que genera el “estar conectado”, la información basura o suscripciones involuntarias.

En este apartado, debo mencionar el impacto que tiene las redes sociales. En los últimos 10 años se han diversificado y masificado las opciones de interconexión y relacionamiento virtual a través de portales como: Hi5 (inicio), Facebook, LinkedIn, Twitter, como las principales.

Las redes sociales generan comunidades virtuales, al principio este recurso era empleado para el intercambio y publicación de información personal, pero debido al gran impacto mundial, la amplia acogida y la diversidad de aplicaciones de cada una de las redes, el uso de las mismas ahora es estratégico y planificado en las empresas, por ejemplo: lo usan para mantener contacto con sus clientes, crear grupos, promociones, es otras palabras las empresas ahora se basan en las redes sociales para desarrollar e implementar su estrategia digital empresarial.

En los jóvenes las redes sociales constituyen un mecanismo fundamental para conocer su entorno social, para vincularse e interactuar con sus iguales. En las redes los adolescentes publican fotos, mensajes, comentarios, pensamientos, generan temas de debate, etc. El problema de este medio es el abuso y el mal uso que últimamente tiene este espacio virtual porque se presentan casos de acoso y *bullying*. Es casi un requisito que estés “integrado” a este medio para que seas parte de un grupo o para que sepas lo que pasa a tu alrededor.

4.5.2 Teléfono

El recurso del teléfono celular también ha sufrido un proceso de transformación, al principio eran productos con tecnología básica, resolvían lo básico, eran grandes y poco manejables; después, la evolución en tecnología permitió que los celulares sean pequeños, manejables, útiles, básicos. Finalmente, en la etapa en la que estamos ahora, los teléfonos han incrementado su tamaño, principalmente su pantalla, porque el objetivo es crear funcionalidad a través de aplicaciones para cada usuario, según sus intereses.

En los jóvenes, el uso del celular todavía sufre de forma primaria las necesidades básicas como, llamar o recibir llamadas y mandar o recibir mensajes. Durante la aplicación de las

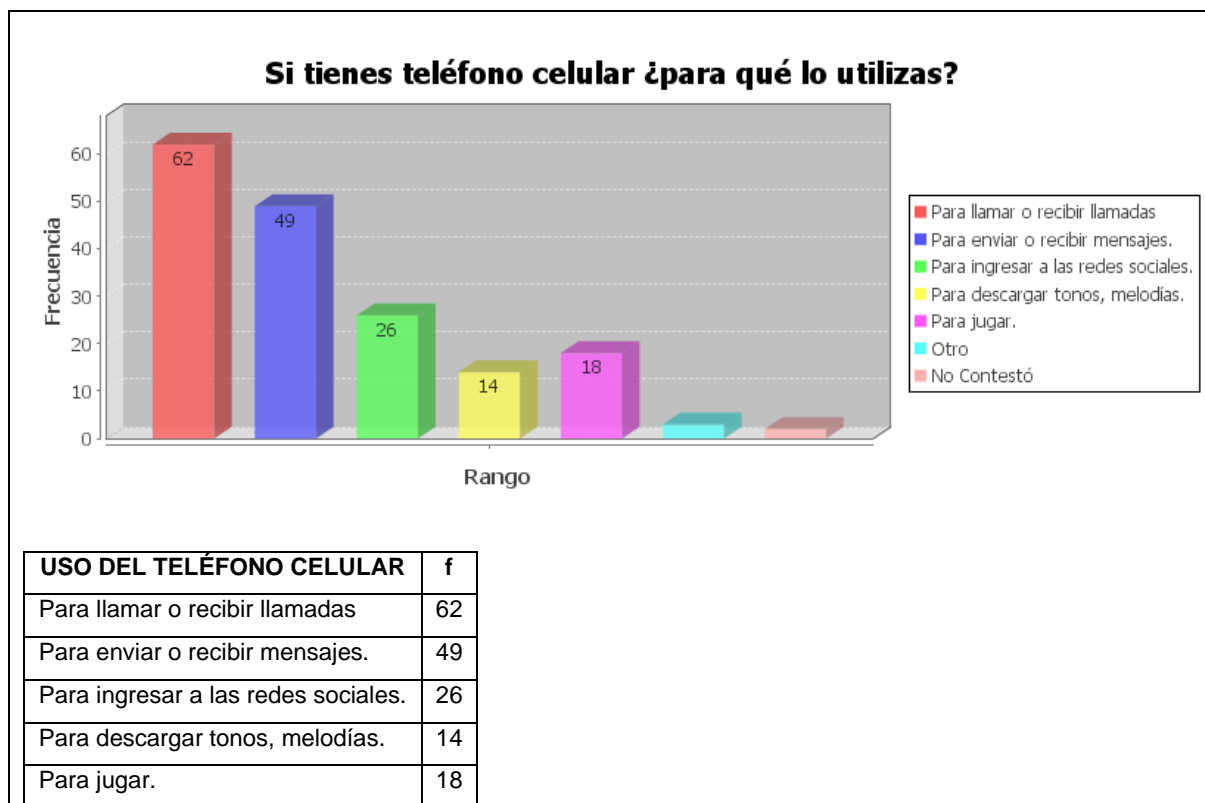
encuestas los adolescentes demostraron que sus celulares eran los básicos, en su gran mayoría.

En las siguientes tablas están graficadas las respuestas y tendencias acerca del uso del celular. La mayoría lo usa para llamadas y mensajes y la tercera opción es para redes sociales.

El uso del celular debe ser un mecanismo de comunicación, de forma prioritaria, caso contrario crearemos una dependencia tecnológica desde muy tempranas edades. Para los padres de familia el entregar un celular a los jóvenes sirve para controlar de alguna forma las actividades, amigos o necesidades de sus hijos/as.

Mientras los hijos crecen demandan mayor independencia, confianza y responsabilidad, el momento en que empiezan a tener mayor libertad, creo que también deben tener mayor responsabilidad con ellos mismo, con sus amistades y actividades.

Gráfico 8 – Uso del teléfono celular

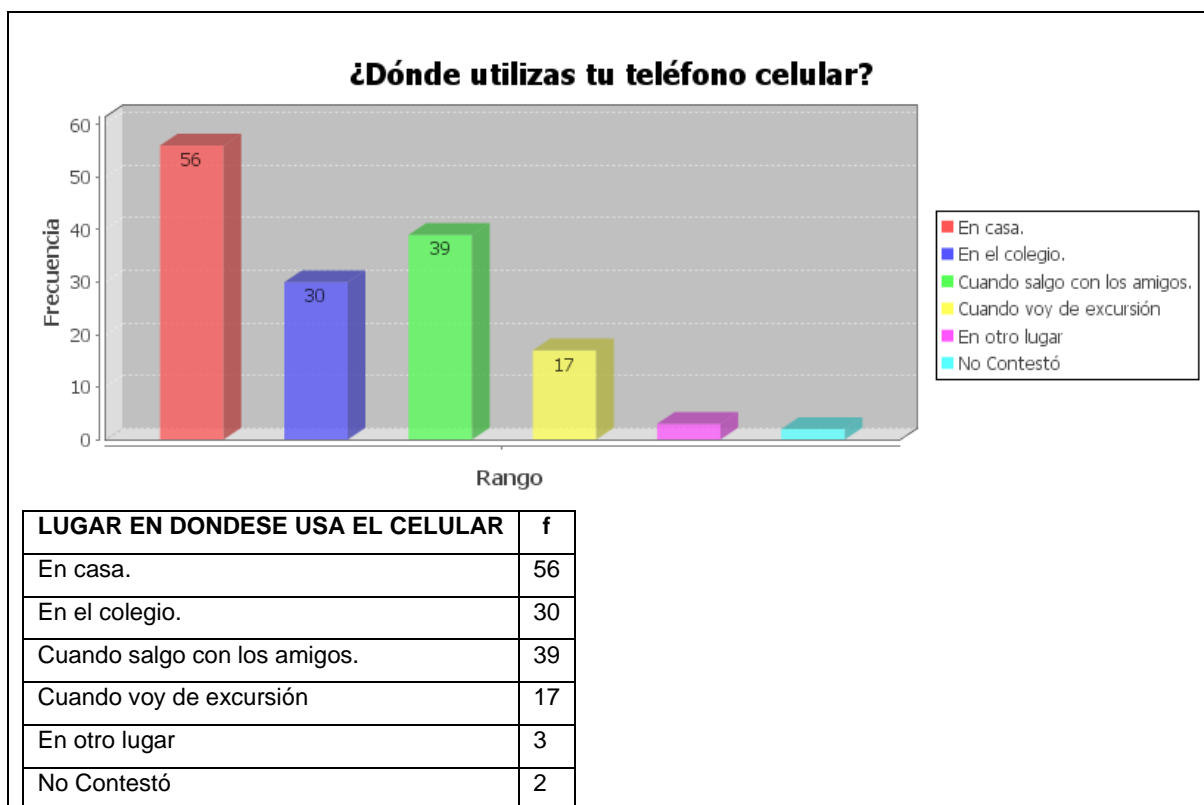


| | |
|-------------|---|
| Otro | 3 |
| No Contestó | 2 |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Por otra parte, el uso más habitual del celular es en la casa y en el colegio. Conozco de primera mano y por la observación realizada durante la aplicación de las encuestas que los adolescentes no tienen permiso para usar el celular durante las horas de clase. El panorama es más difícil de controlar cuando los jóvenes espacios en donde lo usan libremente en recesos o en los momentos de transición entre las horas de clase.

Gráfico 9 – Lugar en donde se usa el celular

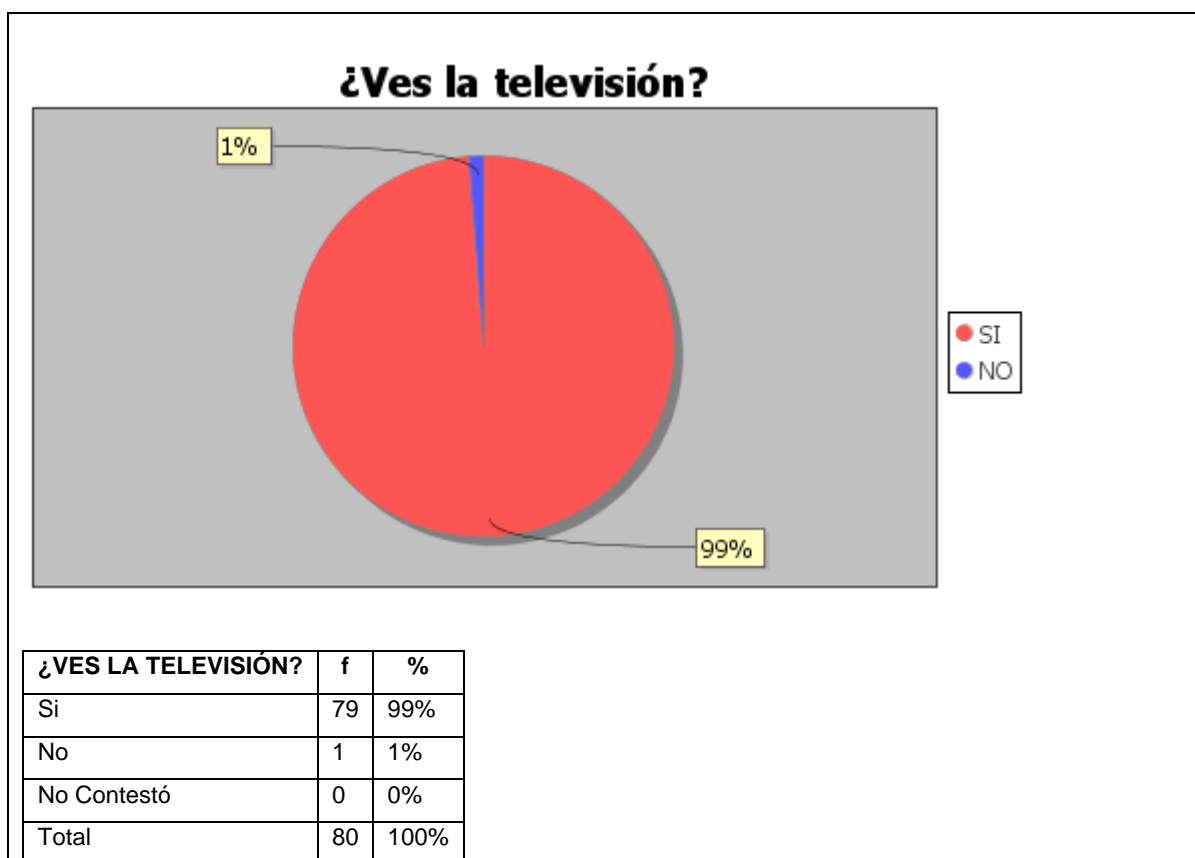


Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

4.5.3 La televisión

El medio de comunicación por excelencia es la televisión por su nivel de penetración en todos los espacios de nuestra sociedad. La respuesta en la pregunta 212 del cuestionario aplicado, que corresponde a un 99% de la opción “sí” confirma la idea previamente expuesta y que fue también desarrollada en el marco teórico del presente trabajo. Los adolescentes ven televisión como todos, de acuerdo a la edad corresponden ciertos programas e intereses.

Gráfico 10 - ¿Ves la televisión?

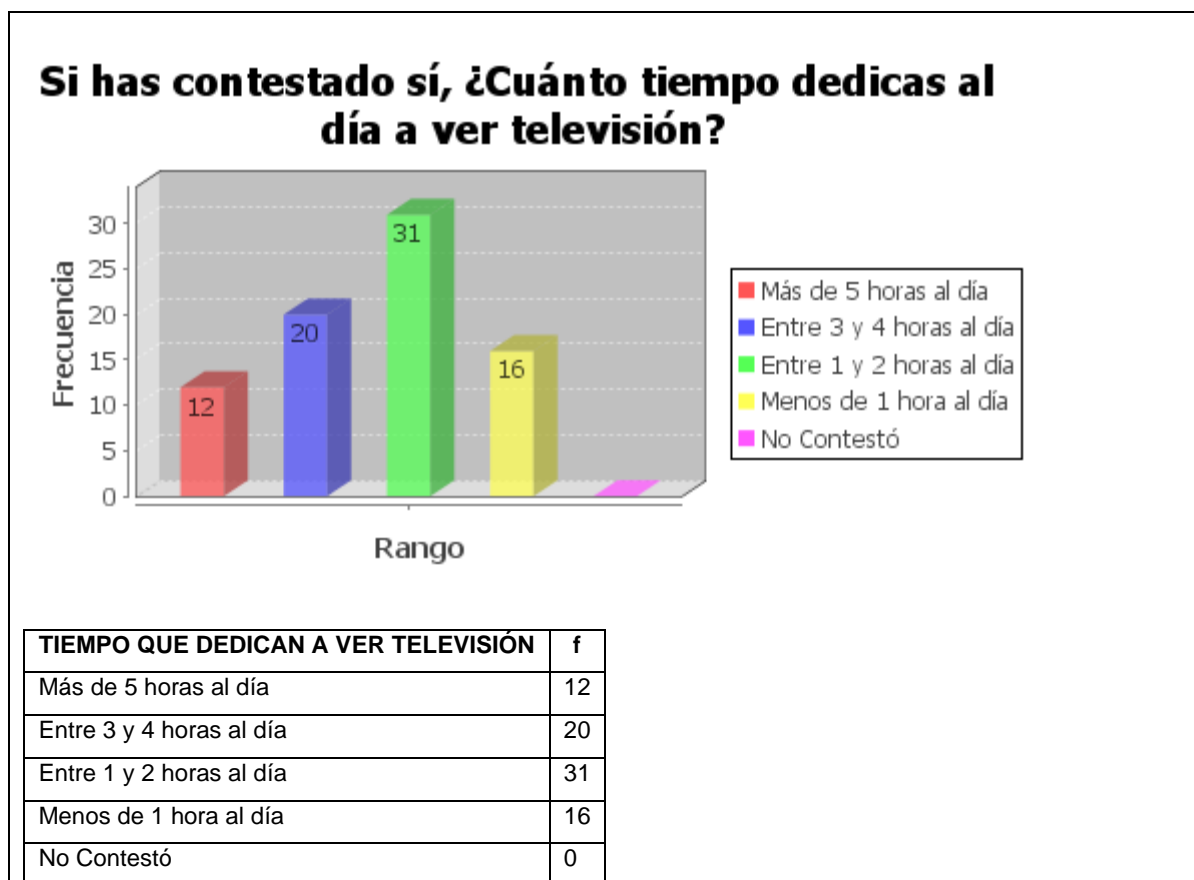


Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

El tiempo que dedican a ver televisión varía entre las respuestas de la opción dos “entre 1 y 2 horas al día”, con un total de 20 selecciones y la opción tres “entre 3 y 4 horas al día”, con un total de 31 selecciones. Estas respuestas permiten inferir que tienen por la noche tiempo libre para ver televisión o sus programas favoritos. Lo ideal es que tengan horarios

para cumplir primero con sus obligaciones del colegio, después compartir con la familia o amigos y en la noche cuando ha terminado el día pueden ver televisión.

