



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Técnica Particular de Loja.

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

**LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN
EN LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DEL PUYO.**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTOR:

RAMOS GUANGA DIEGO FERNANDO

DIRECTOR DE TESIS:

LIC. LUNA OCAMPO FERNANDO

CENTRO UNIVERSITARIO PUYO

2010

CERTIFICACIÓN

Lic. Fernando Luna

DOCENTE DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICA:

Que el presente trabajo realizado por el estudiante Diego Fernando Ramos Guanga, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Puyo, 06 de abril de 2010

f).....

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo, son exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Nombre: Diego Fernando Ramos Guanga
CI. 160038004-0

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Diego Fernando Ramos Guanga 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 de la Universidad”.

.....

Sr. Diego Ramos

AUTOR

AGRADECIMIENTO

A Cristo, Juan 15:5 Jesús dijo: sin mí nada podéis hacer.

Y lo creo con fe y verdad, sin Él esto no se hubiese cumplido ya que Él es dueño de los sueños y propósitos para cada uno de nosotros.

A mi amigo y confidente El espíritu Santo por su ayuda y por mantenerme en el camino correcto.

A mi familia que siempre se han mostrados interesados en que este proyecto se cumpla, como parte de uno de mis sueños en la vida.

A Lorena y Rosalba por su paciencia, generosidad y tiempo que han hecho vital este trabajo.

A mi Director de Tesis Lic. Fernando Luna por su calidad de persona profesional, de guía y generosidad para llevar adelante este logro importante.

DEDICATORIA

Dedico con todo mi amor a mi papá JEHOVÁ por darme sabiduría, Proverbios 2:6 porque Jehová da la sabiduría, Y de su boca viene el conocimiento y la inteligencia.

Luego a mis padres que me han sabido apoyar a pesar de las adversidades económicas, que con su amor y comprensión me han dado confianza para llegar al final.

A mis compañeros de radio Interoceánica por su apoyo, sus palabras de motivación para cumplir a cabalidad.

ÍNDICE

CONTENIDOS	Pág.
Certificación	i
Autoría	ii
Acta de cesión de derechos	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Índice de Contenidos	vi-x
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2-5
MARCO TEORICO	
CAPITULO I	6-8
1. La historia de la televisión	
1.1 Contenido de la televisión de los años setenta a la actualidad	9
1.1.1 Tiempos caóticos:	9-10
1.1.2 La televisión en Europa	10-13
1.1.3 La televisión en Latinoamérica	13-14
1.1.4 La historia de la Televisión en el Ecuador	15-17
1.1.5 El contenido de la televisión:	18-19
1.1.6 Deportivos	19-20
1.1.7 Culturales	20-21
1.1.8 Educativos	21
1.1.9 Noticias	22-23
1.2 De farándula o Los reality shows	23-26
1.2.1 ¿Qué son los reality shows?	26-27
1.2.2 Perfil de los integrantes para asegurar el éxito del programa	27
1.2.3 La intimidad	28

1.3 Como se hace la tv	28-30
1.3.1 El principio de la tv	30
1.3.2 La televisión, la parte operativa y conceptual	31-32
1.3.3 Equipo técnico y humano	32-34
1.4 Índices de audiencia de la televisión	34-38
1.5 La TV y la socialización	38-39
1.6 La televisión informa, educa, entretiene y despierta el sentido crítico.	39-43
1.7 Uso de la televisión	43-46
1.8 Utilidad social	46-47
1.9 Evasión	47
1.10 El bien común y la televisión	47-48
1.11 Repercusiones culturales de la televisión	49-50
1.12 La televisión por el TV cable	50-52

CAPITULO II

Problemas	53
2. Telespectadores	
2.1 La utilización de la televisión en los hogares	54-57
2.1.1 Quién	57
2.1.2 Qué	58
2.1.3 Cómo	58-59
2.1.4 Dónde	59
2.1.5 Cuándo	59-60
2.1.6 Por qué	60
2.2 ¿Cómo afecta la presencia de un solo televisor en el hogar?	
2.2.1 Tiempo	61
2.2.2 Aprendizaje	61-62
2.2.3 Violencia	62
2.2.4 Nutrición	62
2.2.5 Sexualidad	62
2.2.6 Alcohol, tabaco y otras drogas	62-63
2.2.7 Comerciales	63

2.2.8 Efectos sobre el cerebro en desarrollo	63-64
2.2.9 Imágenes distorsionadas de la vida real	64
2.2.10 Estrés	65
2.2.11 La visión frente a la TV	65
2.3 ¿Cuáles son las consecuencias en el comportamiento humano?	
2.3.1 Estereotipos	66
2.3.2 La violencia	66-67
2.3.3 Aislamiento de las personas	67-68
2.4 El erotismo en la televisión	68
2.4.1 Niños objeto	68-69
2.4.2 Erotismo clínico	69-70
2.4.3 Sexo antes de tiempo	70-71
2.4.4 Padres en alerta	71-72
2.4.5 El impacto de los medios	72-76
2.5 La sociología frente a la influencia de la televisión	76-77
2.6 La influencia social de la televisión y sus niveles de influencia	77-78
2.7 La Telebasura:	78-79
2.8 Motivos por los cuales vemos la televisión.	79-80
2.9 Los niños los más perjudicados	80
2.10 La reestructuración de la televisión	81
2.11 La TV: una escuela paralela	81-83
2.12 Falta de comunicación en las familias	84-88
2.13 Los Prototipos	88-89
2.14 La vida sin televisión	89
CAPITULO III	
3. Crítica a los contenidos televisivos	90-95
3.1 Programas para niños	95-101
3.2 Dibujos animados	101
3.3 Películas	101-102
CAPITULO IV	103-109