Gráfico 11 – Tiempo que dedican a ver televisión



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La flexibilidad y adaptación es importante para que la norma no sea rechazada y que ellos puedan interiorizar que cuando organizan su tiempo pueden cumplir con todas sus actividades y además realizar algo que les guste.

Como parte del análisis de la televisión y su impacto, la pregunta 214 del cuestionario solicitaba a los chicos que marquen el canal que con mayor frecuencia miran. Las respuestas en este gráfico determinan la tendencia en relación a los canales que son seleccionados por los adolescentes. El canal nacional “Teleamazonas”, cuenta con un total de 40 respuestas y la opción de “TVCable” que agrupa la oferta de canales internacionales, cuenta con un total de 55 respuestas.

Gráfico 12 – Canal de televisión que miran con frecuencia



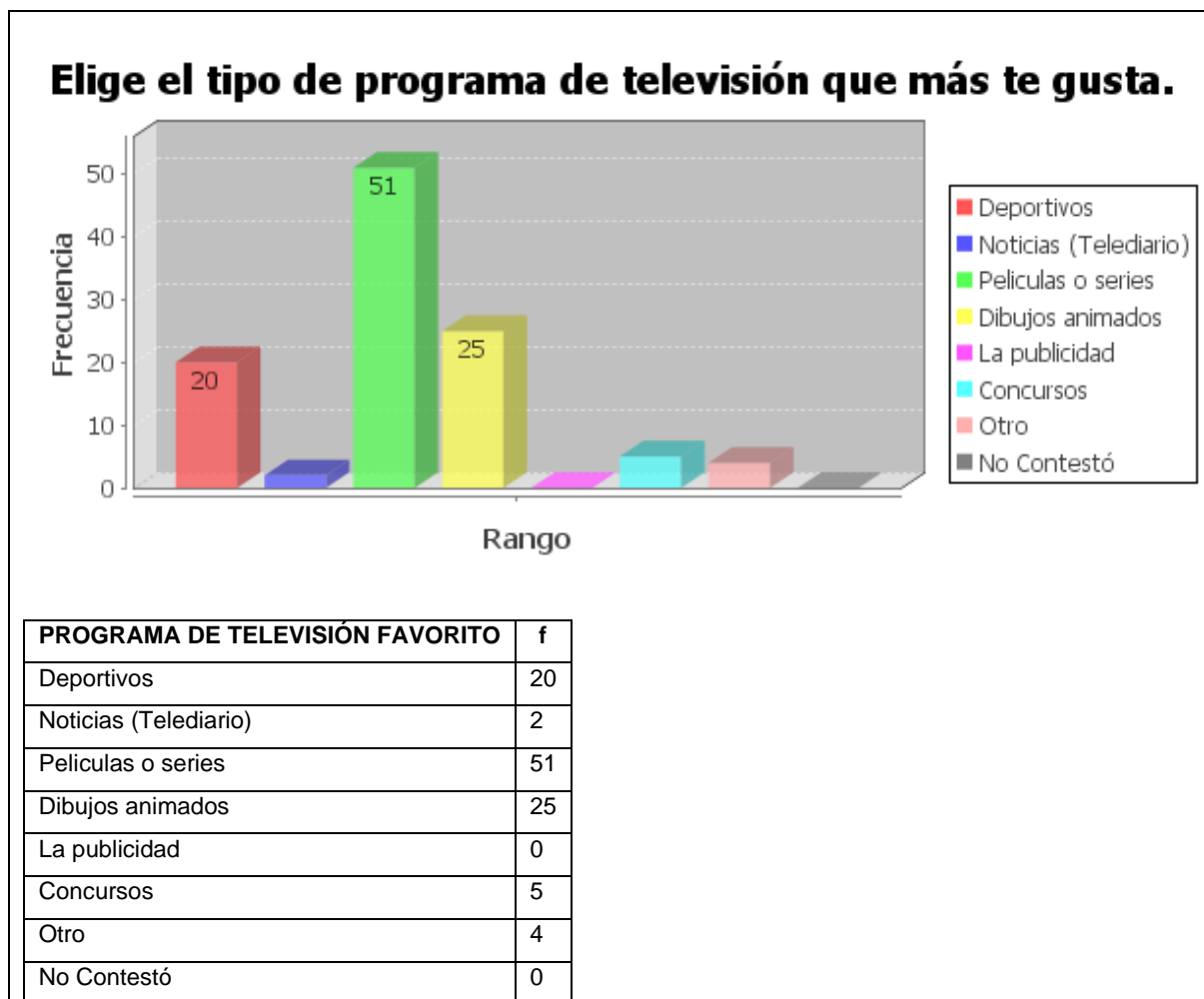
Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Este tipo de respuestas reafirma que los jóvenes son conscientes de la calidad de programación que tienen nuestros canales nacionales y que debe ser tomado en cuenta porque en su gran mayoría se inclinan por ver canales internacionales.

La programación es un factor que es constantemente evaluado en distintos espacios de la sociedad, las pocas alternativas educativas, con formatos adecuados que promuevan los valores o un conocimiento técnico o profundo sobre hechos, acontecimientos, temas de actualidad o científicos son escasas. Hay nuevas propuestas desde el Gobierno para que existan nuevos espacios para fomentar la educación con formatos atractivos, dinámicos, de alta calidad.

En el gráfico 13 las respuestas definen que las películas o series son la primera alternativa, con un total de 51, después vienen los dibujos animados y finalmente están los programas deportivos.

Gráfico 13 – Programa de televisión que más te gusta



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTP 2012

Las películas constituyen una alternativa en donde los jóvenes seleccionan, de acuerdo a sus intereses y estado de ánimo, el tipo de ficción que quieren ver. La accesibilidad en los precios y amplia oferta constituyen un aspecto positivo desde una perspectiva práctica para ellos. Por otra parte, las series de televisión en los canales internacionales ofrecen contenidos con variedad de temáticas, tienen una trama planteada y el desarrollo de la historia puede ser resuelta de manera puntual en cada capítulo o tener continuidad con un concepto global.

La opción de dibujos animados puede estar enfocada tanto desde la perspectiva en que un grupo de adolescentes todavía dedican tiempo a las series o programas con un contenido ligero y de fácil interpretación, y por otra parte, la oferta más amplia y de mayor demanda que constituyen los dibujos animados que tienen un alto contenido de violencia, armas, despliegue de estrategias de combate, lenguaje vulgar o hasta confrontación de estereotipos. Este tipo de programas deben ser direccionados o controlados, en la medida de lo posible, por los padres de familia. Si bien no podemos excluir a los adolescentes de las tendencias del mercado, si podemos direccionarlos con respecto a los criterios de realidad y ficción de los mismos.

4.5.4 La Radio

La radio es un medio de comunicación que es portable porque acompaña a su audiencia en distintos espacios de cotidianidad. Los adolescentes escuchan la radio en su casa, en el auto, en sus teléfonos móviles; ahora hay también la opción de escuchar algunas radios a través de una señal vía internet. La radio es un medio de comunicación muy diverso, que permite suplir diversos gustos, intereses o necesidades de información.

Gráfico 14 – ¿Escuchas la radio?



| | | |
|-------------|----|------|
| Si | 62 | 78% |
| No | 18 | 22% |
| No Contestó | 0 | 0% |
| Total | 80 | 100% |

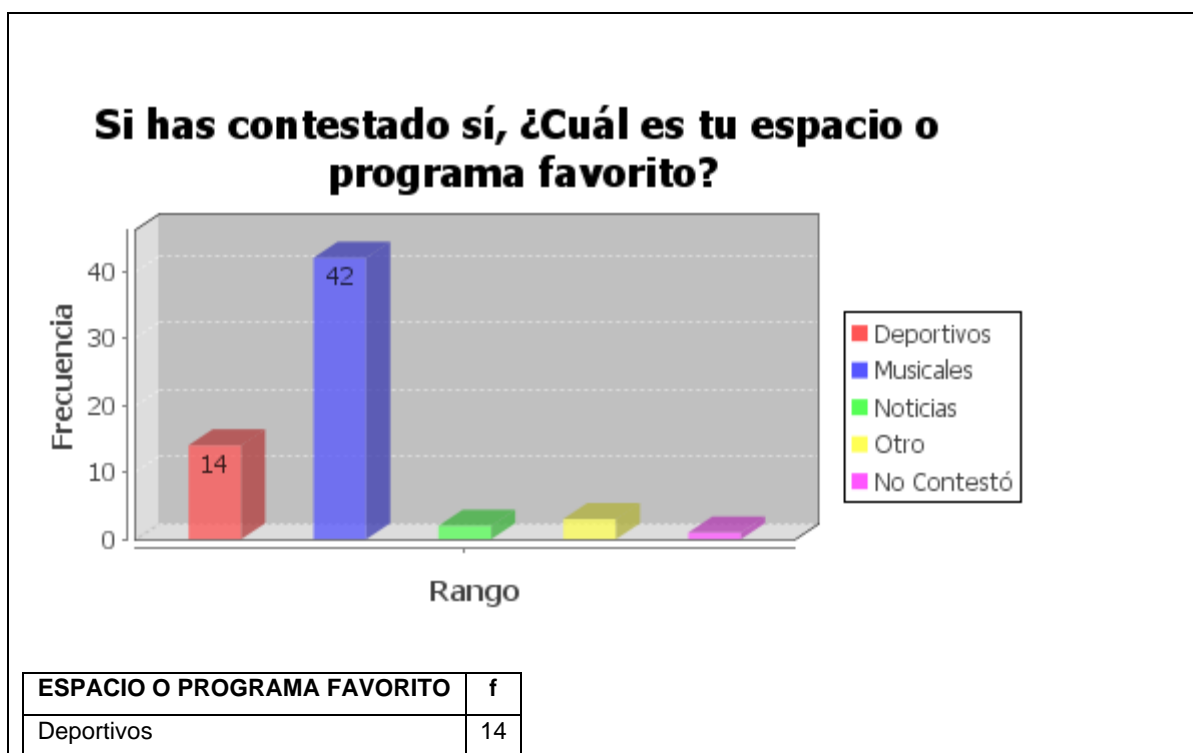
Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La radio en la juventud ha perdido espacio y vigencia porque existen reproductores electrónicos como el ipod y el celular, en donde ellos escuchan sus canciones o artistas favoritos, sin tener que escuchar música o a locutores que no son de su agrado.

La facilidad de descarga y el amplio acceso a las novedades tecnológicas inclinan a la juventud a escuchar música por otros medios más sencillos y que les permiten organizar, clasificar y reproducir de manera permanente su estilo de música.

El espacio o programa favorito de los jóvenes de la muestra son musicales y en un menor porcentaje deportivos. Esta tendencia de respuestas valida la reflexión acerca de sus intereses en relación a canciones, artistas, mezclas, etc.

Gráfico 15 – Espacio o programa favorito



| | |
|-------------|----|
| Musicales | 42 |
| Noticias | 2 |
| Otro | 3 |
| No Contestó | 1 |

Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Las características de los programas musicales son: dinámicos, frescos, lenguaje coloquial, locutores jóvenes, temas variados y positivos, energía joven. Esto les permite identificarse con un estilo de programa que está acorde con sus intereses y esta audiencia tiene un alto nivel de participación en redes sociales e interactividad.

La radio no está igual de posicionado como la televisión entre los jóvenes, pero la radio no es sustituida tampoco por los otros medios de comunicación porque tiene sus propias características y la principal es que es portable y permite a las personas llevarla consigo y mantenerse informado, aunque eso adquiere importancia con los años.

4.6 Jerarquía de valores que manifiestan actualmente los niños/as y adolescentes

El presente trabajo está enfocado en los valores que los jóvenes y su estilo de vida, durante la presentación de la fundamentación teórica fueron expuestos varios criterios acerca de la importancia y la vigencia de los valores en cada uno de nosotros y por supuesto nuestros espacios colectivos como: hogar, escuela, barrio, sociedad en general.

Los valores son transmitidos a través de experiencias significativas, por medio de la cotidianeidad, las prácticas frecuentes de nuestras figuras de apego que permiten que reforcemos nuestras convicciones en relación a la forma en como debemos comportarnos en distintas situaciones.

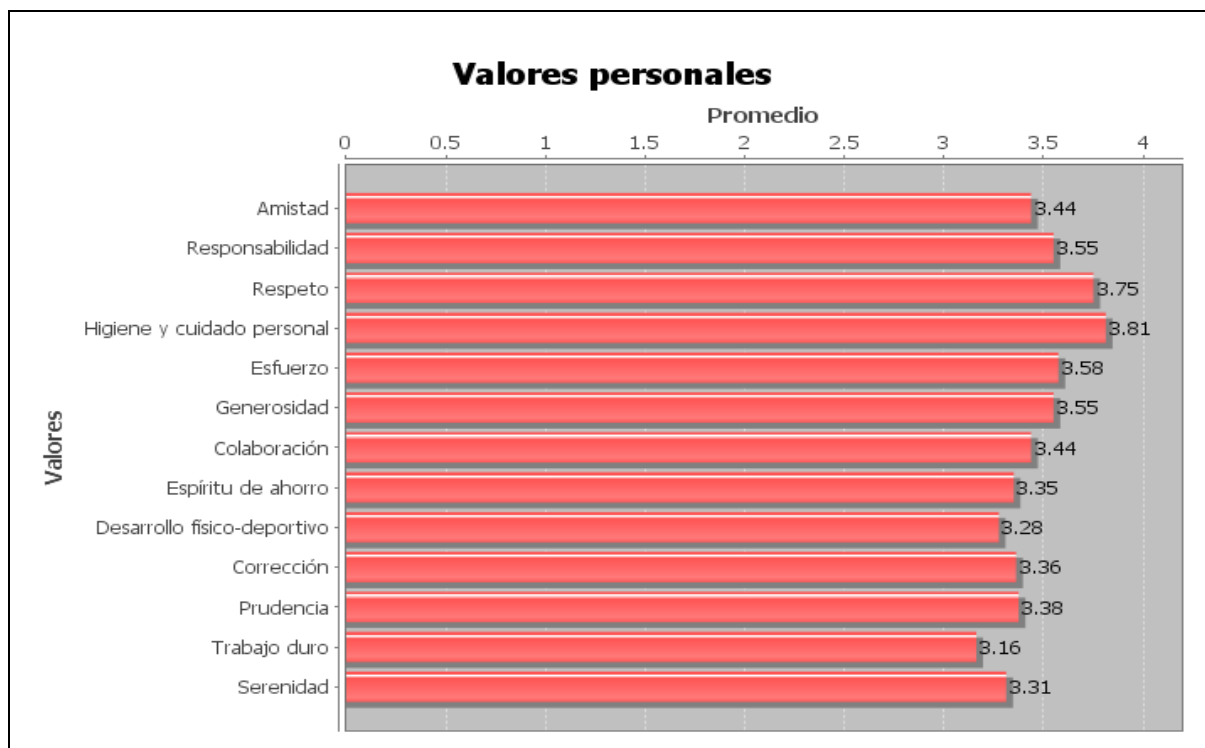
4.6.1 Valores personales

Los valores son elementos intangibles que a su vez son fundamentales para reafirmar nuestra condición de seres humanos con luz divina, capaces de razonar y ser conscientes de nuestros actos.

Existen valores y antivalores que son identificados en diversas situaciones o grupos en la sociedad. Cada persona cuenta con una escala de valores, que son evidenciados en nuestros actos diarios, en nuestras reflexiones y por supuesto en nuestras formas de razones.

El gráfico que presentamos a continuación resume de manera global los distintos valores personales que los jóvenes practican y a los que atribuyen importancia. Lo destacado de la tabla no es el promedio asignado a los 13 valores que componen la tabla sino que los rangos son parecidos y fluctúan entre 3,81 y 3,16.

Gráfico 16 – Valores personales



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

Los valores sociales como la higiene y cuidado personal y también el respeto obtienen la mayor puntuación y eso significa que existe una aceptación y exigencia de las normas básicas que permiten una correcta convivencia social. Los dos valores mencionados son elementos inherentes a las personas, no podemos dejar de expresar y practicar el respeto con nosotros mismos y con los demás; y por otra parte, el cuidado personal es un valor que nace de cada uno de nosotros por las costumbres de nuestro hogar y que en un espacio social demuestra el respeto por lo demás también.

El esfuerzo, la generosidad y la responsabilidad son valores que se transforman en el cumplimiento de metas trazadas a corto, mediano o largo plazo, el hecho de que los adolescentes califiquen como importantes estos elementos demuestran que de manera personal y familiar los practican y que han sido inculcados a través del ejemplo y de una educación consecuente entre las palabras y las acciones.