4. Programas para adolescentes, jóvenes y adultos.	
4.1 Series de la televisión	109
4.1.1 Series de ficción	
4.1.1.1 Estructura narrativa	109
	110-112
4.1.1.2 Producción y programación	
	112-113
4.1.1.3 Tipología	
4.2 Series documentales	113
4.3 Series televisivas de los años 70 y 80	114
4.3.1 La influencia de las series	114
4.4 Novelas	115
4.4.1 En Ecuador su influencia	116
4.5 Musicales	116-117
4.5.1 La Influencia de la Música y de los Videos de Música	117-118
4.6 Televisión y entretenimiento musical	118-120
4.7 Publicidad y sociedad, ¿realmente no podemos hacer nada?	120-123
CAPITULO V	
	124
5 La televisión en el Puyo	
5.1 Ciudad de Puyo	124
5.2 Canales televisivos de Puyo	126
5.2.1 Programación	127
5.2.2 Servicios de tv cables	128-129
5.3 Entrevistas	128
5.3.1 Entrevista 1	128-132
5.3.2 Entrevista 2	132-134
5.3.3 Entrevista 3	135-136
5.3.4 La influencia de la televisión en Puyo	137-139
CAPITULO VI	
6. METODOLOGIA	140
6.1.Participantes	
6.2.Diseño y procedimiento	141
6.3. Forma de comprobar los supuestos	142

6.4. Análisis y discusión de los resultados	142
6.4.1. VERIFICACIÓN DEL SUPUESTO 1	143
6.4.2. VERIFICACIÓN DEL SUPUESTO 2	144-145
6.5. CONCLUSIONES	146
6.6. RECOMENDACIONES	147
6.7. GLOSARIO	148-150
6.8. ANEXOS	151-165
6.9. BIBLIOGRAFIA	166-167

RESUMEN

Hoy por hoy observamos la problemática en los niños, adolescentes, jóvenes y adultos mostrándose indiferentes en los hogares, como si no existieran y esto se debe a la televisión, que nos envuelve en un mundo que no es real, pero sin embargo estamos ahí horas y horas frente al televisor, descuidando la familia. Y con ello se deriva la falta de comunicación en el hogar, que lleva luego a pleitos, entre los miembros de la familia, roturas e inclusive divorcios.

Valdría mencionar que depende de como la utilizemos, así como un cuchillo, unos lo utilizan para matar y otros como la mayoría para cortar el pan, de esta forma motivar a que seamos críticos frente a lo que nos brinda este medio de comunicación.

Sin duda este trabajo será de gran aporte no solo académico sino más bien social, llegando con ello al principal objetivo que son las familias de donde nace el ser humano bueno o malo.

Dentro de la ciudad del Puyo la gente se mostró participativa al contestar las diferentes inquietudes que permitió sacar los resultados que se requerían frente a una sociedad que esta pegada a la televisión

En este trabajo se ha hecho posible desarrollar entrevistas y encuestas para obtener los resultados de los espectadores acerca de los programas televisivos.

Los supuestos realizados se verificaron en base a la tabulación de las encuestas y la entrevista con la psicóloga Lucy Aguayo.

De toda esta investigación recolectada en definitiva la televisión si puede ser perjudicial para el proceso de aprendizaje, comunicación, participación dentro de cada uno de los miembros hogares que están expuestos a un televisor.

INTRODUCCIÓN

La presencia de la televisión con todas sus programaciones dentro de los diferentes horarios ha sustituido ciertos valores o formas de vivir del ser humano.

Lo que ha constituido para realizar este trabajo sobre el aluvión de imágenes que invaden los hogares de todos nosotros y a todas las horas del día, me he centrado especialmente en las hondas repercusiones de los actuales formatos y lenguajes audiovisuales sobre las niñas y los niños, y las demás edades tempranas como la adolescencia y la juventud, dado que como seres humanos en una etapa de formación crucial en su vida, me interesa indagar la clase de conocimientos, valores y pautas de comportamiento que adquieren practicando esa afición tan expandida hoy como es el hecho social de "ver la televisión".

De su uso excesivo pueden derivar muchas deficiencias, como por ejemplo la pérdida de tiempo, la tele adicción, la carencia de creatividad, la pasividad, el aburrimiento, la carencia de comunicación entre los miembros de la familia, etc. Por esto, es evidente que tenemos que proponernos dedicar tiempo para enseñar a ver programas de una forma razonable y acordada.

Si bien este hecho no es nada nuevo pues a lo largo de los tiempos se han venido realizando múltiples estudios a nivel local, nacional e internacional que todos juntos han sacado conclusiones que muestran los resultados de una sociedad expuestas a horas y horas frente a la pantalla de un televisor. Estos estudios son en definitiva los que han permitido despuntar más a fondo para conocer cual es la realidad que vive el espectador que concentra su atención en los diferentes programas televisivos.

Un resultado que garantiza solvencia y claridad para uno de los centros universitarios más importantes del país como es la UTPL. Que como si bien conocemos es una universidad que esta cimentada en la fe cristiana y que apunta a guiar por medio de valores cristianos a millones de personas que más adelante serán padres de familias, profesionales dentro de un mundo muy competitivo, y no solo eso, sino ante todos somos personas que no nos debemos a solo estudios sino a nuestra fe puesta en Dios.

Para los estudiantes de este centro educativo será de gran aporte para concientizar el buen manejo de este medio televisivo y no solo eso, sino que servirá para próximos profesionales que requieran de una u otra manera conseguir información sobre este particular que esta en medio de nosotros en este nuevo siglo como es la televisión.

Para los docentes servirá para recordar que no son solo profesionales sino además padres de familia que necesitan educar a sus hijos y pienso que de manera directa o indirecta esta investigación servirá de apoyo para ese motivo que es llevar adelante a un hogar, sembrando buenas semillas de fe, esperanza y sobre todo amor.

Para la comunidad en general será de influencia, pues esta investigación no solo quedará en un escrito como una tesis más, sino que se abrirá en diferentes partes como Colegios, Universidades, y Bibliotecas. Para todo tipo de personas que desean escapar de lo malo frente a un televisor, sabiendo que esto afecta a la moral de las personas, esto se deriva en malos comportamientos que en sentido espiritual afectan su destino eterno.

En todo este trabajo se ha necesitado responsabilidad, compromiso con la gente que es la que más será beneficiada, los recursos utilizados han sido libros, la internet, encuestas, entrevistas, etc. Lo que ha permitido llevar adelante una investigación de esta índole.

Los medios que he utilizado es: el dinero, transporte, etc. Las motivaciones para realizar todo esto son y será la gente. Mi profunda pasión en todo lo realizado es y será guiar a las familias con la ayuda de la palabra de Dios, a contrarrestar comportamientos que afectan la vida diaria de las personas. Es un deber para mí como comunicador llevar a un pueblo a sembrar actitud como dijo el apóstol Pablo “todo me es lícito pero no todo me conviene; todo me es lícito pero no todo edifica.”

Durante la investigación uno de los limitantes ha sido el tiempo, a veces el dinero ya que no todos tenemos el privilegio de ser ayudados económicamente por los padres, algunos nos enfrentamos solos ha alcanzar las metas que palpitan en nuestras fibras intimas del corazón.

Por otra parte se han podido cumplir los objetivos planteados al inicio de este trabajo por medio de las investigaciones de campo, permitiéndonos obtener un resultado favorable en los objetivos planteados:

- a) Reconocer los daños que producen la presencia de la televisión dentro de los hogares.
- b) Tener bien en claro cual es la función específica que realiza la televisión dentro del hogar
- c) Utilizar de manera correcta la televisión dentro de las familias.
- d) Argumentar porque la televisión siempre ha sido un tema de debate.
- e) Tomar conciencia de que no todo en televisión es agradable al espectador.

Logrando de esta manera verificar los supuestos planteados y obtener resultados de los más favorables en la forma de comprobarlos apodándonos en las opiniones vertidas por la psicóloga quien nos ayudo en este trabajo:

- Los programas de televisión sirven como una forma de entretenimiento y distracción en las familias de la ciudad de Puyo, esto a permitido que en la actualidad invadan campos que afectan a la comunicación familiar debido al interés desmedido que causa en los individuos y a la cantidad de tiempo que ocupa el divisarlos.

Para verificar este supuesto se consideró como un impacto positivo si existiesen porcentajes sobre el: por sobre el 80% en las tablas 6 en la opción del si.

Analizando los resultados de las tablas, llegamos a la conclusión el supuesto se comprobaba con los resultados obtenidos, por lo cual aseveramos que los programas de televisión si afectan la comunicación familiar en los hogares de la ciudad de Puyo.

Para el siguiente supuesto que dice:

- Al estar expuestos diariamente a un programa televisivo en especial, se crean en las personas los mismos estereotipos que acostumbran a ver frecuentemente en sus programas preferidos, neutralizado de alguna manera su personalidad propia y ocasionando el cambio de su comportamiento. Se consideró como un impacto positivo si existiesen porcentajes sobre el: 80% en las tablas 1, 4 y 7 en las opciones afirmativas.

Luego de analizar los resultados concluimos que este supuesto también se verificaba con los resultados obtenidos entendiendo que al estar expuestos diariamente a un programa televisivo se permite en ciertas personas el cambio de su comportamiento.

MARCO TEORICO

CAPITULO I

2. La historia de la televisión



A finales de los años veinte, mientras la industria cinematográfica incorporaba sonido a las imágenes, algunos inventos trabajaban en la forma de incorporar imágenes al sonido. Philo Farnsworth y Vladimir Zworykin tuvieron mucho que ver con las primeras etapas de la televisión; estos personajes no podían ser más diferentes entre sí.

Zworykin era un hombre con vocación de empleado, primero trabajo para Westinghouse y después con RCA. En 1928 perfeccionó una cámara de televisión muy elemental: el iconoscopio (del griego "imagen y ver"). Del otro lado del espectro estaba Farnsworth, prototipo del individualismo, lobo solitario e inventor algo excéntrico. En 1922, a la edad de 16 años, mientras la mayoría de los adolescentes se preocupaba por el baile de fin de cursos, Farnsworth dibujó en la pizarra el diagrama de su concepto de televisión ante su perplejo profesor de ciencias. La dedicación de Farnsworth, rindió frutos en 1939, cuando obtuvo de su sistema de TV. La televisión pudo haber funcionado desde antes, pero la depresión económica detuvo su crecimiento, igual que lo hizo con el cine.

En sus inicios, la calidad de la imagen era bastante mala, pero los adelantos técnicos realizados durante los años treinta demostraron que era perfectible. Con la ayuda de Zworykin, y bajo un acuerdo de patente con Farnsworth obtenido en 1939, la compañía RCA comenzó a desarrollar el potencial comercial del nuevo medio de comunicación. NBC, propiedad de RCA, hizo una demostración pública de la televisión en la feria mundial de Nueva York de 1939 que consistió en dos horas de transmisión. Después de iniciada la feria, RCA puso en funcionamiento aparatos de televisión de cinco pulgadas en algunas tiendas departamentales. La gente consideraba a la TV

como un juguete, como había sucedido con la radio en su inicio, o como algo que nunca llegaría tener mucho valor.

La televisión enfrentó algunos problemas para imponerse. Durante la Segunda Guerra Mundial, la FCC congeló las estaciones de televisión, pues la energía se destinó al sistema radar. Sin embargo, cuando la paz volvió en 1945, los avances tecnológicos realizados durante la guerra se aplicaron en la industria sin tardanza.

Los nuevos aparatos requerían menor cantidad de luz para funcionar; se utilizaron las microondas y el cable coaxial para unir las estaciones en cadenas. Se empezaron a producir más aparatos de televisión con pantallas de mayor tamaño. Todo parecería que ocurrirían grandes acontecimientos en el medio. En 1945 había ocho estaciones al aire; en 1950 ya había 98. En 1946 sólo 8000 hogares tenían televisor; y 10 años después había uno de ellos en casi 35 millones de casas.

Este rápido éxito llamó la atención de la industria y puso en guardia a la FCC. Habría riesgo de que el espectro de la TV se saturara y fuera invadido de interferencia si no se adoptaban medidas técnicas. Para evitarlo la FCC congeló todas las innovaciones en las estaciones de televisión. La orden entró en vigor en 1948 y duró cuatro años, tiempo que aprovechó la FCC para reunir información entre los ingenieros y expertos técnicos. En 1952, año en que se canceló la orden, la FCC determinó que se abrieran 12 canales de VHF Y 70 UHF para la TV. Además de eso, la comisión hizo una lista que distribuía los canales entre las comunidades de Estados Unidos y especificaba las reglas para reducir la interferencia. Asimismo, gracias a los esfuerzos de Frieda Hennock, la primera mujer que trabajó en la comisión, se reservaron algunos canales con fines educativos.

La estructura de la televisión en sus primeras etapas siguió los estándares de la radio. Las estaciones locales proporcionaban servicios a sus comunidades y a cambio podían afiliarse las cadenas. Había cuatro de ellas: CBS, NBC, ABC Y DunMont, una cadena pequeña que cerró en 1956.