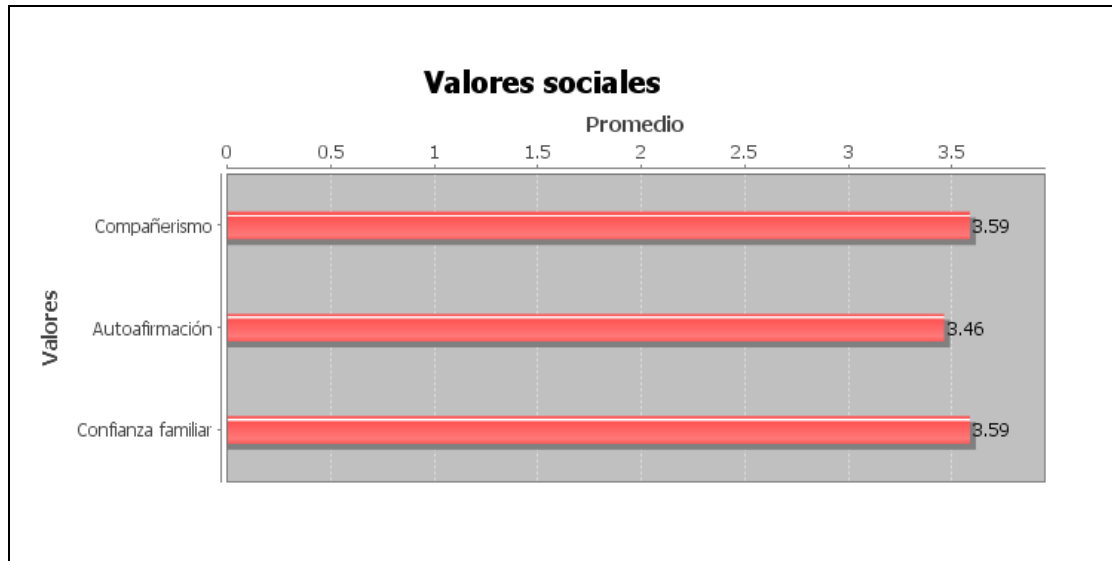
Otros valores como la amistad, colaboración, prudencia, corrección, espíritu de ahorro, desarrollo físico – deportivo constituyen factores que complementan un desarrollo integral en valores porque debemos cuidar lo que somos por dentro y por fuera, debemos aprender a ser sensatos, a conocer nuestras posibilidades, a cuidar nuestro cuerpo, a ser previsivos con el dinero.

4.6.2 Valores sociales

Los valores sociales que integran la tabla son compañerismo, autoafirmación y confianza familiar. El compañerismo entre los jóvenes les permite conocer y reconocer su igualdad y además las diversas situaciones en donde podemos ayudar a un compañero. El buen ambiente en el aula de clases potencia el nivel de recepción de los conocimientos, experiencias, trabajos grupales o experimentos.

Con respecto a la autoafirmación es un concepto que trabaja sobre varios aspectos como son: desarrollo y fortalecimiento del auto-concepto, afectividad y equilibrio emocional, estimular las cualidades y rasgos que reafirman su identidad personal, el sentido de participación y pertenencia a un grupo o varios grupos de distinto tipo, además, profundizar en el valor del amor, amistad, familia, entre otros.

Gráfico 17 – Valores sociales



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La familia es el núcleo de todas las relaciones familiares, en este espacio aprendemos las normas, valores, tradiciones, costumbres sociales. La confianza familiar permite un desarrollo positivo, integral y humano en aspectos tales como: lo intelectual, emocional y social.

La adolescencia es una etapa crítica por la transición entre niño y adulto joven, por su cambio de perspectiva, por sus nuevos intereses y demandas de independencia y de libertad para tomar sus propias decisiones. Cuando en el hogar se promueve y vive en confianza, existen espacios sanos para tratar las diferencias, llegar a acuerdos. La rebeldía o la agresividad se van a presentar seguramente, pero cuando los valores son sólidos es posible llegar a nuevos términos de beneficio colectivo para el entorno familiar.

Los padres y figuras de apego son fundamentales en todo el proceso de crecimiento y desarrollo, es nuestra responsabilidad el generar un ambiente de confianza para que las relaciones sean naturales, no perfectas, pero si sanas. Los hijos son parte de un sistema, denominado “familia” que ha sido construido por los padres, mientras los hijos son pequeños es más fácil implementar normas o reglas, pero cuando los hijos crecen ellos demandan nuevos espacios y que la vida familiar esté fundamentada en el respeto, confianza y amor. Todos los integrantes son parte de esta unidad y es responsabilidad de

los padres el cimentar valores personales, sociales y universales para que sus hijos se conviertan en personas de bien.

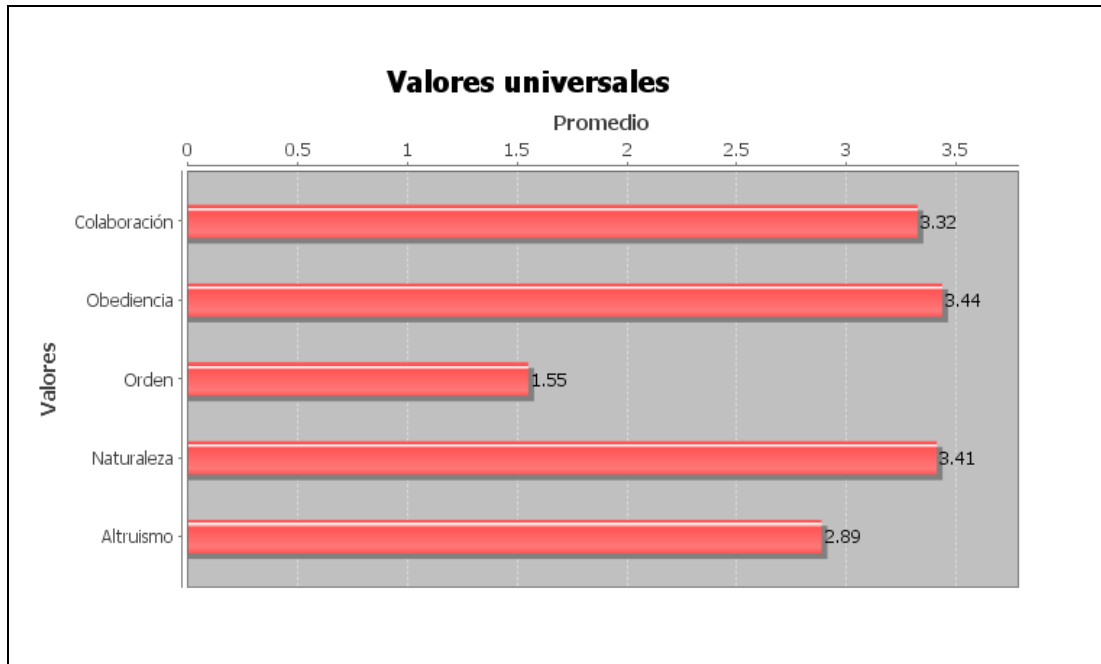
4.6.3 *Valores universales*

Los valores universales son aquellos que conforman las normas de comportamiento implícitas que son indispensables para vivir en sociedad, de manera respetuosa y armónica. Estos valores permiten que la gente se desarrolle en la diversidad, con tolerancia y reciprocidad hacia los demás.

En la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) encontramos todos los artículos que son declarados como universales por su aplicabilidad y vigencia en todas las naciones, pueblos y demás. En general mencionan derechos: generales, de carácter personal, en relación con la comunidad, de pensamiento, conciencia, religión, libertades políticas, económicas, sociales y culturales. Entre todos estos apartados tenemos: la dignidad de la persona, la justicia, la libertad, el respeto a la vida, la seguridad física y social, la felicidad y la belleza, entre otros.

Los valores universales que constan en la tabla son: colaboración, obediencia, orden, naturaleza y altruismo. El valor con el mayor promedio de respuesta es obediencia y esto significa que en el marco de las normas y convivencia social es importante que todos respetemos las reglas mínimas y básicas que establecen orden general.

Gráfico 18 – Valores universales



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

La obediencia de las normas en algunos casos es por imposición, otras por costumbre y finalmente pueden ser por consenso entre las partes. La negociación es fundamental para beneficio y bienestar colectivo. Los jóvenes asumen este valor como principal ya que consideraran fundamental para conservar el equilibrio de sus diversos sistemas, en la adolescencia no es muy frecuente ni bien visto que alguien rechace o se vaya en contra de una norma o precepto de comportamiento social, de acuerdo a la forma de protesta o al fundamento de su rechazo el resto de la sociedad y en especial los adultos le atribuyen importancia o vigencia.

La naturaleza al ser nuestro espacio en donde nos desarrollamos y de donde obtenemos todos los insumos para subsistir es un valor que en los últimos años ha sido fortalecido porque nos acostumbramos a producir de manera cíclica y no evaluamos con detenimiento el impacto que todo ese nivel de producción podría ocasionar. Las nuevas generaciones son conscientes de la importancia que debemos atribuir a la naturaleza y por sobre todo las acciones que debemos emprender para reparar de alguna forma el gran daño que le hemos ocasionado. El lema de los jóvenes es “cuidar el medio ambiente” o “no quiero tener medio ambiente sino un ambiente completo”.

La fuerza de los jóvenes, convicción, frescura de ideas, renovación de conceptos, voluntad de trabajo, desinterés por las malas prácticas sociales, interés por materializar sus ideas, trabajo en equipo y por un propósito de bienestar común son indicadores que nos permiten determinar que el objetivo general de los adolescentes es ayudar y trabajar desde su espacio, por sus ideas y convicciones. Por transmitir un nuevo mensaje a los adultos, por trabajar con conciencia para ahorrar recursos y remediar daños ambientales.

El reciclaje, por ejemplo, las nuevas alternativas que son generadas desde los espacios estudiantiles permiten reconocer la fuerza y renovación de esta tendencia que permite que todos podamos contribuir desde nuestros propios espacios para un objetivo general y positivos.

El valor de la colaboración está enmarcado en la conciencia real y práctica de que pueden obtener mejores resultados cuando trabajan de manera colectiva, de manera organizada y planificada. Este valor está relacionado no sólo con lo material o las acciones concretas sino con los aspectos emocionales que surgen en la clase, escuela, hogar, grupo de amigos, etc., por ejemplo, cuando un amigo está triste, necesita ayuda con un deber, necesita apoyo para defender su idea, quiere un consejo o quiere aprender algo que le podemos compartir.

Finalmente, tenemos el valor del altruismo este valor engloba varios ítems que estaban en el cuestionario y que permiten establecer que los ellos procuran a través de acciones el bien colectivo a pesar del suyo propio en determinadas ocasiones. Este valor, en relación a su definición, no está bien posicionado porque a veces creemos que sólo lo practican las personas con mucho dinero o que son parte de alguna fundación u organización especial.

Los jóvenes practican el altruismo con sencillez y de manera práctica, esta es la mejor manera de vivir un valor porque lo tenemos por algo vivencial y no por un elemento etéreo o fuera de nuestro alcance. La nueva propuesta en valores entre los jóvenes debe ser esa justamente, el promover que ellos vivan sus valores a través de acciones, pensamientos, ideas, propuestas, proyectos que permitan que le atribuyan utilidad y beneficio real diario,

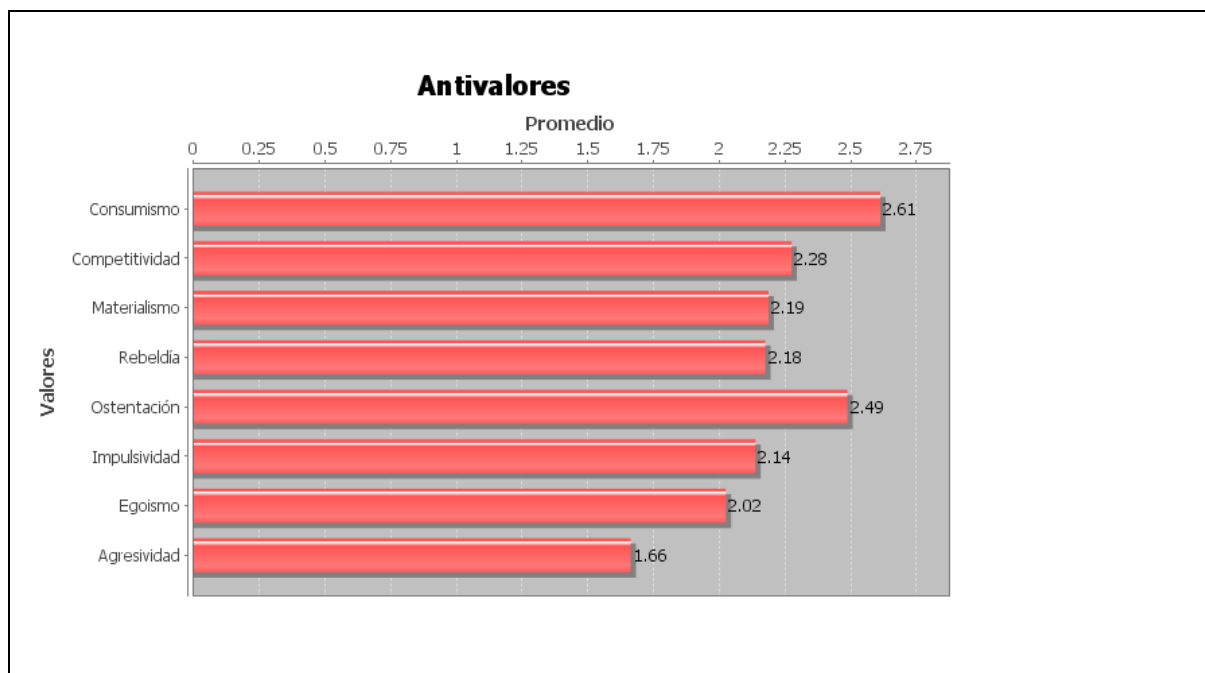
ya que de esta manera dichos valores serán interiorizados como parte de un todo y no como una instrucción o formato social a convenir.

4.6.4 Antivalores

En la vida existen siempre los opuestos y los valores no son la excepción. Estos elementos negativos constituyen formas de vida que deshumanizan y que disminuyen nuestra capacidad para ejercer y procurar el bien en todo sentido. Los seres humanos no somos perfectos y estamos expuestos a diario a este tipo de nociones que son evidentes en nuestras reacciones negativas o poco sensatas en distintas situaciones.

Los antivalores que componen la tabla son variados y en el marco de un análisis podemos unir dos respuestas que son: consumismo y ostentación. Durante el proceso de ingresar los datos y leer las respuestas de la última pregunta, llamó la atención el tipo de respuestas de los hombres en un mayor porcentaje que respondían que en navidad su mejor regalo habían sido cosas materiales. Las mujeres mostraron una mayor inclinación hacia lo intangible como: familia, amor y salud.

Gráfico 19 - Antivalores



Fuente: Sistema Nacional de Cuestionarios / SINAC – UTPL 2012

El consumismo es un factor que lamentablemente es palpable a diario en nuestra sociedad, a veces los padres por tratar de suplir las carencias emocionales y su ausencia del hogar, procuran cumplir a sus hijos todos los caprichos y exigencias porque de esta forma “equilibran la balanza” y no serán considerados como malos padres.

El problema con este tipo de comportamiento es el daño posterior que este tipo de actos produce porque los jóvenes se acostumbran a tener lo que piden al instante y a no esforzarse por una meta a corto, mediano o largo plazo. El ritmo de trabajo de los padres, las exigencias sociales de los grupos, el nivel de vida al que estamos acostumbrados demanda un gasto económico alto. Todos estos factores unidos a que los propios padres promueven que sus hijos comparen y ostenten lo que tienen no favorece a promover los valores reales y menos a concienciar el ahorro, coherencia, ahorro, gestión de recursos, gasto controlado y demás.

Si los jóvenes perciben que es muy fácil obtener lo que piden y que el dinero no es un problema porque siempre sobra, tenemos como resultado el materialismo y será muy difícil que ellos puedan interiorizar la necesidad del ahorro, la conciencia de gasto y endeudamiento, la importancia de la solidaridad, del esfuerzo personal y por sobre todo que las figuras paternas se ven desdibujadas por la ambición y la necesidad creada por cosas suntuarias que no valen lo que cuestan y más aún generan basura.

La agresividad, rebeldía, impulsividad y egoísmo pueden ser agrupados en el marco del análisis porque su centro implica la distorsión significativa de los valores como: humildad, orden, respeto y generosidad. Los jóvenes a diario están expuestos a programas o series de televisión o prácticas sociales que fomentan la fortaleza física como un valor a conservar para imponerse sobre los demás.

Por otra parte, la incoherencia entre la teoría de la escuela y las prácticas del hogar general rebeldía y agresividad en mayor medida porque no encuentran la verdad, no viven en un espacio estable o equilibrado.

Los antivalores son prácticas igual de comunes que los valores, pero está en cada uno de nosotros promover desde la práctica un modelo vivencial para que estos principios no sean modelos sino formas de vida.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- A manera de conclusiones generales del proceso de planificación y aplicación de los cuestionarios para la investigación de campo “Familia-Escuela: Valores y estilo de vida en niños/as y adolescentes” podemos afirmar que tuvo una recepción y desarrollo positivo debido a la apertura y flexibilidad por parte de los directivos, profesores y alumnos.
- Durante la aplicación de los cuestionarios se pudo observar que los jóvenes están acostumbrados a hablar de valores, que están rodeados de personas y situaciones en donde deben poner en práctica su escala y sistema de creencias. La disposición fue positiva y los comentarios en general permitieron reconocer la vigencia del tema aunque un poco trivializado en algunos casos. Los hombres demostraron tener un nivel menor de concentración frente a las mujeres.
- El tipo de familias predominante en la muestra fue de familias nucleares, esto permite definir que la sociedad está fundamentada en la composición tradicional de la misma, aun cuando el fenómeno social de familias monoparentales o extensas ha incrementado notablemente. La percepción de los roles y estereotipos familiares es positiva porque no etiquetan las actividades por el sexo sino por la capacidad de ejecución de cada uno de sus padres. Es positivo que no se haya identificado machismo o sumisión de hombres o mujeres.
- Las familias en el proceso de construcción y transmisión de valores son el núcleo y la primera fuente de interacción social en donde los niños y jóvenes adquieren a través de la experiencia significativa sus valores de manera vivencial. Los jóvenes durante la aplicación de los cuestionarios fueron directos al momento de expresar sus convicciones en relación a la familia. Consideran importante el conversar, el poder expresar sus opiniones, adquirir paulatinamente nuevos espacios para que

valgan sus criterios e ideas acerca de varios temas, algunos generales y otros específicos.