Después de las regulaciones de 1948 se multiplicaron tanto los canales de TV como los televisores. Los ingresos totales rebasaron la marca de mil millones de dólares en

1955; a finales de los años cincuenta había 559 estaciones al aire y en casi 90 por ciento de los hogares estadounidenses había un televisor.

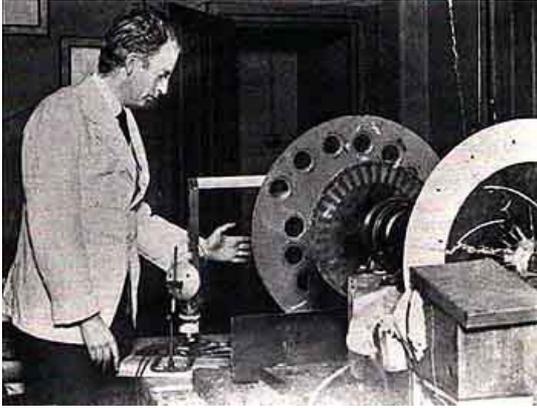
En 1950 la televisión a color marcó un nuevo hito tecnológico. En 1960 NBC y otras cadenas empezaron a transmitir programas a color de dos a tres horas diarias. Esta sin duda es la época de oro de la televisión. En este período estuvo marcado por la innovación y el crecimiento. Cada programa era pionero en su campo. Sin embargo, los programas más representativos de la TV de ese tiempo eran los de variedad. Cuando se escriba la historia definitiva de los primeros años de la TV habrá que dedicar varias páginas a este comediante pionero, cuya increíble popularidad, al cabo de poco tiempo, le valió el título de “Sr. Televisión”.

Berle quizá vendió más aparatos de TV que ninguna otra persona, pues la gente compraba el nuevo aparato sólo por ver el disparatado disfraz que el “Tío Miltie” usaría en la siguiente emisión. Muchos de los primeros compradores de aparatos de televisión eran personas con ingresos y niveles educativos superiores al promedio, que aspiraban a vivir en áreas urbanas, en particular en Nueva York. Este público gustaba del teatro en vivo, por lo que fue natural que los programas populares de los cuarenta y principios de los cincuenta hayan sido representaciones “en vivo” para atraer a los espectadores más refinados.

Los factores económicos impulsaron una tercera corriente a finales de los años cincuenta cuando en 1958 la televisión dejó de ser tan exclusiva y urbana. Como bajaron los precios de los televisores comenzaron a venderse más. Los productores de TV, buscando elevar los niveles de audiencia, comenzaron a elaborar programas para este nuevo público. A este género se le conoce como “comedia bucólica”. “Los Beverly ricos fue el programa más popular del género de comedias bucólicas”. Se mantuvo en el primer lugar de 1961 a 1962 y duró nueve años al aire.¹

¹ DOMINICK, Joseph, “La dinámica de la comunicación masiva”, litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.

1.1 Contenido de la televisión de los años setenta a la actualidad



A principio de los años sesenta, la TV había perdido mucho de novedad y se había vuelto parte de la vida cotidiana. En este periodo aumentó 54 por ciento el número de canales de televisión y para 1970, había al menos un televisor en 95 por ciento de los hogares de Estados Unidos. Debido a que la influencia de la televisión era más evidente, los productores se volvieron más desinhibidos. Los padres de familia hicieron un frente con profesores, políticos, psicólogos y líderes de minorías para expresar su preocupación por las repercusiones políticas y sociales de la TV en los espectadores. Ante esta situación, la televisión amplió y diversificó su contenido durante los años sesenta, y se dedicó al creciente potencial del periodismo por televisión.

La programación no comercial también evolucionó en estos años. Los canales educativos, como antes se los llamaba, salieron del marasmo en que habían permanecido desde que los canales comerciales se habían adueñado de las frecuencias de VHF de los grandes mercados. Aun así, en 1965 había 69 canales educativos funcionando. No obstante, era obvio que hacían falta recursos económicos para sacarlos de la oscuridad. La Carnegie Commission propuso, mediante un reporte, que el Congreso estableciera la Corporation for Public Broadcasting. Las recomendaciones de la comisión se incorporaron al Acta de transmisión pública de 1967, que estableció el Public Broadcasting Service o Servicio de Transmisión Pública.

1.1.1 Tiempos caóticos:

Esta década estuvo marcada por el descontento social contra la guerra de Vietnam, la preocupación sobre los derechos civiles, los brotes de violencia y la recesión económica. Esta inestabilidad social parece haber sido la causa de dos corrientes surgidas durante este periodo. Al comprobar que el público toleraba altos niveles de

violencia, los productores comenzaron a transmitir programas de acción y aventuras. Dos de los más famosos fueron “Los intocables”, sobre las hazañas del incorruptible Eliot Ness, y “Cuidad desnuda”, un programa de policías y ladrones ambientado en la ciudad de Nueva York. Sin embargo, después del asesinato de Kennedy en 1963, el público protestó contra la violencia en televisión y esto dio como resultado que se hicieran modificaciones al contenido de los programas. Para satisfacer los deseos del público que deseaba evitar la crudeza de la realidad se hicieron programas en el horario estelar clasificados como comedias fantásticas y de evasión. ²

1.1.2 La televisión en Europa

En Francia, donde diversos equipos de especialistas venían trabajando desde finales del siglo XIX en la puesta a punto del nuevo medio, fue René Barthélemy quien instaló (abril de 1935) un estudio de televisión en la parisina Escuela Superior de Electricidad y utilizó la Torre Eiffel como soporte de la primera antena emisora. En pocos años (1935-1939) los franceses adoptaron el sistema electrónico.

Alemania es otro país donde la actividad en torno a la televisión fue intensa. Ejemplo del avance en materia televisiva experimentado entonces, fue la retransmisión en directo de los Juegos Olímpicos de Berlín 1936. La recepción de las emisiones tuvo lugar en lugares públicos: “teatros” con capacidad para 50 personas y pantallas de cerca de dos metros de diagonal. Hacia 1937 los alemanes perfilaban su propio sistema electrónico de televisión con una definición de 441 líneas.

Algo más rezagados en el liderazgo televisivo se encontraban Italia (en 1941 tenía una televisión experimental de 441 líneas) o la URSS (adoptó un sistema electrónico de 343 líneas hacia 1937). Fue en Gran Bretaña en 1937 y en los EEUU en 1939 cuando tuvieron lugar las primeras fabricaciones en serie de aparatos para uso doméstico-familiar.

Sin embargo, los avances en materia televisiva experimentados entonces se vieron congelados y las transmisiones en Europa suspendidas ante la Segunda Guerra

² DOMINICK, Joseph, “La dinámica de la comunicación masiva”, litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.

Mundial (1939-1945). Así, por ejemplo, en septiembre de 1939 la BBC decide interrumpir sus 14 horas semanales de programación a partir de la declaración de guerra del Gobierno británico a Alemania. En tanto que, en los EEUU, país que en 1941 contaba con cerca de cinco mil aparatos y las primeras quince licencias de emisoras comerciales, el Gobierno prohibió la fabricación de televisores orientando los recursos de la industria electrónica hacia la Guerra en curso.

Concluida la II Guerra Mundial, Gobiernos y los sectores industriales ligados a la televisión (compañías emisoras y fabricantes de aparatos receptores) volvieron su mirada a la pequeña pantalla en un contexto de recuperación social, económica y tecnológica. Por entonces, en muchos países europeos fueron frecuentes las pruebas públicas de televisión con la finalidad dar a conocer el nuevo medio. Así, en España, la empresa holandesa Philips y la corporación estadounidense RCA organizaron en 1948 sendas exhibiciones públicas de televisión en Barcelona y Madrid respectivamente.

En Gran Bretaña, la emisora pública BBC remozó sus instalaciones y volvió a transmitir imágenes a mediados de 1946. A este nuevo comienzo le siguió un desarrollo lento y constante: sólo en 1960 se completó la cobertura de todos los rincones de las islas, y en 1962 se contabilizaron cerca de 12 millones de televisores.

En Francia, si bien las tropas de ocupación nazis pusieron nuevamente en funcionamiento los estudios parisinos hacia 1943, los pocos telespectadores franceses de entonces pudieron disfrutar de doce horas semanales de programación regular del primer canal público recién en el otoño de 1947; con anterioridad, las fuerzas políticas francesas habían promulgado la nacionalización de radiodifusión gala.

En el lado occidental y capitalista de una Alemania derrotada y dividida en dos, los Aliados impusieron a la radio y televisión alemana la descentralización por Länder, dando lugar a uno de los sistemas federales más complejos del mundo. En diciembre de 1952, la Nordwest Deutscher Rundfunk fue la emisora pionera de este nuevo comienzo.

Del otro lado de “la cortina de hierro”, los estudios de Moscú volvieron a poner imágenes en el aire de forma irregular a partir de mayo de 1945 para, finalmente, regularizar las transmisiones a partir de 1948.

Los años 50 han sido calificados por muchos analistas como aquellos del “gran salto de la televisión en el mundo”, puesto que es entonces cuando los servicios regulares de televisión se extendieron gradualmente por las grandes urbes del mundo.

Así, por ejemplo, México y Brasil contaron con una programación regular a partir de 1950; Holanda y Argentina, al año siguiente; Italia, Alemania Oriental y Venezuela, hacia 1952; Bélgica, Dinamarca, Polonia, Checoslovaquia y Canadá, en 1953; Austria, Luxemburgo y Mónaco, en 1955; España y Suecia, en 1956; Portugal, un año más tarde; y, Suiza, Finlandia, Yugoslavia, Hungría, Rumania y China, en 1958.

Por ejemplo, en Francia, el Gobierno lanzó, en 1954, un plan nacional quinquenal que contempló el emplazamiento de 45 transmisores de televisión. El plan tuvo su razón de ser en el bajo porcentaje de hogares con televisor (en 1953, sólo 60.000 aparatos) y en la falta de cobertura de todas las regiones del “hexágono”.

Al ritmo que crecía el número de emisoras y televisores se disparaba la publicidad que explotaba este nuevo medio. Las cifras son reveladoras: de una inversión publicitaria de un poco más de 10 millones dólares, en 1950, se pasó a 1.500 millones, en 1960. A comienzos de los años '50 la diferencia entre los EEUU y el resto de los países desarrollados era notoria. Durante los primeros meses de 1952, en Gran Bretaña sólo se habían vendido 1,2 millones de televisores, en Francia cerca de 10.558, y en la entonces Alemania Federal apenas se contabilizaban tan sólo 300 aparatos.

Posteriormente en Europa se puso en marcha una serie de investigaciones para perfeccionar el sistema estadounidense. Los resultados de éstas dieron lugar a dos sistemas de televisión color. En 1959, el Gobierno galo puso en marcha un sistema denominado SECAM; mientras que en Alemania Telefunken- ideó el sistema PAL (en 1963. Así las cosas, como indican Albert y Tudesq (2001), “en los años 1962-1965, los países de Europa no supieron elegir un sistema único y hoy en día, si el PAL ha ganado el mercado de los principales países europeos occidentales, el SECAM se ha

impuesto en los países del Este, en numerosos países del cercano Oriente, en algunos países de América Latina y en África francófona”.

La mayoría de los programas se transmitían en vivo desde los estudios de Nueva York o se grababan en la Costa oeste con técnicas utilizadas en Hollywood. Por su puesto que los programas en vivo no se podían repetir, y a menudo había que volver hacerlos para el público del otro extremo del país. Se necesitaba un medio electrónico para almacenar las imágenes parecidas a las cintas de audio. La compañía Ampex resolvió el problema en 1956 cuando invento el videotape. Esta cinta permitió pregrabar, editar y pulir los programas antes de salir al aire. La cinta resultó ser mucho más económica que la película se podía regresar al momento, y, lo mejor de todo, se podía volver a usar. Las estaciones locales proporcionaban servicios a sus comodidades y a cambio podían afiliarse a las cadenas. Habían cuatro de ellas: CBS, NBC, ABC Y DuMont, una cadena pequeña que cerró en 1956.³

1.1.3 La televisión en Latinoamérica

Desde que la televisión irrumpe en la vida de las sociedades iberoamericanas, se ha ido consolidando como el principal medio de difusión de masas. Como características comunes debemos señalar el carácter comercial del medio y la estrecha relación que históricamente ha guardado con los gobiernos de turno, tanto civiles como militares. Hoy como ayer, son millones los latinoamericanos que encienden, día tras día, sus televisores para entretenerse informarse.