- En el ámbito de la escuela, los jóvenes tienen un fuerte sentido de responsabilidad en los estudios, ya sea por influencia o presión familiar. De la misma forma, la importancia de un buen clima escolar, la solidaridad, compañerismo y respeto entre compañeros son factores que permiten un correcto desarrollo de las actividades dentro del aula. Para los jóvenes es importante la interacción social, en el aula y fuera de ella, de tal forma que puedan conseguir reconocimiento, aceptación y gratitud. Estos tres principios permiten que la autoestima y autovaloración esté cimentada en bases sólidas que brinden recursos positivos para que los jóvenes durante su proceso de experimentación y reconocimiento no tomen decisiones equivocadas.
- Para los adolescentes es importante la construcción de relaciones respetuosas y afectivas con sus pares. Conocen los límites planteados dentro del aula y en el hogar. Las buenas o malas relaciones en el entorno familiar y escolar influyen directamente en el desempeño y rendimiento de cada joven y por otra parte, impactan en su desarrollo social y emocional.
- Los valores más relevantes en relación a la familia, escuela y grupo de amigos son: respeto, confianza, higiene y cuidado persona, esfuerzo, generosidad, amistad, responsabilidad, compañerismo, solidaridad, colaboración, aceptación, reconocimiento, sociabilidad, cuidado de la naturaleza y el entorno. El estilo de vida en la familia está definido por crear y promover la confianza para que los jóvenes se puedan desarrollar con libertad, no libertinaje ya que los límites también permiten ser coherentes/consecuentes con las prácticas diarias y las normas familiares y escolares.
- Los valores con respecto a la tecnología sea, televisión, radio, internet y otro tipo de artefactos electrónicos son diversos, algunos adolescentes están inclinados por el consumismo y materialismo en donde su principal interés es obtener lo más nuevo o lo más llamativo para compararlo con su grupo de iguales. Por otra parte,

el excesivo uso de las redes sociales, internet y tecnología difuminan el sentido real de “comunicación”. Los emisores y receptores están desdibujados, se ha distorsionado el valor de la comunicación personal e interacción. Su uso no está enfocado en un aprendizaje real o en potenciar sus habilidades intelectuales, emocionales o sociales como parte de un programa de refuerzo escolar sino que lo hacen a manera de entretenimiento y distracción.

- La valoración de las cosas materiales obtuvo porcentajes alentadores en la tabla 7 frente a la percepción que tienen acerca de hábitos de consumo en donde se busca satisfacer necesidades de vestido, alimentación y entretenimiento. Sin embargo, las respuestas de la pregunta 226, que no estaban tabuladas formalmente, demostraron una tendencia en donde frente a las épocas comerciales la percepción personal se inclina por lo valorar o pedir objetos materiales.

5.2 Recomendaciones

- Durante la aplicación de los cuestionarios pudimos percibir que los jóvenes al ver la cantidad de ítems que debían responder se desanimaban o desconcentraban e interrumpían a otros compañeros que estaban concentrados. Como sugerencia, sería oportuno evaluar la cantidad de preguntas que son insertadas en el cuestionario porque para niños y jóvenes constituye un factor negativo la extensión de un ejercicio.
- Los valores como la lectura en los adolescentes debe ser potenciada y enmarcada en una nueva estrategia para fomentarla, ya que en algunos casos los textos o tareas escolares pueden distorsionar este hábito tan positivo y recursivo para la imaginación, entretenimiento y creación.
- Debido al alto nivel de penetración y consumo de las nuevas tecnologías de la comunicación es preciso plantear nuevas estrategias para hacer uso de estas herramientas enfocadas en crear comunidad, trabajar por un propósito colectivo o campaña, fomentar la creatividad en el uso de mensajes y nuevas técnicas de aprendizaje.
- La familia y los valores son temas que no deben perder vigencia e importancia y por esto debemos como educadores y padres de familia plantear nuevos retos en las actividades, acciones, experiencias en el ámbito escolar y del hogar para vivir los valores a diario, con coherencia y en ambientes sanos.
- El consumismo en los adolescentes tiene varios vértices como por ejemplo: presión social, épocas comerciales, carencias emocionales y figuras paternas o de apego ausentes. La propuesta es generar comunidad a través de planteamientos en donde los jóvenes participen, se expresen, propongan alternativas para mejorar dichas percepciones sociales.
- La siguiente recomendación parte de un análisis del contexto, fuera de la temática puntual del trabajo pero que está latente en nuestra sociedad. La escuela como

espacio para desarrollar valores debe tomar en cuenta temas como: problemática familiar, bullying escolar, ciber-acoso, entre otros. Cada uno de los temas exige por parte de los educadores una labor integral y estratégica para generar acciones preventivas que disminuyan y promuevan la concienciación de estos actos sociales.

6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

6.1 Datos informativos

7.1.1 Título: Campaña educativa sobre valores “¡Si lo vives... lo valoras!”

7.1.2 Tipo de propuesta: Socio - educativa.

7.1.3 Institución responsable: Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”

7.1.4 Cobertura poblacional:

- Público objetivo directo: estudiantes de octavo, noveno y décimo año de educación básica
- Público indirecto: grados de educación superiores o inferiores a la muestra, autoridades y cuerpo docente.

7.1.5 Cobertura territorial: Parroquia San Antonio de Pichincha, Cantón Pomasqui, Quito -Ecuador

7.1.6 Fecha de inicio: Mayo 2012

7.1.7 Fecha final: Junio 2012

7.1.8 Fuente de financiamiento:

- Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”
- Asociación de padres de familia
- Alianzas con librerías o fundaciones para donación de libros

7.1.9 Presupuesto: indicar el costo total de la propuesta.

7.1.10 Participantes de la propuesta:

- María Isabel Chávez – ejecutora de la propuesta
- Dr. Ponceano Izquierdo – Rector del Colegio de Liga

Su colaboración será para autorizar la ejecución del proyecto

- Dra. Cumandá Vaca – Vice rectora del Colegio de Liga

Su colaboración será para coordinar las actividades de la campaña, apoyo de profesores y estudiantes.

- Profesores tutores de octavo, noveno y décimo año de educación básica

6.2 Antecedentes

Los valores son parte de nuestra vida, somos seres sociales por naturaleza y convivimos a partir de consensos en relación a las normas y comportamientos. Durante el presente trabajo se han expuesto varios criterios acerca de la importancia de los valores en la vida diaria, familiar, social, escolar, etc. Los valores se viven, son transmitidos a diario a través de experiencias significativas de las figuras de apego y son reforzados o modificados de acuerdo a los entornos sociales a los cuales nos exponemos.

A manera de referencia general en cuanto a la importancia de la educación, la política, acuerdos y tratados internacionales velan y brindan propuestas o mecanismos para que cada país que suscriba los acuerdos cumpla a cabalidad los compromisos adquiridos para trabajar de manera integral por una educación de calidad. En referencia a este tema mencionaremos el acuerdo “Marco de acción de Dakar – Educación para todos: cumplir nuestros compromisos comunes”, adoptado en el Foro Mundial sobre Educación Dakar (Senegal), 26 – 28 de abril de 2000.

Velar por que sean atendidas las necesidades de aprendizaje de todos los jóvenes y adultos mediante un acceso equitativo a un aprendizaje adecuado y programas de preparación para la vida activa

Todos los jóvenes y adultos han de tener la oportunidad de asimilar el saber y aprender los valores, actitudes y conocimientos prácticos que les servirán para mejorar su capacidad de trabajar, participar plenamente en la sociedad, dirigir su vida y seguir aprendiendo. No se puede esperar que un país se convierta en una economía moderna y abierta si determinada proporción de su fuerza de trabajo no ha terminado la enseñanza secundaria. En la mayoría de los países esto exige la expansión del sistema de secundaria. (UNESCO, 2000, pp. 16)

El análisis de datos del ámbito escolar demostraron que la muestra cuenta con bases sólidas con respecto a sus apreciaciones y percepciones de lo que significan los valores y los comportamientos que los sostienen. La responsabilidad, solidaridad, compañerismo,

trabajo en equipo, participación, respeto son valores que viven los alumnos durante sus jornadas diarias.

Cabe mencionar que dentro de la muestra no fueron expuestos en los resultados generales debilidades estructurales en la formación de los jóvenes como son: desvalorización de la familia, escuela, estudio, autoestima. El grupo evaluado y observado demostró tener bases coherentes en relación a los valores y sus vivencias. Sin embargo, con el propósito de fundamentar una propuesta de intervención se han identificado tres elementos claves que serán tratados en la campaña educativa.

El contexto actual del mundo escolar determina que existen factores como el materialismo y el bullying que deben ser tomados en cuenta al momento de proponer mecanismos de intervención, prevención y concienciación. El materialismo en la muestra se hizo evidente al momento de revisar las respuestas de la última pregunta del cuestionario en donde la mayoría de los alumnos respondió que su mejor regalo en la época navideña fueron cosas materiales y de alta tecnología. Este tema puntual fue parte de una reflexión posterior a la interpretación de resultados en donde al revisar los formularios con detenimiento las respuestas abiertas ratificaron la percepción inicial.

El factor del materialismo y el consumismo en la sociedad se hacen más evidentes en la época de Navidad a nivel mundial, no sólo en nuestro país. La presión social, los compromisos y la superficialidad a veces superan de manera notoria al verdadero sentido de compartir una nueva esperanza a nivel personal y familiar, es una época de reencuentro y renovación, con el tiempo cada persona al convertirse en adulto toma una nueva perspectiva y enfoca a esta época con menor expectativa y trata de vivirla de manera coherente y familiar. Es un reto el poder transmitir de manera temprana a los jóvenes la necesidad de concienciar el valor real de solidaridad, compromiso, familia, amistad, detalles, esperanza y renovación espiritual.

El bullying no es un tema que sea arrojado directamente por el cuestionario, sin embargo, al ser ésta propuesta un mecanismo de intervención consideramos, como sugerencia, oportuno tomar en cuenta un tema que se ha convertido en una problemática social que existe a todo nivel y que de maneras agresivas afectan la autoestima, seguridad y buen

desempeño escolar. Los casos registrados a nivel nacional durante los últimos dos años han llamado la atención de las autoridades educativas debido a la gravedad de las consecuencias que han sufrido las víctimas de este acoso verbal, físico y virtual. Una iniciativa internacional que está enmarcada en la prevención de discriminación y violencia es la Oficina de Cultura y Paz – OCP creada por la UNESCO y el Gobierno Ecuatoriano y en donde su objetivo principal es el siguiente:

La Oficina de Cultura de Paz como entidad del poder ejecutivo busca generar valores, actitudes y conductas basados en los principios de: libertad, justicia, democracia, tolerancia y solidaridad, como fundamento del proceso de desarrollo nacional. Es parte de una estrategia que busca el fortalecimiento de la democracia, el respeto a los derechos humanos y la eliminación de valores discriminatorios. (UNESCO, s.f, pp. 1).

La identificación del acoso escolar a nivel nacional como una problemática ha surgido de manera latente a todo nivel debido a las repercusiones negativas en la autoestima, rendimiento, asistencia a clases y hasta hemos lamentado la pérdida de vidas de adolescentes que no soportan el estado de angustia que todo este ambiente les provoca. Los educadores, autoridades, padres de familia deben funcionar como una cadena integral y coordinada para identificar con anticipación actitudes negativas o agresivas dentro del aula o entorno escolar para dar seguimiento y atención.

Por otra parte, dentro del análisis de los resultados un valor que debe ser fortalecido es el hábito de la lectura, que tiene antecedentes en las viejas prácticas educativas en donde la lectura era igual a memoria, los textos escolares estaban destinados a un aprendizaje mecánico sin que exista reflexión posterior o actividades que permitan reforzar significados a incentivar el aporte personal del alumno.

La política gubernamental con respecto a esta actividad que debe ser fortalecida y reforzada con textos de calidad fue implementada a partir del año lectivo 2007 – 2008 en donde inició la entrega de textos escolares gratuitos para los sistemas de educación fiscal en donde el estado tiene intervención directa. La intención del gobierno con esta acción fue poder crear mecanismos para garantizar la calidad pedagógica de las colecciones de textos escolares que debían y deben ser entregados a nivel nacional de manera

exclusivamente gratuita, mediante procesos de contratación y fiscalización transparentes. Acciones como la entrega de textos gratuitos son parte de las políticas del Plan Decenal de Educación, mencionado en el marco teórico del presente trabajo.

Una asignatura pendiente con respecto a los textos escolares es que todavía no incorporan el nuevo enfoque integral de la educación, en donde se debe tomar en cuenta la experiencia previa del estudiante y además tomarlo en cuenta de forma participativa. Los textos escolares gratuitos han registrado fallas en la explicación de contenidos, conceptos o hechos históricos. Este tipo de debilidades crea un entorno inestable para conceder a la iniciativa gubernamental el crédito que merece al incentivar e impulsar estrategias concretas en favor de la universalización del acceso a la educación básica y la disminución de la deserción de los alumnos por falta de recursos.

Como referencia podemos mencionar el artículo “UNICEF promueve la lectura” que habla acerca del índice de lectura de nuestro país.

Los niveles de lectura en Ecuador, en relación con otros países de Latinoamérica, según diversas pruebas realizadas por la UNESCO, están entre los más bajos y no responden a las necesidades de aprendizaje que tienen los niños, niñas y adolescentes del país. Por ello se hacen necesarios todos los esfuerzos que a nivel público y privado se puedan realizar para promover el hábito de la lectura. (UNICEF, sf, pp.1).

La antigua concepción de la educación tiene un impacto directo en la percepción negativa con respecto a la lectura, porque la convirtieron en una herramienta para aprender de memoria, sin analizar los intereses o posibles alternativas para cumplir los requisitos formales de la educación.

La nueva propuesta educativa que está enfocada en el reconocimiento del estudiante como sujeto activo del proceso enseñanza – aprendizaje permite plantear un reto a nivel de los hábitos de lectura en donde se puedan complementar factores como: intereses personales, tipos de lectura, nuevos espacios para este hábito, incorporación tecnológica, entre otros.

La lectura debe convertirse en un mecanismo para fomentar la creatividad, investigación, profundización en intereses personales, fortalecimiento de las nociones del lenguaje, abstracción, incremento del vocabulario, entre otras. Este es un reto importante para el Gobierno, autoridades locales, privadas, educadores y padres de familia. No se trata de reemplazar o desplazar los artículos tecnológicos que están tan posicionados en la vida diario de los adolescentes sino en lograr conexiones o mecanismos alternativas para que una actividad sea complementada por la otra.

La biblioteca (escolar, comunitaria, vecinal, municipal, etc.) está siendo repensada en sus funciones y modos tradicionales de operar, al tiempo que se exploran nuevas articulaciones entre biblioteca e institución escolar: La “metodología de rincones”, y los “rincones de lectura”, en particular, se han extendido en los últimos años, igual que las “salas de lectura”, la “bibliodoteca” o la “ludobiblioteca”, el “bibliobus” y la “bibliopanga” y otras formas itinerantes para llevar el libro y la lectura al hogar, la comunidad, la calle, el lugar de trabajo, el parque, la playa, etc. (Torres, Astorga, Samaniego, 2001, pp. 32).