En sintonía con el investigador australiano John Sinclair (2000), constatamos que si bien cada país tiene su propia historia del desarrollo de la televisión, en el caso de América Latina, es posible observar tres etapas comunes a todas las naciones. A saber:

Primera etapa: correspondiente al período de implantación de la televisión durante las décadas de 1950 y 1960. Esta fase se caracterizó por el “apoyo” prestado por las redes de radiotelevisión estadounidenses (*NBC, ABC y CBS*) a la consolidación del

³ http://www.arandurape.edu.py/Ministerio_de_espana/Recurso_media/television/extras/soft.htm

nuevo medio bajo el modelo comercial. Asimismo, la influencia de las empresas norteamericanas en el Centro y el Sur del continente americano se hizo notar en la exportación de programas y en la inversión de capitales para la creación de emisoras (la presencia del consorcio Time-Life en el grupo *O Globo* de Brasil, por ejemplo) y en productoras de televisión (como sucedió en Argentina).

Segunda etapa: caracterizada por la madurez de la industria televisiva, tiene lugar en los años 70 y 80. Se trata de mercados nacionales consolidados con una importante producción propia de programas que en algunos géneros, como las telenovelas, se exportan de una manera generalizada.

Tercera etapa: Las emisiones televisivas vía satélite llegan hasta los hogares más remotos. Asimismo, la distribución de señales de televisión por cable alcanza en algunos países (por ejemplo, Argentina) cuotas de penetración altas.

En este nuevo escenario los grandes productores latinoamericanos están formando alianzas con empresas globales, por ejemplo *Televisa* (México) y *Globo* (Brasil) con la compañía de Rupert Murdoch, *News Corporation* y *Sky Latin America* en DTH (Televisión Directa al Hogar). En consecuencia, las audiencias se internacionalizan y, al mismo tiempo, se fragmentan.

Como singularidad del continente puede decirse que grandes mercados de la región están dominados por cadenas de televisión que poseen un doble rol de productoras-emisoras de programas.

Dentro de la producción televisiva de los países que componen el mosaico iberoamericano, cabe destacar un género propio de formato televisivo que los países productores de América Latina exportan hoy a todos los continentes y por los que la televisión latinoamericana es conocida: la telenovela. Según el investigador mexicano Guillermo Orozco (2002), se trata del “producto más distinguido” de la programación latinoamericana puesto que, la telenovela, “además de reflejar rasgos de identidad,

aglutina grandes audiencias frente a los televisores, provocando distintos sentimientos y evocando diversas aspiraciones”.⁴

1.1.4 La historia de la Televisión en el Ecuador

Hablar de la Televisión en Ecuador nos tenemos que remontar 40 años, y preguntarse, quien tuvo el idea de tener la empresa televisora y hasta del primer televisor, esta industria a lo largo de la historia se convierte en la más grande fuente de ingresos, rentable y seguras, empresas del país, ya que las grandes cantidades de dinero que en ella mueven e invierten son inimaginables en cuanto a lo económico se refiere, tienen constante movimiento al marketing mundial, constituyéndose en poder, influyendo en el destino de la Nación.

En el año de 1954 un norteamericano de apellido Hartwell encontró un equipo abandonado en bodegas de General Electric en Syracuse, New York, y fue hasta 1959 que dichos equipos llegaron hasta Quito, asombrando con la nueva tecnología, en ese mismo año fue que la televisión pasa a manos de los protestantes, es ahí cuando la Unión Nacional de Periodistas lleva esos equipos a la HCJB, para realizar una feria celebrada en el Colegio Americano y ver la televisión en blanco y negro.

Fue en 1960 que gracias a la feria de Octubre que la televisión llega al puerto de Guayaquil tras convenio con la Casa de la Cultura, es así que Canal 4, que ahora denominada como Red Telesistema (RTS), obtiene el permiso de laborar y operar así es como nace la televisión en el Ecuador, siendo esta la primera empresa comercial que fue la Compañía Ecuatoriana de Televisión.

Ese mismo año, Canal 4 obtuvo permiso para operar, de esta manera nació la televisión en Ecuador, fue la Casa de la Cultura que instalo la antena, y es la prensa que celebro a lo grande de este avance en los medios de comunicación del Ecuador.

La industria televisiva era privada nace como un modelo anglo, siendo el Estado dueño de las frecuencias para esto se reservaba el derecho de concederlas, y esta transmitía programas estatales de educación y salud. Fue en la década de los sesenta

⁴ http://www.arandurape.edu.py/Ministerio_de_espana/Recurso_media/television/extras/soft.htm

que marca en el país un notable desarrollo es así que nace Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, Telecentro , Canal 10.

Es así que la televisión entra a formar parte de la impresionante red de comunicación del país junto con la prensa y la radio comenzando a cubrir todo el territorio nacional, actualmente se encuentran al aire más de 20 estaciones de televisión entre regionales y nacionales compitiendo con el mundo globalizado, a esto se suma la televisión por cable que suman más 160.000 suscriptores en todo el país.

La televisión en el Ecuador crece a ritmo vertiginoso, manteniendo la lucidez y capacidad de ofrecer al público entretenimiento, información con credibilidad, veracidad, educación.

La televisora ECUAVISIA es la empresa que posee señal internacional empezó a transmitir desde el cerro de El Carmen en Guayaquil un 1 de marzo de 1967, con esto la llegada de los nuevos avances en la tecnología de los medios de comunicación, y es en la década de los setenta en donde capta la atención de un proporcionable cantidad de público, y ahora en señal Directv para toda América y Europa.

Por otro lado la historia de la televisión en el Ecuador tiene que ver con la vida de una destacada manabita Linda Zambrano oriunda de Bahía de Caraquez, quien junto a su esposo el alemán Horts Michael Rosembaum, fueron los que comenzaron con la primera televisión del Ecuador en la década de los 50, ambos amantes de la tecnología y los artículos innovadores, y en sus viajes fue que en Hannover Alemania asistiendo a la Feria Internacional de la Tecnología fue en donde se encontraron con la novedosa televisión.

Curiosos por el invento e investigando por el decidieron traer y darlo a conocer a pesar de que los costos eran elevados, además los accesorios como cámaras, micrófonos, pedestales, antenas, y cables lo hacían más costoso, esto en el año 1959 luego no fue hasta el 1 de junio de 1960 en donde se otorga permiso para operar la “Primera Televisión Ecuatoriana”, denominada de esta forma ya que no existía competencia alguna, esta tuvo su sede en Guayaquil su sede que fue Canal 4 que corresponde a RTS, Red Telesistema.