Para finalizar adjuntamos un cuadro en donde se han tomado en cuenta los porcentajes con mayor representatividad y en donde están señalados los que respaldan la propuesta de intervención.

| Referencia | Categoría | Porcentaje |
|---|------------------------|--------------|
| <i>Importancia de la familia</i> | Mucho | 51,4% |
| <i>Donde se dicen las cosas más importantes</i> | En casa con la familia | 84% |
| <i>Valoración de las cosas materiales</i> | Nada | 25,6% |
| | Poco | 35,1% |
| <i>Valoración del mundo escolar</i> | Mucho | 41,6 |
| <i>Valoración del estudio</i> | Mucho | 50% |
| <i>Valoración del buen comportamiento en clase</i> | Bastante | 36,2% |
| | Mucho | 34,6 |
| <i>Valoración de las relaciones personales</i> | | |
| Hay que ayudar a las personas que lo necesitas | Mucho | 62,5% |
| Hacer cosas que ayuden a los demás | Mucho | 48,8% |
| <i>Importancia del grupo de iguales</i> | | |

| | | |
|---|-------------|--------------|
| Tener alguien que sea mi mejor amiga o amigo | Mucho | 60% |
| Tener una pandilla | Nada | 66,2% |
| Ser como los demás | Nada | 55% |
| Espacios de interacción social | Bastante | 33,8% |
| Intercambios sociales | Bastante | 36,9% |
| <i>Actividades preferidas</i> | | |
| Hacer gimnasia o deporte | Bastante | 52,5% |
| Leer libros de entretenimiento en algún momento de la semana | Nada | 32,5% |
| Participar en actividades de la parroquia | Poco | 41,2% |
| Me gusta participar en competencias deportivas | Mucho | 43,8% |
| Es mejor gastar en libros que en otras cosas | Poco | 60% |

| Referencia | Frecuencia de respuesta |
|--|-------------------------|
| Uso habitual de artefactos electrónicos | |
| Internet | 38 |
| Televisor y teléfono | 36 |
| Videojuegos | 29 |
| Computador portátil | 21 |
| Uso de la computadora en casa | |
| Para hacer deberes | 55 |
| Para ingresar a redes sociales | 46 |
| Para buscar cosas en internet | 42 |

| Referencia | Promedio |
|-------------------------------|----------|
| Valores personales | |
| Higiene y cuidado personal | 3,81 |
| Respeto | 3,75 |
| Esfuerzo | 3,58 |
| Responsabilidad y generosidad | 3,55 |
| Colaboración y amistad | 3,44 |
| Valores sociales | |
| Compañerismo | 3,59 |
| Confianza familiar | 3,59 |
| Autoafirmación | 3,46 |
| Valores universales | |
| Obediencia | 3,44 |
| Naturaleza | 3,41 |
| Colaboración | 3,22 |

| Referencia | Número de respuestas de cosas materiales | Promedio |
|---|--|----------|
| Pregunta 226: De los regalos que recibiste en navidad o reyes ¿Cuál fue el mejor? | 60 | 75% |

6.3 Justificación

La presente propuesta engloba acciones concretas para que los alumnos puedan conocer, reflexionar, opinar frente a temas como: hábitos de lectura, materialismo y como tema de contexto el bullying. Algunas acciones de la campaña están enmarcadas en formas tradicionales de emisión de mensajes y otras serán alternativas que responden al ámbito escolar y la edad de nuestro público objetivo.

Las acciones propuestas para mejorar los hábitos de lectura y la percepción del materialismo responden a la interpretación de los resultados y los cuadros que forman parte de los antecedentes. La intención es brindar mecanismos alternativos para dinamizar el trabajo sobre valores, para que no sean tratados solamente como un tema de “clase” o “vivencial” sino crear una mezcla de las dos formas para obtener actividades nuevas.

De manera adicional y como sugerencia del investigador, debido al contexto, en las acciones se ha tomado en cuenta el “bullying” que desde hace aproximadamente cinco años constituye un tema que es tratado a nivel escolar y familiar, en charlas, campañas de prevención e informativas, seguimiento de casos puntuales, entre otros.

Nuestra misión como investigadores es aportar con nuevas visiones y perspectivas integrales que permitan gestionar una logística dinámica y propositiva para vivir los valores a través de nuevas actividades que permitan la participación de los actores primarios que son los estudiantes.

6.4 Tema

Campaña educativa “Si lo vives... lo valoras”

El tema para la propuesta de intervención está enfocado en el eje “La escuela como espacio de aprendizaje en la educación en valores y el encuentro con sus pares”. El tema será desarrollar una campaña educativa para reforzar los valores en la Unidad Educativa Experimental.

El eje de la escuela como un espacio de aprendizaje ha sido seleccionado debido a la capacidad de intervención y ejecución de las acciones en dicho lugar. Adicionalmente, la escuela agrupa características específicas en donde los adolescentes pueden ejecutar y poner en marcha sus iniciativas enfocadas a temas de su interés.

La campaña educativa está compuesta por acciones concretas, en donde los adolescentes participarán de manera activa e inclusiva porque el interés no es imponer un mensaje sino construirlo con ellos para que el nivel de significación e interiorización del sea alto y permita recordarlo como una experiencia positiva.

Durante la campaña se van a tratar tres temas de forma específica, el primero será el materialismo, el segundo será los hábitos de lectura y el tercero será la prevención del bullying, que sin ser parte del cuestionario es un tema que debe ser incorporado en todas las iniciativas escolares en pro del bienestar colectivo.

La propuesta es un plan de acción enfocado en acciones interrelacionadas que construyan un mensaje positivo para fomentar durante un tiempo determinado la práctica activa de valores. Las campañas constituyen una herramienta versátil para la realización de objetivos, cada una contiene recursos y estrategias que pueden ser empleadas de manera tradicional u otras alternativas que son adaptadas y creadas para el objetivo de la campaña.

Para la planificación de una campaña existen pasos básicos que definen las decisiones acerca del tipo de campaña, recursos, productos y demás elementos para estarán

alineados con los intereses de nuestro público y por supuesto que satisfagan nuestras expectativas.

Definición del tema

Tema general: Si lo vives... lo valoras

Slogan para materialismo: Valor es distinto a precio... Recuérdalo!!

Slogan para hábitos de lectura: Un nuevo reto... Leer lo que te gusta

Slogan para la prevención del bullying: Humillar y acosar deben pasar de moda!!

Tipo de campaña: Social, ya que constituye un esfuerzo colectivo de un grupo o agente de cambio en donde el objetivo tiene como meta el bienestar o mejora colectiva. Este tipo de campaña busca influenciar o impactar de manera positiva, al público objetivo para que acepten o modifiquen determinadas ideas, actitudes o conductas respecto a su estilo de vida.

Target/público objetivo: Alumnos de octavo, noveno y décimo año de educación básica de la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”

6.5 Contexto

La propuesta de acción y puesta en marcha de la campaña estará dirigida a la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga” en donde fue realizada la investigación de base. La población específica serán los adolescentes que son parte del octavo, noveno y décimo año de educación básica.

Las instalaciones de la unidad son de primera calidad, cuenta con aulas, laboratorios, espacios verdes amplios, auditorio, salas de proyección, etc. Todos estos elementos contribuyen para que las actividades planteadas se puedan realizar sin interferir con el normal desempeño de actividades escolares de otras secciones.

6.6 Objetivos

Objetivo general:

- Establecer una propuesta integral enfocada en el área educativa para promover y fortalecer valores en la escuela como espacio privilegiado de formación para fortalecer la escala de valores de los adolescentes.

Objetivos específicos:

- Crear acciones concretas para promover los hábitos de lectura en los alumnos para motivar y mejorar los hábitos de lectura.
- Proponer mensajes significativos para reflexionar acerca del valor de las cosas materiales y el enfoque de las épocas comerciales de tal forma que los jóvenes obtengan sus propias conclusiones y definan su propio concepto social.
- Integrar a los alumnos en la construcción de los mensajes y actividades para incorporar sus percepciones y propuestas para dar continuidad a los ejes principales de la campaña como son: hábitos de lectura, materialismo y bullying.

6.7 Metodología

1. Investigación de campo / base

Realizada previamente y que brinda lineamientos generales acerca de los temas que serán en las acciones de la campaña educativa. La investigación fue realizada en la Unidad Educativa Experimental “Colegio de Liga”, a sesenta (60) alumnos de octavo, noveno y décimo año.

2. Determinación del tema en base a los datos arrojados de las conclusiones y recomendaciones de la investigación base
3. Definición del tipo de campaña a realizar, de acuerdo al tema, recursos, objetivos y actividades.
4. Definición del público objetivo para poder establecer el tipo de actividades en donde puedan estar involucrados. En este caso el *target* serán los alumnos de octavo, noveno y décimo año de educación básica del “Colegio de Liga”

5. Selección de las estrategias y actividades que corresponden de acuerdo al tipo de campaña educativa y los objetivos tanto generales como específicos planteados. Al plantear una campaña de tipo educativo se debe tomar en cuenta:
 - a. Tiempo de ejecución
 - b. Jornadas escolares
 - c. Nivel de participación para los alumnos
 - d. Espacios disponibles o accesibles para las actividades
 - e. Recursos que deben ser destinados
 - f. Tiempo en que la campaña estará al aire.
6. Definición de las etapas de la campaña:
 - a. Expectativa: Constituye la etapa previa al lanzamiento de la campaña en donde se generan mensajes alusivos al tema, sin develar el nombre real de la campaña o sus actividades específicas. Esta fase sirve para incrementar el nivel de atención y crear un ambiente de interés y curiosidad frente a las próximas actividades. El manejo de estos mensajes debe ser preciso y en espacios pre-determinados para provocar el impacto necesario y planificado.
 - b. Lanzamiento / ejecución: Constituye la etapa en donde las acciones y actividades se ponen en marcha, en los espacios determinados y dentro de la planificación. La duración de cada actividad y el tiempo en que la campaña estará al aire depende directamente de los coordinadores. El lanzamiento de la campaña es un evento interno, que se recomienda tenga un nivel de atención mayor y que concentre una cantidad de público superior, en donde se da a conocer el nombre, el objetivos, las actividades y las formas de participación del colectivo, en este caso estudiantil.
 - c. Cierre: Se trata de la fase final en donde se realiza un evento interno para concluir las actividades, en el caso de haber premios deben ser entregados y además es el momento indicado para agradecer el apoyo de los directivos y estudiantes que participaron. Posterior al cierre, se debe realizar la etapa de evaluación con los indicadores de la matriz creada.
7. Elaboración del cronograma de actividades y tiempos de ejecución.

Este cronograma debe especificar el tipo de actividad, el tiempo de duración, los recursos necesarios y los insumos o personal que debe ser empleado para ejecutarla.

8. Planteamiento de los mecanismos para evaluación de las acciones realizadas durante la campaña educativa.

6.8 Plan de acción

Para poner en marcha las actividades del presente plan se requiere que previamente exista la apertura y autorización por parte de las autoridades y profesores de los grados que participarían en las mismas.

La motivación principal para las actividades de la lectura serán evidenciables en puntos extras en pruebas de medio trimestre o parciales.

- ***Actividades***

1. **Ruleta de valores**

Se trata de un juego que consiste en ubicar en una ruleta valores, en donde atrás de cada espacio destinado a un valor se pondrán dos sobres, uno con un reto y otro con un desafío. La ruleta pasará por cada una de las aulas del público objetivo con un personaje llamativo que les brinde confianza y les ayude en el desarrollo de su actividad seleccionada. El contenido del sobre estará directamente relacionado con un determinado valor. (Ver anexo No. 3)

Para esta actividad informaremos a todo el profesorado y directivos acerca de las posibles actividades que serán contempladas en la ruleta para contar con su participación, no serán complicadas ni involucrarán una alteración considerable de las actividades normales de la jornada.

2. Casa abierta sobre el consumismo y materialismo

Se trata de un espacio que tendrá varias actividades, datos curiosos o dinámicas en donde puedan comparar la funcionalidad de un objeto sin importar su costo, en esta actividad la participación y compromiso de los estudiantes es fundamental y por esto debemos plantear el tema en el aula y pedir opciones, ideas, juegos, etc.

El objetivo es que los alumnos entiendan a través de ejemplos y actividades que en algunos casos atribuimos un valor excesivo a lo material y que en otros casos no nos damos cuenta del desperdicio que ocasionan nuestros hábitos de consumo. También se puede incorporar el mensaje del reciclaje y reutilización.

La duración de la actividad será de dos días (previo acuerdo con el profesorado y directivos) en donde los jóvenes expondrán a los estudiantes y padres de familia que visiten el espacio designado. La idea sería integrar esta actividad en la casa abierta general del colegio o en la kermesse que se realice anualmente.

El presupuesto para esta actividad será de temas generales y logísticos debido a que las iniciativas de los alumnos y diversos materiales serán tomados en cuenta cuando sea realizada la actividad.

3. “Si lees te atreves a...” “Imaginar es leer... inténtalo!” “El reto de las letras”

Se trata de una propuesta integral para el colegio, en donde se pueda ambientar un espacio, de manera conjunta con los alumnos para crear un nuevo ambiente, más relajado, con mayor comodidad, con diversos lugares para disfrutar la lectura. La inversión para esta actividad va a disminuir si es que logramos convocar a todos los alumnos del público objetivo y a sus padres para que contribuyan por grado con elementos decorativos o sillones por ejemplo.

Esta actividad está enmarcada en la necesidad de disminuir la percepción de los alumnos acerca de la lectura como una actividad obligatoria y aburrida. Lo que necesitamos es

hacer un grupo focal o lluvia de ideas para que los jóvenes planteen sus intereses y poder descubrir el tipo de libros que les interesaría.

Los libros se pueden obtener a través de auspicios, donaciones o contribuciones de los padres de familia en donde cada alumno traiga un libro acerca de temas que les interesa y hacer un juego para que lo puedan obtener. El juego consistiría en una pequeña trivía acerca del tema que les interesa para que lo puedan encontrar cerca de su aula.

4. Decoración con mensajes positivos

Esta actividad será durante la fase de expectativa y ejecución en donde se ubicarán mensajes de distintos tamaños, colores, letras con frases alusivas a los valores y con mayor enfoque sobre el materialismo, consumismo, lectura y bullying. (Ver anexo No. 4)

En la fase de expectativa los mensajes serán generales y con la imagen de la campaña, no se incluirá el nombre de la misma para no revelar detalles hasta el lanzamiento. La participación de los jóvenes en esta etapa será en una “Lluvia de ideas”, durante una hora de clase, para conocer lo que piensan de los valores, lo que les gusta, lo que no les gusta, las frases más comunes para ellos.

5. Que no te haya pasado no significa que no exista “Se puede evitar... escucha y participa”

Actividad enfocada en testimonios o charlas sobre bullying, humildad, gratitud por lo que tenemos, conciencia de lo que les pasa a otros para crear conciencia y generar prevención.

La propuesta tiene dos grupos: el primero con figuras públicas que puedan convocar la presencia y atención de los jóvenes durante una hora de clases y el segundo grupo estará compuesto por adolescentes de su edad que han sido víctimas de bullying o que tienen una condición distinta a la “normal”

6. Juego para obtener libros “Letras que caen”

Se seleccionarán dos paralelos del mismo nivel, en donde previamente se definirán dos títulos de libros (recomendable) para que los estudiantes lean durante dos semanas, en la hora de lenguaje y en su casa. La dinámica del juego será dos grupos por aula y el profesor tendrá que realizar un banco de preguntas y trivias de acuerdo a los dos títulos de libros para que los chicos puedan responder y jugar.

El juego será durante una mañana e incluirá actividades de grupo y dinámicas. Previamente, se realizarán gestiones para donaciones de libros de grandes editoriales o la compra por parte del colegio o padres de familia del curso para colgarlos o esconderlos en los patios del colegio. El juego será como una mini gincana y los premios serán libros y otros objetos representativos para los adolescentes. Los maestros tutores deberán leer los dos libros seleccionados para que puedan realizar las trivias y preguntas de la actividad.

- ***Estrategias***

1. **Grupo focal:** se trata de una estrategia para sondear y crear un precedente en el público objetivo acerca de sus percepciones y aspiraciones. En el grupo focal no se conduce el tipo de respuestas, lo que se hace es guiar la conversación para que todos participen y tomar nota de los comentarios para sacar conclusiones generales.

Si existe apertura y buena disposición del grupo se puede plantear la campaña de manera general para que sugieran y opinen, la atención, participación e inclusión de sus ideas tiene una repercusión positiva sobre los resultados generales de las iniciativas.

2. **Lluvia de ideas para las actividades colectivas:** Permite conocer diversos conceptos e ideas acerca de un determinado tema. Esta estrategia será usada para plantear los tres temas generales que nos interesa tratar: consumismo/materialismo, hábitos de lectura y bullying.

- 3. Diseño y elaboración de material gráfico para la campaña:** se trata de elaborar una imagen gráfica, junto con los estudiantes, que tenga un concepto alegre, dinámico, juvenil. El proceso para la elaboración del logotipo debe contar con palabras claves que queremos transmitir, por ejemplo: inclusión, diversidad, juventud. Los materiales gráficos de la campaña serán: (Ver anexo No. 5)

 - a. Banner / pancarta
 - b. Díptico que contenga tips o frases cortas de fácil recordación para los tres ejes
 - c. Creación de una imagen electrónica para enviarlo a los alumnos y padres de familia con los aportes de sus hijos.
 - d. Creación de un grupo en Facebook para compartir comentarios, fotografías de los alumnos
 - e. Afiches de la campaña

- 4. Observación dirigida:** servirá para identificar los espacios de reunión o de mayor convocatoria en los recesos, de tal forma que los mensajes de la fase de expectativa puedan ser ubicados ahí y obtener un mayor nivel de impacto y lectura.

- 5. Mecanismos de recordación en aulas y pupitres:** Se trata de ubicar mensajes alusivos a la campaña en las aulas y pupitres de los alumnos de manera llamativa para que se identifique la duración de la campaña; los mismos que podrán ser retirados fácilmente después de la campaña.

- 6. Refuerzo de mensajes positivos:** a través de personajes o actividades grupales en donde vivamos con el ejemplo las propuestas y podamos obtener retroalimentación para mejorar en próximas iniciativas.

- 7. Interiorización de los slogans de la campaña:** a través de experiencias significativas al momento de interactuar con personajes conocidos o admirados por ellos, también cuando puedan conversar con jóvenes como ellos que tienen una condición distinta o han pasado otro tipo de experiencias que les han ayudado a comprender y valorar lo que tienen. El mensaje no será triste o de reproche

frente a lo que uno tiene y el otro no, sino de reconocimiento desde la igualdad para que puedan ayudar o emplear de mejor manera sus recursos.

- 8. Actividades grupales y trabajo en equipo:** consiste la base para desarrollar varias de las actividades propuestas debido a que requiere por parte de los alumnos y profesores coordinación, planificación, logística, compromisos y ejecución de varias tareas que tienen una meta / propósito común de beneficio colectivo.
- 9. Ejercicios personales sobre su percepción de los valores:** realizaremos una clase participativa y reflexiva en donde podamos hablar de los valores, conceptos, significados y percepciones. Al final podemos aplicar la “Matriz para el proyecto de vida y desarrollo personal” (Terán, 2006, pp. 150), que será incorporada como anexo al final del trabajo. (Ver anexo No. 6)

6.9 Evaluación

Al finalizar la campaña se realizará una evaluación de la aceptación, participación y recordación de las distintas actividades planteadas de la siguiente forma:

- Reunión grupal para lluvia de ideas: en donde serán mencionadas algunas actividades y podremos obtener sus percepciones de manera natural
- Cuestionario de evaluación: será formulado cuatro días después de haber finalizado la campaña y sus respectivas actividades. Las preguntas tendrán una composición mixta, es decir, abiertas y cerradas para que los estudiantes puedan comentar y en una próxima ocasión tomarlos en cuenta.
- Reunión con grupo de profesores y equipo de trabajo a cargo de la campaña, en donde podremos establecer ejes de evaluación para discutir y plantear los puntos fuertes y las debilidades que deben ser mejoradas. Los ejes serán: planificación, organización, ejecución, participación, percepción.

6.10 Cronograma

A continuación las actividades establecidas para el cronograma

6.11 Presupuesto general

A continuación el cuadro que resume los costos y recursos que serán empleados en el desarrollo de las diversas actividades:

| Actividad | Recursos | Presupuesto |
|---|--|--------------|
| | | USD |
| Ruleta de valores | • Madera triplex | 10,00 |
| | • Fomex y cartulinas de colores | 4,00 |
| | • Marcadores | 6,00 |
| | • Sobres | 1,00 |
| | • Papel | 3,00 |
| | • Cuestionario de preguntas, y actividades para la ruleta | 0,00 |
| | • Premios para ganadores y equipos | 40,00 |
| | Subtotal | 64,00 |
| Casa abierta sobre el consumismo y materialismo (decoración general y logística) | • Equipos de trabajo | 0,00 |
| | • Cartulinas | 5,00 |
| | • Fomex | 5,00 |
| | • Materiales de decoración | 10,00 |
| | • Materiales para cada juego o dinámica del grupo | 10,00 |
| | • Marcadores | 3,00 |
| | • Objetos similares pero distintos en su precio: radio, televisión, lápiz, esfero, peinilla, reloj, etc. | 0,00 |
| | Subtotal | 33,00 |
| “Si lees te atreves a...” “Imaginar es leer... inténtalo!” “El reto de las letras” | • Aula designada | 0,00 |
| | • Pintura | 30,00 |
| | • Elementos de decoración llamativos | 50,00 |
| | • Puffs – artículo cómodo que se instala en la sala que tiene una consistencia blanda y de distintos colores | 400,00 |

| | | |
|--|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Sillas diversas • Mesas de lectura • Diversidad de libros varias temáticas | <p>200,00</p> <p>400,00</p> <p>400,00</p> |
| | Subtotal | 1.480,00 |
| Decoración con mensajes positivos | <ul style="list-style-type: none"> • Papel • Cartulinas • Fomex • Escarcha • Marcadores • Pinturas • Adhesivos • Artículos de decoración | <p>3,00</p> <p>5,00</p> <p>5,00</p> <p>15,00</p> <p>6,00</p> <p>6,00</p> <p>6,00</p> <p>10,00</p> |
| | Subtotal | 56,00 |
| Que no te haya pasado no significa que no exista “Se puede evitar... escucha y participa” | <ul style="list-style-type: none"> • Aula para charla • Personas para dar el testimonio • Refrigerio • Hoja de evaluación o comentarios | <p>0,00</p> <p>0,00</p> <p>30,00</p> <p>5,00</p> |
| | Subtotal | 35,00 |
| Juego para obtener libros “Letras que caen” | <ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas para conocer los intereses de lectura de los estudiantes • Mapa de ubicación de libros • Cuestionario de trivias para encontrar el lugar de los libros • Instrumentos para colgar los libros o esconderlos • Gestionar donaciones • Compra de libros para dotación y premios | <p>0,00</p> <p>0,00</p> <p>0,00</p> <p>0,00</p> <p>50,00</p> <p>300,00</p> |
| | Subtotal | 350,00 |
| TOTAL | | 2.018,00 |

6.12 Bibliografía de la propuesta de intervención

UNESCO (s.f.). Presidencia de la República del Ecuador - Oficina de cultura de paz
<http://www.unesco.org/cpp/sp/proyectos/opc.htm>

UNESCO (2000) Marco de acción de Dakar – Educación para todos: cumplir nuestros compromisos comunes.

http://www.unesco.org/education/efa/fr/ed_for_all/dakfram_spa.shtml

UNICEF (s.f.) artículo “UNICEF promueve la lectura”

http://www.unicef.org/ecuador/spanish/media_9317.htm

Terán, G., B. (2006). Como superar los Problemas de Comportamiento y Conducta en niños y adolescentes. Imprenta Visión, Quito.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Lista de referencias en orden alfabético

Adler B., R., Elmhorst M. J. (2005). *Comunicación Organizacional, principios y prácticas para negocios y profesiones*. México D.F., México. Editorial Mc Graw Hill (octava edición).

Antonietti, S. (2012). *Educación en valores*, Recuperado de:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Educacion-En-Valores/3976626.html>

Camps, V. (2009), *La educación en medios, más allá de la escuela*, Revista Comunicar, 32, 139 – 145. Doi: 10.3916/c32-2009-02-012

Constitución de la República del Ecuador – Asamblea Constituyente. (2008) Recuperado de:
<http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>

Del Pozo Lite, M. (2000). *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones*. Madrid, España; Editorial Ensa.

Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. (s.f). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres 1785 Inmanuel Kant*. Recuperado de:
<http://www.philosophia.cl/biblioteca/Kant/fundamentacion%20de%20la%20metafisica%20de%20las%20costumbres.pdf>

Garza Treviño, J., Patiño González, S. (s.f). *Qué son los valores*, Maestría en desarrollo pedagógico, Campus virtual (PDF).

Guerrero Jiménez, G. (2010). *Ética social y profesional*. Loja, Ecuador. Editorial UTPL (primera edición).

Herrera, R.M. (1998). *Clasificación de los valores*. Recuperado de
http://biblioteca.itson.mx/oa/desarrollo_personal/oa6/valores/v009.htm

Instituto Id de Cristo Redentor. (2012), *Biografía*. Recuperado de:
http://www.idente.org/index.php?option=com_content&view=article&id=184&Itemid=36

Jiménez, J. C. (2008). *El valor de los valores en las organizaciones*. Recuperado de:
<http://www.elvalordelosvalores.com/definicion/index.html>

Linde Navas, A. (2009). *La educación moral según Lawrence Kohlberg*. Recuperado de:
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/2090/209014646001.pdf>

López, T. (Ed.). (1982). *Juan Pablo II A las familias*. España, Navarra, España. Ediciones Universidad de Navarra, quinta edición.

Ministerio de Educación del Ecuador. (s.f), *Hacia el Plan Decenal de Educación del*

Ecuador 2006-2015, Recuperado de:

http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Ecuador/Ecuador_Hacia_Plan_Decenal.pdf

Ministerio de Educación del Ecuador. (2010), *Actualización y fortalecimiento curricular de la educación general básica 2010*. Quito, Ecuador. Ministerio de Educación.

Moreira, M., Cruz, M. (2000), *Medios de comunicación, interculturalismo y educación*, Revista Comunicar, 15, 114-122, Andalucía, España. Grupo Comunicar.

Ortega Ruíz, P., Mínguez Vallejos, R. (2004). *Familia y transmisión de valores*. Ediciones Universidad de Salamanca, 33-56, Murcia.

Ramos Callis, F. A. (2005). *Los valores morales: Características y papel en las condiciones actuales de Latinoamérica*. Recuperado de:
<http://www.ilustrados.com/tema/6702/valores-morales-Caracteristicas-papel-condiciones-actuales.html>

Valseca, M. P., (2009). *Los valores en la educación*, Revista digital Innovación y experiencias educativas, 19, 1- 8, Écija, Sevilla.

Vila, I. (2008), *Cuadernos de Educación – familia, escuela y comunidad*. Barcelona, España. Editorial Horsori, segunda edición.

Wikipedia. (s.f) *Ética material de valores*. En *Wikipedia*. Recuperado de
http://es.wikipedia.org/wiki/Max_Scheler

8. ANEXOS

ANEXO No. 1

Carta de autorización para aplicación de la investigación de la Unidad Educativa Experimental "Colegio de Liga"



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

Loja, septiembre 2012

Señor Doctor
Ponceano Izquierdo
RECTOR DEL CENTRO EDUCATIVO
En su despacho.

De nuestras consideraciones:

La Universidad Técnica Particular de Loja, consciente del papel fundamental que tiene la investigación para el desarrollo integral de las regiones y del país, auspicia y promueve esta tarea durante el proceso de formación de sus profesionales sobre diferentes temas de importancia y actualidad. En esta oportunidad propone el tema de investigación: "Familia-Escuela: Valores y estilo de vida en niños/as y adolescentes".

Con esta investigación aspiramos conocer los valores más relevantes en relación con los principales agentes de socialización y personalización (familia, escuela, grupo de amigos y televisión) así como el estilo de vida actual en cada uno de esos entornos de los niños/as y adolescentes del Ecuador.

Desde esta perspectiva, requerimos su colaboración y solicitamos autorizar para que el Sr. egresado de nuestra universidad en la titulación de Ciencias de la Educación pueda ingresar al centro educativo que usted acertadamente dirige, para aplicar a los estudiantes un cuestionario y recoger la información necesaria con la seriedad y validez que garantice la investigación de campo.

Seguras de contar con la aceptación a este pedido, expresamos a usted nuestros sentimientos de consideración y gratitud sincera.

Atentamente

Dra. Ruth Aguilar Feijoo
Directora del Departamento
de Educación.

Mg. Verónica Sánchez Burneo
Coordinadora General de Titulación de
la Escuela de Ciencias de la Educación.

www.utpl.edu.ec - info@utpl.edu.ec - PBR: 593 7 2570275 - Fax: 593 7 2584933 - C.P. 11 01 600
San Cayetano Alto - Loja - Ecuador



EL COLEGIO DE LIGA
UNIDAD EDUCATIVA
EXPERIMENTAL BILINGÜE
RECTORADO

Cecilia Arámbula G.
SECRETARIA
FECHA: 12-09-12

ANEXO No. 2

Listado de estudiantes de los grupos de la muestra

OCTAVO GRADO EDUCACION GENERAL BASICA "A"

| No. | Estudiantes |
|-----|------------------------------------|
| 1 | BENITEZ BUSTAMANTE GALO HUMBERTO |
| 2 | CEVALLOS VASQUEZ HERMAN ANDRES |
| 3 | CRUZ PARREÑO RUSBELL MATEO |
| 4 | DEL VALLE MOLINA STEPHANO ANDRES |
| 5 | ESCALANTE ZABALA DOMÉNICA |
| 6 | ESPIN DUQUE KENNY JOSSUE |
| 7 | GERMÁN SÁNCHEZ SERGIO MARTÍN |
| 8 | GÓMEZ MOLINA CARLOS ANDRÉS |
| 9 | GONZÁLEZ ALTAMIRANO AMARANTA |
| 10 | GORDON MAYORGA SEBASTIAN GABRIEL |
| 11 | JARA SERRANO CAMILA |
| 12 | LARA LEÓN MATEO EMILIO |
| 13 | MOLINA ROMO DAVID FRANCISCO |
| 14 | MONTÚFAR PAEZ DANIELA VALENTINA |
| 15 | MORENO BARRAGAN JOSÉ EDUARDO |
| 16 | MOYA OLIVO JOSUE MISAEL |
| 17 | ORTIZ FUEL MATHIAS GABRIEL |
| 18 | PLAZA PEÑAHERRERA MATIAS JOSÉ |
| 19 | PORRAS MURGUEYTIO NICOLE ALEJANDRA |
| 20 | RAMOS PEÑA MARTIN NICOLAS |
| 21 | RIVADENEIRA GALARZA KENDRA DOMENIK |
| 22 | SANCHEZ CASTRO CAMILA RAFAELA |
| 23 | SANTIANA BARRIGA JUAN ANDRES |
| 24 | SUAREZ GROSS MARTIN |
| 25 | TORRES TORRES JULEN SEBASTIAN |
| 26 | VILLAGÓMEZ BRAZZERO JUAN MARTÍN |
| 27 | ZUÑIGA ANDRADE MARTIN ALEJANDRO |

OCTAVO GRADO EDUCACION GENERAL BASICA "B"

| No. | Estudiantes |
|-----|------------------------------------|
| 1 | ALCIVAR SANCHEZ ARIEL FERNANDO |
| 2 | AMORES TUTIVEN JULIAN MARTIN |
| 3 | ARTEAGA VALAREZO BRANDON ALEXIS |
| 4 | BEDOYA VACA SANTIAGO DAVID |
| 5 | BUENDIA MENA DANIELA NICOLE |
| 6 | CAMACHO ZAMBRANO NICOLAS ALEJANDRO |
| 7 | CAMPUZANO ANDRADE MATEO XAVIER |
| 8 | CAPILLA ERAZO MATHIAS ISMAEL |

| | |
|----|---------------------------------------|
| 9 | CEVALLOS GUAMAN EDWIN STEVEN |
| 10 | DEL VALLE MOLINA MARTIN ALEJANDRO |
| 11 | DELGADO CABEZAS IRINA ANAHI |
| 12 | FREIRE PONCE ESTEBAN NICOLÁS |
| 13 | GARZON TORRES ESTHEFANO NICOLAS |
| 14 | JARA MARTINEZ DUVAL ISAAC |
| 15 | JARRIN JIRON NATALIE JOSETTE |
| 16 | MANZANO ALMACHI ALISON CAMILA |
| 17 | MIGUEZ FLORES AMY DAHENA |
| 18 | OBANDO GRANDA ESPARTACO DAVID |
| 19 | OLIVERA YASELGA JUAN MANUEL |
| 20 | QUIROZ TOALA SOFÍA NICOLE |
| 21 | SAMANIEGO SANCHEZ ALEJANDRO FRANCISCO |
| 22 | SANTANA CASTRO GIANNI XAVIER |
| 23 | SERRANO RODRÍGUEZ SOFÍA MICHELLE |
| 24 | VALLEJO VINUEZA ROBINSON DAVID |
| 25 | VARGAS CEDEÑO PATRICIO ALEJANDRO |
| 26 | VARGAS PALACIOS DAPHNE GUILLIANA |
| 27 | VIVERO VIVANCO CARLOS DAVID |
| 28 | ZARAGOCIN SERRANO ANNIE VALENTINA |

NOVENO GRADO EDUCACION GENERAL BASICA "A"

| No. | Estudiantes |
|-----|-------------------------------------|
| 1 | AGUAS JARAMILLO ARIEL ESTEBAN |
| 2 | ASTUDILLO CEDEÑO NIKOLAS DAVID |
| 3 | BONILLA CABEZAS ESTEBAN ANDRES |
| 4 | BRAVO TENORIO RUBEN ALEJANDRO |
| 5 | BRICEÑO MAFLA KAMILO JOSÉ |
| 6 | CAICEDO GUIJARRO NATHALIE SALOME |
| 7 | CASTILLO GRANDA MATEO JOSÉ |
| 8 | FLORES JARAMILLO MARCO GUILLERMO |
| 9 | GRANDA BRAVO KARLA SALOMÉ |
| 10 | HERRERA AVILA BORIS MATEO |
| 11 | HERRERA OCAMPO ANTHONY GERARDO |
| 12 | LOPEZ ANDRADE RAUL SEBASTIAN |
| 13 | MARQUEZ MORA JUAN FELIPE |
| 14 | OCHOA SANCHEZ JEFFRY NICOLÁS |
| 15 | OLIVO DIAZ JESSY ABIGAIL |
| 16 | ORTIZ GONZALEZ AXEL SANTIAGO |
| 17 | PÉREZ CÁRDENAS ENZO SAMUEL |
| 18 | QUISIGUIÑA NAVARRETE EMILIO GABRIEL |
| 19 | REINOSO CORDOVA MARIA BELEN |
| 20 | RIVADENEIRA COBO DOMENICA RAFAELA |
| 21 | RUIZ BAZURTO MARIO SEBASTIAN |

| | |
|----|------------------------------------|
| 22 | SANCHEZ PAZ TOMMY NICOLAS |
| 23 | TORRES ACOSTA LENIN ALEXANDER |
| 24 | TORRES COBOS CHRISTIAN ISAAC |
| 25 | TORRES CUENCA JOSÉ XAVIER |
| 26 | VIVANCO RAZA MIGUEL SEBASTIAN |
| 27 | ZAPATA ZAMBRANO MARIA GABRIELA (R) |