Desde ese tiempo fue cuando Horts y Linda quienes junto a técnicos alemanes, ponen a funcionar la televisión, al principio se hacían transmisiones en circuito cerrado, siendo sus primeros colaboradores sus familiares más cercanos, tales como Vicente Bowen Centeno se convirtió en el primer camarógrafo del país, luego de esto se hicieron esfuerzos para incorporar mas equipamiento y mas tecnología al país.

Con esto se empezaron a adquirir los primeros televisores quien era un guayaquileño apellido Noriega quien importaba estos artículos de marca Emerson, ya que el objetivo era que la población adquiriera el producto, por supuesto, a bajo costo, y de a poco fue teniendo éxito en el mercado local, ya que el alcance de la televisora iba creciendo, a esto se instalaron antenas repetidoras para realizar transmisiones de mejor calidad, siendo los primeros programas en donde se apoyo al talento de la música ecuatoriana con artistas invitados como Julio Jaramillo, Blanquita Amaro, entre otros.

Luego de esto la familia Rosembaum Zambrano debido a los gastos que hicieron y viendo su situación económica se vieron obligados a vender sus equipos a Canal 4 (RTS), el aporte a la televisión ecuatoriana fue gigantesco, para luego crear una ley que protege y regula a las estaciones de televisión, abriendo mercados y siendo esta mucho más competitiva.

Cabe recalcar que las primeras transmisiones se hicieron el 12 de Diciembre de 1960 es por eso que ese día se celebra el día de la televisión ecuatoriana, luego años más tarde el 22 de Febrero de 1974 Teleamazonas que comenzaba sus transmisiones siendo esta la primera red a color del país, ya que desde sus inicios conto con la más alta tecnología siendo sus propietarios la familia Granda Centeno, y actualmente es el canal con mayor cobertura.

Fue en la década de los ochenta en donde se da paso a la televisión por cable, esta fue TV Cable, fundada en 1986, incrementando cada día el número de afiliados a esta red, teniendo un crecimiento masivo en todo el país.

Con la historia de la televisión en el Ecuador, El Nuevo Empresario una vez más reconoce la labor de Linda Zambrano y de Horts Michael Rosembaum, quienes con

humildad y esfuerzo hicieron este gran aporte para el país demostrando ejemplo de emprendedores a futuras generaciones.⁵

1.1.5 El contenido de la televisión:

Gran parte de la programación de los primeros años de la década de los setenta era sobre la ley y el orden. Diecisiete horas y media de horario estelar se dedicaban a programas de policías y ladrones. Dichos programas siguieron siendo populares hasta mediados de la década, cuando fueron desplazados por una programación más significativa y sofisticada consistente en una versión “para adultos” de las comedias antiguas. Esta tendencia comenzó en 1970 con la polémica serie “All in the family”. Los programas subsecuentes, entre ellos “M*A*S*H”, “Soap”, “Sanford and Son”, y “Barney Millar” abordaban temas que hasta ese entonces habían sido tabú (en televisión) como las relaciones premaritales, los prejuicios raciales y el aborto.

Fieles al principio de que la imitación de los éxitos conlleva más éxitos, las cadenas no dudaron en copiar personajes de los programas más famosos. Entre los líderes de este movimiento estaban programas como “El show de Mary Tyler Moore”, que inspiró los programas de “Rhoda”, “Phyllis” y “Lou Grant”; así como “All in the family”, inspiración de “Maude” y “The Jeffersons”.

A fines de los sesenta y principios de los ochenta, los programas más populares eran aquellos que contenían la misma historia semana a semana. Por lo general, trataban sobre familias ricas y poderosas e incluían un villano o una malvada, cuando menos, que el público odiaba, y con gusto. La primera serie de este tipo fue la archifamosa “Dallas”, a la que le siguió “Dinastía”, “Flamingo Road” y “Falcon Crest”.

Estos programas parecían mostrar que al público le encantaba ver que el dinero y el poder no garantizan la felicidad.

Los programas de comedia reaparecieron a mediados de los ochenta, en particular las comedias cálidas y de temas familiares. Entre ellos están “Lazos familiares”, “El show de Cosby”, “Growing Pains”, “Our House” y “Who’s the Boss?”. Una de las razones principales de la popularidad de este género era el aspecto económico. Las series de

⁵ http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1194_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php

contenido familiar se vendían bastante bien en el mercado exterior. La tendencia más significativa fue la introducción de series “con fines” demográficos. Se trata de programas cuidadosamente elaborados para atraer un limitado, pero deseable, segmento del público. La muestra más evidente es “Thirtysomething”, un programa sobre personas de entre 30 y 40 años que están en ascenso en la escala social, es decir, los “yuppies”.

A principios de los noventa este tipo de programas dejó de estar de moda, ya que el escaso público al que iban dirigidos no justificaba los costos. Las cadenas intentaron durante esta misma década volver atraer al público por medio de una programación innovadora, bastante peculiar y poco convencional. “Twin Peaks” ganó popularidad durante los primeros episodios y se volvió objeto de culto. Pero la novedad fue pasajera, y el programa se canceló la temporada siguiente. “China Beach” y “Northern Exposure” fueron más exitosos.

Las últimas temporadas de televisión han estado dominadas por programas de noticias, como “60 minutos”, “20/20” y Dateline NBC”. Durante la temporada 1997-1998 se transmitieron 10 horas diarias de noticiarios. La popularidad de esta tendencia se debe a que la producción de estos programas es más económica. Otra tendencia importante consiste en que los programas rebasen los límites permitidos en TV. Programas como “NYPD Blue”, “Brooklyn South” y “ER” han tocado temas más maduros y contienen material que hace diez años no habría sido posible presentar en la pantalla. La programación por cable, como “South Park”, de Comedy Central, también ha incursionado en temas más polémicos.⁶

1.1.6 Deportivos

Nadie puede dudar de que el deporte haya adquirido una destacada situación entre las formas de espectáculo de las sociedades contemporáneas. Ni tampoco, por supuesto, que el medio televisivo constituya un elemento central de esas sociedades. Las interrelaciones son tan antiguas que de hecho ha sido habitual que muchas de las

⁶ DOMINICK, Joseph, “La dinámica de la comunicación masiva”, litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.

primeras retransmisiones hayan sido eventos deportivos: el Derby hípico de Epson en 1932 en el Reino Unido, los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936 en Alemania, un partido de béisbol en 1939 en Estados Unidos, el enfrentamiento futbolístico entre el Real Madrid C.F. y el Barcelona F.C. en 1959.