NOVENO GRADO EDUCACION GENERAL BASICA "B"

| No. | Estudiantes |
|-----|-------------------------------------|
| 1 | AGUILERA GUZMAN ALEXA GEOVANNA |
| 2 | ALMEIDA ORDÓÑEZ RODRIGO ALBERTO |
| 3 | BARRIGA LLORENTIS ADOLFO SEBASTIÁN |
| 4 | BASTIDAS LEÓN OSCAR ALEXANDER |
| 5 | BELMONTE TRONCOSO EDUARDA RAFAELA |
| 6 | BULLA TORRES LEONARDO ANDRE |
| 7 | GALETH MOREIRA KERLY RAFAELA |
| 8 | GORDON ANDRANGO JONATHAN FEDERICO |
| 9 | GUIJARRO ROSERO NICOLAS FERNANDO |
| 10 | HEREDIA MAYORGA MATEO NICOLAS |
| 11 | HERRERA FLORES KEVIN SEBASTIAN |
| 12 | MALDONADO ASTUDILLO TOMÁS BERNARDO |
| 13 | MENA RODRIGUEZ ESTEBAN ALEJANDRO |
| 14 | MORA BUSTOS FRANCISCO JOSÉ |
| 15 | MORENO GALARZA ESTEBAN PATRICIO |
| 16 | RICAURTE DÁVILA MARTIN SEBASTIAN |
| 17 | RIVADENEIRA GALARZA ISAAC ALEJANDRO |
| 18 | ROMERO OBANDO JUAN IGNACIO |
| 19 | SANCHEZ CORAL JUAN CRISTOBAL |
| 20 | SOTOMAYOR RECALDE MARIA EDUARDA |
| 21 | TUFIÑO SOTALIN JOSE LUIS |
| 22 | VALLE DÁVILA JULIANA SARAHI |
| 23 | VALLEJO SIGUENZA MARIA FE |
| 24 | VARGAS PALACIOS BRITANY EDUARDA |
| 25 | VILLACIS CAMPOVERDE EDUARD ESTEBAN |
| 26 | ZAPATA DONOSO SANTIAGO GABRIEL |

ANEXO No. 3

Banco de actividades y preguntas para la ruleta de valores

Indicaciones generales:

- La ruleta tendrá 6 divisiones con distintos colores, en donde ubicaremos dos sobres con distintas actividades y acertijos con respecto a los valores.
- Tendrá un soporte de madera para que los estudiantes puedan jugar y participar en las actividades.
- La ruleta tendrá premios simbólicos que pueden estar enmarcados en las recompensas académicas o pequeños “premios” en tiempo o sorpresas para los estudiantes. No se trata de cosas materiales sino de elementos significativos para los jóvenes, por ejemplo:
 - Con tu grupo de amigos salir más temprano o entrar más tarde del recreo
 - Un punto o medio punto adicional en una materia
 - Permiso para realizar una actividad sorpresa en un día rutinario
 - Organización de una salida a un espacio recreativo o interactivo.

Banco de preguntas

Nombre del valor: Generosidad

- Cuando tu compartes con otras personas de manera desinteresada, practicas el valor de _____
- Tener demasiado y compartir lo que te sobra no es un valor, se trata de compartir lo que es valioso para ti y para los demás. Dame 3 ejemplos.
- Encuentra un personaje en el colegio que generalmente tiene un trabajo que no es valorado. Ahora con un amigo, sal a buscarlo y ayúdale en su labor y luego podrás compartir un momento agradable con él en el aula.

Nombre del valor: Respeto

- Las diferencias nos hacen únicos. Todos tenemos distintas formas de ver la vida, de valorar nuestro entorno. La raza, idioma, costumbres, vestimenta, alimentación, son distintos en cada lugar pero al final todos nos merecemos _____
- Cuando un compañero te habla de manera agresiva o te hace sentir mal por algo que tienes o que no te sale muy bien, esa persona está faltándote al _____
- No importa el tamaño ni la condición social, todos nos merecemos respeto. Busca a un pequeño amiguito y acompáñalo en una tarea que para ti es sencilla y que al él o ella le cuesta trabajo. (Buscar en pre-kinder)

Nombre del valor: Amistad

- Durante nuestra vida encontramos a personas que nos acompañan en nuestras aventuras, alegrías, fiestas, deberes y los llamamos _____
- ¿Cómo se llama aquella persona que te acompaña en las buenas y las malas, que no es parte de tu familia directamente y con la que compartes muchas cosas?
- Pon en una lista 5 cosas que son importantes para la amistad

Nombre del valor: Solidaridad

- ¿No todos tenemos la oportunidad de disfrutar comodidades, como se llama el valor que nos permite ayudar a los demás en sus momentos difíciles?
- Cuando tus amigos, conocidos, vecinos o simplemente personas que lo necesitan están pasando un momento difícil, tu puedes ayudar, no sólo con cosas materiales sino con cariño, apoyo, compañía. ¿Qué valor es este?
- ¿Conoces personas que estén pasando un momento difícil? Enumera lo que podrías hacer por esa persona sin necesidad de nombrar lo que le pasa.

Nombre del valor: Higiene y cuidado personal

- Cuando hablamos de tus hábitos como: bañarse, cepillarse los dientes, peinarse, cuidar tu imagen, estamos hablando de valores de _____ y _____
- La higiene y el cuidado personal son parte de nuestra rutina diaria. Enumera 5 hábitos que tu practicas a diario.
- Algunas enfermedades se pueden transmitir por contacto o falta de cuidado personal. Conoces algunos ejemplos?

Nombre del valor: Responsabilidad

- Tus deberes, tus exámenes, arreglar tu cuarto, doblar tu ropa, ayudar en casa en las actividades que te piden son parte de tus _____
- El conocer las tareas que debes realizar, las metas escolares que debes o quieres cumplir, finalizar lo que te propones, es una muestra del valor de _____
- ¿Cómo se llama el valor que te recuerda tus obligaciones, metas personales o escolares, compromisos adquiridos?

ANEXO No. 4

Frases positivas sobre los valores – Fase de expectativa

- El respeto es una actitud del ser humano, que te permite cuidar de ti mismo, de tus semejantes y de tu entorno
- El respeto hacia lo diferente es una aceptación de tu autenticidad y de que eres ÚNICO
- La amistad es un regalo que debe ser cuidado, respetado y alimentado para que crezca y se fortalezca
- Ser solidario no es regalar lo que te sobra, sino lo que valoras
- Para ayudar no hace falta ser “grande” lo que hace falta es tener voluntad
- ¿Te has puesto a pensar cómo sería tu vida sin leer?
- Aprende de los temas que te gustan, los libros tienen diversos temas. ¡¡¡Dales una oportunidad!!!
- Cuando aprender a leer todo tiene un nuevo significado. ¿Hace cuanto no aprender algo nuevo?
- Amigos no lo son por conveniencia sino por afinidad, aprende a diferenciarlo.
- ¿Conoces el valor o el precio de las cosas?
- Te apuesto que el sonido de una canción se escucha igual en un radio que en un ipod último modelo, la diferencia material está en nuestra mente.
- El valor de las cosas materiales tiene a crecer cuando nuestra mente está enfocada en lo pasajero
- ¿Te acuerdas la última vez que te ofreciste a ayudar en casa?
- En el aula no somos iguales pero todos nos merecemos respeto
- Tu espacio en el colegio merece respeto y cariño, es tuyo
- Imagínate si no supieras leer... No podrías entender esto: “Te amo hijo/a”
- La lectura no es aburrida, a veces el tema lo es... En ti está encontrar lo que te gusta para aprender más
- Respétate a ti primero para que puedas respetar al otro
- La agresión física o verbal no te hace “cool” con los años aprenderás que ese daño en la otra persona deja una huella difícil de borrar

ANEXO No. 5
Propuestas de logotipo para campaña



ANEXO No. 6

Matriz para el proyecto de vida y desarrollo personal para el desarrollo de ejercicios personales sobre la percepción de valores.

MATRIZ PARA EL PROYECTO DE VIDA Y DESARROLLO PERSONAL

| LO QUE DEBO | Cambiar porque no me ayuda a crecer | Mantener porque me ayuda a crecer | Potencializar porque me ayuda a crecer más | PLAZO |
|-----------------------------|--|--|---|--------------|
| CONMIGO MISMO | | | | CORTO |
| | | | | MEDIANO |
| | | | | LARGO |
| CON MIS PADRES Y HERMANOS | | | | CORTO |
| | | | | MEDIANO |
| | | | | LARGO |
| CON MIS ESTUDIOS | | | | CORTO |
| | | | | MEDIANO |
| | | | | LARGO |
| CON MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS | | | | CORTO |
| | | | | MEDIANO |
| | | | | LARGO |

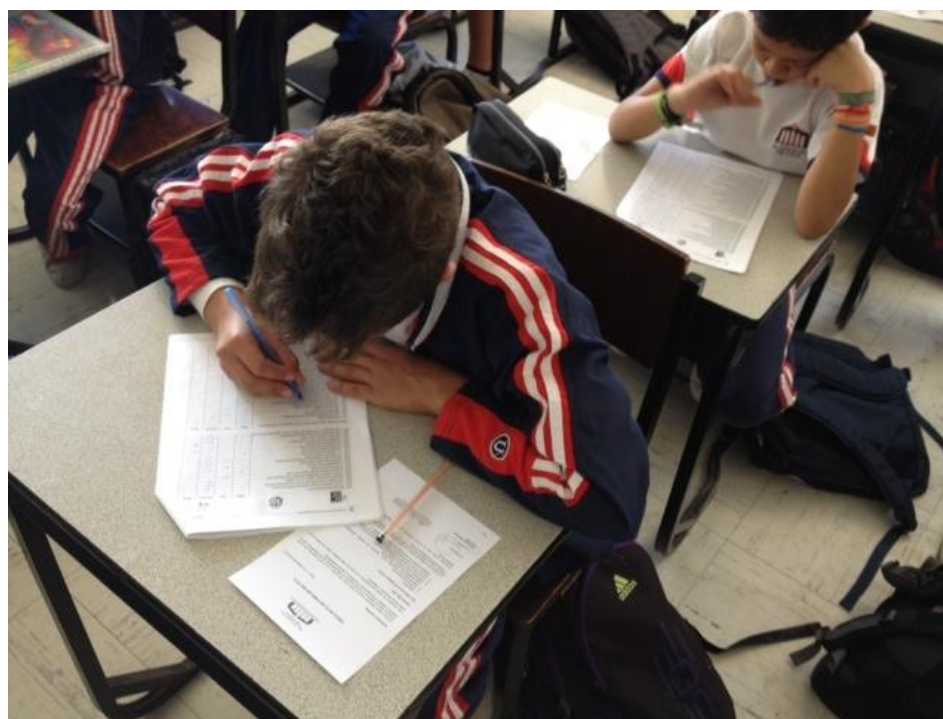
Terán Guevara, B. (2006). Como superar los Problemas de Comportamiento y Conducta en niños y adolescentes. Imprenta Visión, Quito. Página 150.

ANEXO No. 7
Fotos del grupo de estudiantes de la muestra



Fuente: Cámara personal / 2012

Autora: María Isabel Chávez Quintero



Fuente: Cámara personal / 2012

Autora: María Isabel Chávez Quintero



Fuente: Cámara personal / 2012

Autora: María Isabel Chávez Quintero



Fuente: Cámara personal / 2012

Autora: María Isabel Chávez Quintero



Fuente: Cámara personal / 2012

Autora: María Isabel Chávez Quintero



Fuente: Cámara personal / 2012

Autora: María Isabel Chávez Quintero

ANEXO No. 8

Formulario de la encuesta “Valores y estilos de vida de niños/as y adolescentes” aplicada a los estudiantes.



CUESTIONARIO: Valores y estilos de vida de niños/as y adolescentes

| | | |
|---|---|--|
| Código del Investigador | Tipo de cuestionario | Número cuestionario |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Provincia | | Ciudad: |
| Nombre Institución Educativa | | Sector: Rural <input type="checkbox"/> Urbano <input type="checkbox"/> |
| Tipo de Institución | | Año de Educación Básica: |
| Fiscal <input type="checkbox"/> Fiscomisional <input type="checkbox"/> Privado Religioso <input type="checkbox"/> Privado Laico <input type="checkbox"/> Municipal <input type="checkbox"/> | | |
| Rendimiento Académico | Excelente <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> | |

Este cuestionario nos ayudará a conocer tus preferencias, gustos y opiniones sobre la familia, amigos, diversiones y estudios. Tu opinión es muy importante y tus respuestas son totalmente anónimas. No escribas tu nombre. No debes dejar ninguna pregunta sin responder.

DATOS GENERALES:

| | | |
|---|--|----------|
| 1. ¿Cuál es tu sexo? | Varón <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> | 2. Edad: |
| 3. ¿Cuántos hermanos son, incluido tú? | ¿Qué lugar ocupas tú entre ellos? 1º <input type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input type="checkbox"/> 4º <input type="checkbox"/> 5º <input type="checkbox"/> | |
| 4. ¿Con quién vives? (selecciona una sola opción) | Con Papá <input type="checkbox"/> Con Mamá <input type="checkbox"/> Con hermanas <input type="checkbox"/> Con abuelos <input type="checkbox"/> Con Papá y hermanos <input type="checkbox"/> Con Mamá y hermanos <input type="checkbox"/> Con abuelos y hermanos <input type="checkbox"/> Con Papá y Mamá <input type="checkbox"/> Con Papá, Mamá y hermanos <input type="checkbox"/> Con Papá, Mamá, hermanos y abuelos <input type="checkbox"/> | |
| 5. ¿En qué trabajan tus padres? | PADRE: <input type="text"/> MADRE: <input type="text"/> | |

¿Cuántas veces realizas estas actividades?

| | Nunca o casi nunca | Varias veces al mes | Varias veces a la semana | Siempre o a diario |
|---|--------------------|---------------------|--------------------------|--------------------|
| 6. Ir al cine | | | | |
| 7. Ir a comer fuera de casa con mis padres | | | | |
| 8. Ir a misa | | | | |
| 9. Tocar algún instrumento con interés | | | | |
| 10. Jugar en el patio del Colegio después de clase | | | | |
| 11. Ayudar a poner o recoger la mesa en casa | | | | |
| 12. Tender la cama | | | | |
| 13. Guardar los juguetes después de jugar | | | | |
| 14. Escribir cuentos, cómics, poesías | | | | |
| 15. Escuchar música | | | | |
| 16. Jugar con los amigos fuera de casa (en el parque o en la calle) | | | | |
| 17. Merendar con los amigos fuera de casa | | | | |
| 18. Jugar con los amigos en mi casa | | | | |
| 19. Jugar a las cartas u otros juegos de mesa | | | | |
| 20. Pasar el tiempo dibujando | | | | |
| 21. Jugar en salas de juegos, recreativos o cibernéticos | | | | |
| 22. Escuchar la radio | | | | |
| 23. Usar el teléfono celular (hablar, mandar mensajes, etc.) | | | | |
| 24. Jugar con nintendo, videojuegos, maquina, etc. | | | | |
| 25. Leer por entretenimiento un rato | | | | |
| 26. Ver la televisión | | | | |
| 27. Trabajar en la computadora | | | | |
| 28. Jugar a juegos de movimiento y ejercicio | | | | |
| 29. Navegar por internet con la computadora | | | | |



Di en qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

| | Nada | Poco | Bastante | Mucho |
|--|------|------|----------|-------|
| 30. El cine es una de las cosas que prefieres | | | | |
| 31. Mis amigos hacen cosas que mis padres no me dejan hacer | | | | |
| 32. Los padres castigan a los hijos | | | | |
| 33. Me aburro cuando no estoy en el colegio | | | | |
| 34. Las reuniones familiares son un aburrimiento | | | | |
| 35. Me gusta celebrar mi cumpleaños con amigos | | | | |
| 36. Ir al trabajo es cosa de hombres | | | | |
| 37. Me gusta regalar algo cuando es el cumpleaños de alguien | | | | |
| 38. Cocinar es cosa de mujeres | | | | |
| 39. Las mejores vacaciones se pasan en el campo | | | | |
| 40. Las madres deben recoger los juguetes después de jugar los niños | | | | |
| 41. Me gusta ir de compras con mis amigos | | | | |
| 42. Me gusta lanzar juegos pirotécnicos en fiestas | | | | |
| 43. Me gusta participar en competiciones deportivas | | | | |
| 44. Cuando quiero comprar un juguete prefiero ir a una tienda conocida | | | | |
| 45. Me gusta ir de compras con mis padres | | | | |
| 46. Prefiero ir al colegio que estar en casa | | | | |
| 47. Las personas deben bañarse todos los días | | | | |
| 48. Hay que lavarse los dientes antes de acostarse | | | | |
| 49. Las mejores vacaciones se pasan en la playa | | | | |
| 50. Los animales son mejores amigos que las personas | | | | |
| 51. Me gusta ayudar en las tareas de casa | | | | |
| 52. Cuando quiero comprar un juguete prefiero ir a una tienda grande | | | | |
| 53. Me da igual la ropa que llevo con tal de ir limpio | | | | |
| 54. Los fines de semana hay que salir con la familia | | | | |
| 55. Me aburro mucho cuando no estoy con mis amigos | | | | |
| 56. Los domingos hay que ir a misa | | | | |
| 57. Lo esencial para una mujer es que tener hijos | | | | |
| 58. Mientras como veo la televisión | | | | |
| 59. Debo ser yo quien elija la ropa que debo llevar y no mi madre | | | | |
| 60. La ropa de marcas conocidas hace sentirme mejor | | | | |
| 61. Es mejor comer en una hamburguesería que en casa | | | | |
| 62. Cuando no se entiende algo en clase hay que preguntarlo siempre | | | | |
| 63. Es más divertido estar en la calle que en casa | | | | |
| 64. Prefiero quedarme en casa que salir con mis padres | | | | |
| 65. Mis padres me castigan sin motivo | | | | |
| 66. Prefiero ver la televisión que conversar durante la comida o la cena | | | | |
| 67. Estudiar primero y luego ver la televisión | | | | |
| 68. Me gusta más estar con mis padres que con mis amigos | | | | |
| 69. Prefiero estar sólo en mi habitación que con mi familia en la sala | | | | |
| 70. Me gusta ir a comer a una pizzería | | | | |

Di el grado de importancia que tienen para ti las siguientes cuestiones.

| | Nada | Poco | Bastante | Mucho |
|------------------------------|------|------|----------|-------|
| 71. Tener hermanos | | | | |
| 72. Tener dinero para gastar | | | | |



| | | Nada | Poco | Bastante | Mucho |
|------|---|------|------|----------|-------|
| 73. | Tener dinero para ahorrar | | | | |
| 74. | Disfrutar con mis amigos | | | | |
| 75. | Sacar buenas notas | | | | |
| 76. | Tener alguien que sea mi mejor amigo o amiga | | | | |
| 77. | Ser correcto, portarse bien en clase | | | | |
| 78. | Hacer lo que dicen mis padres | | | | |
| 79. | Defender mis propias ideas | | | | |
| 80. | Ser muy fuerte físicamente y que los demás lo sepan | | | | |
| 81. | Trabajar en clase | | | | |
| 82. | Que el profesor se enoje por el mal comportamiento en clase | | | | |
| 83. | Quedarse a supletorio en alguna asignatura | | | | |
| 84. | Formar parte de un equipo deportivo | | | | |
| 85. | Que alguno de mis hermanos o amigos tenga un problema | | | | |
| 86. | Pensar las cosas antes de actuar | | | | |
| 87. | Pelear con alguien si es necesario | | | | |
| 88. | Ser como los demás | | | | |
| 89. | Hablar antes que pelearme para solucionar un problema | | | | |
| 90. | Hacer muchas cosas al mismo tiempo | | | | |
| 91. | Que me castiguen en casa por algo que hice mal | | | | |
| 92. | Ver triste a mi padre o a mi madre | | | | |
| 93. | Ver el programa favorito de TV antes que jugar con mis amigos | | | | |
| 94. | Sacar buenas notas porque es mi obligación | | | | |
| 95. | Compartir mis juguetes con mis amigos | | | | |
| 96. | Llevar ropa de moda | | | | |
| 97. | Estar con los amigos después del colegio | | | | |
| 98. | Que mis amigos me pidan consejo por algo | | | | |
| 99. | Tener muchas cosas aunque no las use | | | | |
| 100. | Usar ropa de marcas conocidas y caras | | | | |
| 101. | Ser ordenado con mis cosas | | | | |
| 102. | Leer libros de entretenimiento en algún momento de la semana | | | | |
| 103. | Estudiar para saber | | | | |
| 104. | Ir a algún espectáculo deportivo | | | | |
| 105. | Ver la televisión por la noche | | | | |
| 106. | Tener los discos de moda en mi casa | | | | |
| 107. | Ir al campo y disfrutar de la naturaleza | | | | |
| 108. | Que mis padres tengan un auto caro | | | | |
| 109. | Visitar museos | | | | |
| 110. | Hacer gimnasia, deporte, etc. | | | | |
| 111. | Conocer nuevos amigos | | | | |
| 112. | Participar en las actividades de la parroquia | | | | |
| 113. | Que mis padres jueguen conmigo | | | | |
| 114. | Hablar un rato con mis padres en algún momento del día | | | | |
| 115. | Que mi profesor sea simpático | | | | |
| 116. | Estar en el parque o en la calle jugando | | | | |
| 117. | Estar con mis padres los fines de semana | | | | |

Di en qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

| | | Nada | Poco | Bastante | Mucho |
|------|---|------|------|----------|-------|
| 118. | El dinero es lo más importante del mundo | | | | |
| 119. | Es mejor gastar en libros que en otras cosas | | | | |
| 120. | Para sentirse bien como persona, hay que conocer a otra gente | | | | |
| 121. | Hay que aceptar los problemas con tranquilidad | | | | |
| 122. | Es un placer ayudar a la gente | | | | |
| 123. | Cada persona tiene lo que se merece | | | | |



| | | Nada | Poco | Bastante | Mucho |
|------|--|------|------|----------|-------|
| 124. | No hay felicidad sin dinero | | | | |
| 125. | Tener muchos o pocos amigos es cuestión de suerte | | | | |
| 126. | Las cosas ocurren igual, por mucho que queramos evitarlo | | | | |
| 127. | Cuando hago planes, seguro que los cumplo | | | | |
| 128. | Quien triunfa y tiene éxito es porque ha trabajado duro | | | | |
| 129. | La suerte es lo que más cuenta en la vida. | | | | |
| 130. | Todo el mundo es malo | | | | |
| 131. | Los mayores van a lo suyo | | | | |
| 132. | Quien pega primero pega mejor | | | | |
| 133. | Hay que estar dispuesto a trabajar por los demás | | | | |
| 134. | Los ricos lo consiguen todo | | | | |
| 135. | La fuerza es lo más importante | | | | |
| 136. | Mi padre siempre tiene razón | | | | |
| 137. | Los mayores no entienden nada | | | | |
| 138. | El mundo es de los jóvenes | | | | |
| 139. | Cualquier persona debe ser respetada | | | | |
| 140. | Mi madre siempre tiene razón | | | | |
| 141. | Hay que ayudar a las personas que lo necesitan | | | | |
| 142. | Me da igual ir a una tienda de "Todo x 1 usd " que a otra que no lo es | | | | |

Indica el valor que tienen para ti las siguientes afirmaciones

| | | Nada | Poco | Bastante | Mucho |
|------|--|------|------|----------|-------|
| 143. | La familia ayuda | | | | |
| 144. | En el colegio se pueden hacer buenos amigos | | | | |
| 145. | Mis padres me tratan bien | | | | |
| 146. | Me gusta el colegio | | | | |
| 147. | Me da miedo hablar con mis padres | | | | |
| 148. | Estoy mejor en casa que en el colegio | | | | |
| 149. | Cuando las cosas van mal, mi familia siempre me apoya | | | | |
| 150. | Mis padres respetan mis opiniones | | | | |
| 151. | Mis padres se preocupan por mí | | | | |
| 152. | Sacar buenas notas es muy importante para mis padres | | | | |
| 153. | Cuando tengo problemas pido ayuda a mis padres | | | | |
| 154. | En la escuela hay demasiadas normas | | | | |
| 155. | Cuando hago algo bien mis padres lo notan y están satisfechos | | | | |
| 156. | A mis padres les cuesta darme dinero | | | | |
| 157. | En la familia se puede confiar | | | | |
| 158. | Me gusta empezar un nuevo curso | | | | |
| 159. | Confío en mis hermanos o amigos cuando tengo problemas | | | | |
| 160. | Mis compañeros respetan mis opiniones | | | | |
| 161. | Mis padres me regalan algo cuando saco buenas notas | | | | |
| 162. | Mis padres confían en mí | | | | |
| 163. | En clase se puede trabajar bien | | | | |
| 164. | Mis padres me regañan o castigan cuando lo merezco | | | | |
| 165. | Los profesores prefieren a los que se portan bien | | | | |
| 166. | Los profesores te animan a estudiar más | | | | |
| 167. | Me gusta intervenir y participar en clase | | | | |
| 168. | Mis padres nos tratan por igual a los hermanos | | | | |
| 169. | Cuando hago algo bien, mis profesores me lo dicen | | | | |
| 170. | Al llegar a casa tengo que dar explicaciones sobre dónde he estado | | | | |
| 171. | Mis padres son duros conmigo | | | | |



| Di en qué grado te gustan las siguientes cosas. | Nada | Poco | Bastante | Mucho |
|---|------|------|----------|-------|
| 172. Prestar mis deberes, apuntes o esquemas | | | | |
| 173. Ayudar a alguien a encontrar amigos | | | | |
| 174. Darle ánimos a un amigo triste | | | | |
| 175. Hacer siempre lo que yo quiera | | | | |
| 176. Decir la verdad aunque pueda perder un amigo | | | | |
| 177. Hacer deporte para tener amigos | | | | |
| 178. Que los demás se fijen en mí | | | | |
| 179. Cambiar continuamente de juegos | | | | |
| 180. Estar en lo mío | | | | |
| 181. Estudiar para aprobar | | | | |
| 182. Hacer trabajos en grupo en el colegio | | | | |
| 183. Estudiar para ser importante en la vida | | | | |
| 184. Mantener mis juguetes en perfecto estado | | | | |
| 185. Prestar mis juguetes a los demás | | | | |
| 186. Prestar dinero aunque no pueda recuperarlo | | | | |
| 187. Competir jugando | | | | |
| 188. Guardar bien mis juguetes para que no me los dañen | | | | |
| 189. Jugar al fútbol, baloncesto, ..., aunque perdamos | | | | |
| 190. Trabajar sólo para conseguir dinero | | | | |
| 191. Tener una pandilla | | | | |
| 192. Que alguien hable mal de mis amigos | | | | |
| 193. Tener muchos juguetes para que vengan a casa a jugar | | | | |
| 194. Hacer cosas que ayuden a los demás | | | | |
| 195. Ser mejor en los deportes que en los estudios | | | | |
| 196. Hacer deporte para estar bien físicamente | | | | |
| 197. Conseguir lo que me propongo, aunque sea haciendo trampas | | | | |
| 198. Cuando no estoy de acuerdo con algo lo digo | | | | |
| 199. Jugar por jugar, sin importar quien gane | | | | |
| 200. Callarme lo que pienso porque puede no gustarle a un amigo | | | | |
| 201. Esforzarme al máximo cuando hago deporte | | | | |
| 202. Estudiar para saber muchas cosas | | | | |
| 203. Participar en juegos en que todos ganan | | | | |

Otros datos.

| | | | |
|------|--|---|--|
| 204. | ¿Cuánto tiempo dedicas a estudiar o hacer los deberes los días de clase? | Más de 5 horas al día <input type="checkbox"/> Entre 3 y 4 horas al día <input type="checkbox"/> | Entre 1 y 2 horas al día <input type="checkbox"/> Menos de 1 hora al día <input type="checkbox"/> |
| 205. | ¿Te gusta leer? | Sí () | No () |
| 206. | De los siguientes tipos de lectura, señala la que más te gusta | Cómics () Aventuras () Ciencia-ficción () | Policíacas y detectives () Poesía () |
| 207. | ¿Eres socio de algún club, asociación, parroquia, grupo juvenil, organización, | Sí () | No () |
| 208. | Si has respondido sí, ¿Cuál? | | |
| 209. | ¿Con qué frecuencia vas a esa organización? | Nunca o casi nunca () Varias veces al mes () Varias veces a la semana () | Siempre o a diario () En vacaciones () |
| 210. | ¿Escuchas la radio? | Sí () | No () |
| 211. | Si has contestado sí, ¿Cuál es tu espacio o programa favorito? | Deportivos <input type="checkbox"/> Noticias <input type="checkbox"/> | Musicales <input type="checkbox"/> Otros, ¿cuáles? <input type="checkbox"/> |
| 212. | ¿Ves la televisión? | Sí () | No () |



| | | | |
|------|---|---|---|
| 213. | Si has contestado sí, ¿Cuánto tiempo dedicas al día a ver televisión? | Más de 5 horas al día () Entre 3 y 4 horas al día () | Entre 1 y 2 horas al día () Menos de 1 hora al día () |
| 214. | ¿Qué canal de televisión ves más a menudo? | Teleamazonas () Ecuavisa () Telerama () Santavisión () | Telesistemas () TV. Cable () Video/DVD () Otros, ¿cuáles? |
| 215. | Elige el tipo de programa de televisión que más te gusta. | Deportivos () Dibujos animados () Películas o series () Noticias (Telediarío) () | La publicidad () Concursos () Otros, ¿cuáles? |
| 216. | Escribe el nombre de los 3 programas de televisión que más te gusten, indicando la canal que los emite. | 1..... 2..... 3..... | TV..... TV..... TV..... |

Ordena las siguientes actividades del 1 al 10, según tus preferencias

Por un número en cada recuadro: 1 es lo que más te gusta y 10 lo que menos.

| | | |
|------|--|--|
| 217. | <input type="checkbox"/> Escuchar la radio <input type="checkbox"/> Estudiar <input type="checkbox"/> Ver la televisión <input type="checkbox"/> Salir a jugar con los amigos al aire libre <input type="checkbox"/> Jugar con maquinitas (videoconsola, videojuego, e | <input type="checkbox"/> Leer <input type="checkbox"/> Ir a ver un espectáculo deportivo (partido, etc.) <input type="checkbox"/> Utilizar la computadora para hacer cosas <input type="checkbox"/> Utilizar el teléfono celular. <input type="checkbox"/> Jugar a las cartas u otros juegos de me |
|------|--|--|

Para terminar:

| | | | |
|------|--|---|--|
| 218. | ¿Cómo considerarías tu rendimiento escolar en relación con el de tus compañeros/as? | Excelente, uno de los mejores () Mejor que la mayoría () Igual que la mayoría () | Por debajo de la mayoría () Pobre, uno de los peores () |
| 219. | ¿A qué hora sueles acostarte los días de clase? | | |
| 220. | ¿En dónde crees que se dicen las cosas más importantes de la vida? | En casa, con la familia () Entre los amigos/as () En los medios de comunicación (periódicos, TV, radio, etc.) () | En el colegio (los profesores) () En la Iglesia () En otro sitio, ¿cuál? () En ningún sitio () |
| 221. | ¿Cuáles de las siguientes cosas utilizas de forma habitual, aunque no sean tuyas? | Televisor en tu habitación () Teléfono celular () Videojuegos () Cámara de fotos () Reproductor de DVD () Cámara de video () Computadora personal () Computadora portátil () | Internet () TV vía satélite/canal digital () Equipo de música () MP3 () Tablet () Bicicleta () Otras, ¿Cuáles? |
| 222. | Si tienes teléfono celular ¿para qué lo utilizas? | Para llamar o recibir llamadas () Para enviar o recibir mensajes () Para ingresar a las redes sociales () | Para descargar tonos, melodías () Para jugar () Para otra cosa, ¿Cuál? |
| 223. | ¿Dónde utilizas tu teléfono celular? | En casa () En el colegio () Cuando salgo con los amigos () | Cuando voy de excursión () En otro lugar, ¿Cuál? |
| 224. | Si tienes computadora en la casa, ¿Para qué la utilizas? | Para hacer deberes () Para mandar o recibir mensajes () Para jugar () | Para ingresar a redes sociales () Para buscar cosas en Internet () Para otra cosa, ¿Cuál? |
| 225. | ¿Qué prefieres comer y tomar para refrigerio? | Salchipapas () Fruta () Yogurt () Sanduches () Otro, ¿Cuál? () | Jugos () Agua () Refresco (coca cola, etc.) () Bebida energética () Otro, ¿Cuál? () |
| 226. | De los regalos que recibiste en Navidad o Reyes, ¿Cuál es el más importante para ti? | | |

Muchas gracias por tu colaboración

ANEXO No. 9

Carta entrega – recepción del Informe Final de Investigación a la Unidad Educativa Experimental Bilingüe “El Colegio de Liga”.

ACTA RECEPCIÓN- ENTREGA

Quito, 30 de abril de 2013

La **Unidad Educativa Experimental Bilingüe “El Colegio de Liga”**, deja constancia de la recepción del Informe Final de Investigación: **“Familia-escuela: Valores y estilo de vida en niños y adolescentes”**, realizada en nuestra entidad educativa, por parte de la Srta. María Isabel Chávez Quintero, para constancia firman.

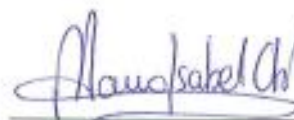
Lic. Ponciano Izquierdo, MSc.

 RECTOR
 “EL COLEGIO DE LIGA”
 Unidad Educativa Experimental Bilingüe

Msc. Ponciano Izquierdo

RECTOR

CI: 1702285138



María Isabel Chávez Quintero

ALUMNA

CI: 171423661-7