A la televisión le interesa el deporte:

- Porque le proporciona buenas audiencias.
- Porque, a diferencia de casi toda la producción propia o ajena, es un producto que posee reglas universales y que se puede programar instantáneamente, o casi.
- Porque puede asociarse con valores sociales positivos como la vida sana, la juventud, la vitalidad, etc.
- Porque los costes de producción de los programas deportivos por hora emitida, son aceptables en casi todos los casos modestos si los comparamos con los de la ficción original o los de los programas de entretenimiento.

Al deporte le interesa la televisión porque:

1. Aumenta su presencia pública (de ahí el generalizado deseo de que se retransmitan pruebas de deportes minoritarios)
2. En el actual modelo económico la salud financiera del sistema deportivo depende de los contratos de las retransmisiones televisivas. Hay, de hecho, pruebas que carecen de espectadores y sus ingresos únicamente provienen de la televisión como el rally automovilístico-motociclista Paris-Dakar.⁷

1.1.7 Culturales

Son variados los formatos que incluyen contenidos dedicados a la difusión de las culturas. En una importante cantidad de casos se trata de programas dirigidos a audiencias específicas que sólo son rentables desde un punto de vista social, pues atienden a las necesidades de segmentos de audiencia minoritarios, y del prestigio que le otorgan a la cadena que los emite. En numerosas ocasiones estos programas

⁷ <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque9/pag1.htm>

suelen ganar premios nacionales y extranjeros otorgados por distintas asociaciones culturales y educativas.

En términos generales podemos distinguir a aquellos programas divulgativos y educativos no documentales de los programas documentales. En el caso de los primeros, se trata de formatos del tipo magazín o revista divulgativa (de libros, de medioambiente, de actividades artesanales...); concursos de preguntas y respuestas sobre aspectos de cultura general; retransmisiones (en directo o de grabaciones) de conciertos, conferencias, actuaciones artísticas; agendas culturales; programas de cocina; de divulgación científica; reportajes de investigación

1.1.8 Educativos

Al dar sus primeros pasos el medio televisivo, inmediatamente surgió la pregunta: ¿es la televisión un instrumento útil para apoyar los procesos de enseñanza y aprendizaje? Desde entonces numerosos debates e investigaciones han procurado dar con una respuesta a este interrogante que no parece tener una respuesta rotunda.

La emisora pública japonesa, *NHK* (Nippon Hoso Kyokai), y el *Premio Japón*, el más prestigioso premio de programas educativos de todo el mundo, encargaron en 1993 un estudio sobre el estado de las emisiones educativas a nivel mundial. Los principales problemas que entonces fueron denunciados -la violencia presente en los programas para menores, el incremento de la publicidad en las franjas horarias dedicadas a niños y adolescentes, y la poca importancia que en general se le da a la programación infantil en las televisiones- parecen haberse agravado en el transcurso de los últimos diez años. Además, dicho informe subrayó la escasa cantidad y variedad de programas existente para los púberes.

Así, desde el punto de vista de la programación es posible distinguir:

- Programas para niños y niñas en edad preescolar.
- Programas para el nivel de educación Primaria.
- Programas para el nivel de educación Secundaria.
- Programas para el nivel de educación Universitaria.

- Programas para la educación permanente de adultos.

1.1.9 Noticias

Si nos detenemos a estudiar la parrilla de programación de cualquier canal de televisión generalista encontramos que existen una serie de programas que tienen a la información como razón de ser y que son elaborados por el servicio informativo.

En términos generales, se puede distinguir un conjunto de programas informativos y de actualidad en televisión, a saber:

Flash informativo: noticia breve y “urgente” que da cuenta de un acontecimiento inesperado y, por lo general, de gran repercusión social. Las televisiones difunden la noticia interrumpiendo la programación habitual. Muchas cadenas suelen acompañar este avance informativo con un sonido o ráfaga musical característica con la finalidad de atraer la atención del telespectador. En la actualidad también es frecuente que se utilicen los flashes de una manera más cotidiana en las pausas publicitarias, en cuyo caso también reciben el nombre de Avances Informativos y simplemente anticipan el contenido de los telediarios.

Telediario: es un programa más característico e importante del género informativo televisivo. Suelen presentarse, en distintas franjas horarias a lo largo de la jornada, las noticias nacionales e internacionales más importantes sobre política, economía, sociedad, etc. Una sección dedicada al mundo del deporte y el pronóstico meteorológico completan estas emisiones diarias.

Edición especial: espacio esporádico y monográfico, dedicado a un acontecimiento extraordinario (cobertura de elecciones, visitas oficiales, fallecimientos inesperados, etc.) que suscita especial atención; suele incluir entrevistas, reportajes, coloquios y ruedas informativas.

Programas de opinión y/o debate: en muchos países este tipo de programas ocupan un lugar privilegiado en la programación - la franja horaria central- y están dirigidos por periodistas de reconocido prestigio profesional. La periodicidad es muy diversa,

pueden salir al aire una vez por semana o todos los días. La investigación periodística, los invitados especiales (personalidades del ámbito político, gubernamental, periodístico, empresarial, deportivo, etc.) o las tribunas con público participante suelen ser ingredientes de la mayoría de los programas de opinión.

Programas de reportajes de actualidad: constituye un formato que trabaja especialmente la imagen de prestigio del medio porque exigen un generoso despliegue de medios de producción humanos y técnicos. Su periodicidad suele ser semanal y en ellos se suelen incluir varios reportajes de fondo, con una duración de entre 10 y 15 minutos cada uno, en los que se abordan en profundidad y de forma especialmente detallada asuntos de especial relevancia informativa.

Hacia finales de la década del 90 muchas televisiones se convirtieron en artífices de las noticias al plantear investigaciones periodísticas propias. En ocasiones, los servicios informativos de las emisoras comenzaron a utilizar las cámaras ocultas como recurso para la obtención de información. Numerosas investigaciones de este tipo terminaron en los tribunales, iniciándose un gran debate acerca de la validez de esta metodología de investigación.

1.2 De farándula o Los reality shows

Se lanzaron al mundo en 1973, en la cadena estadounidense PBS, mientras el Ecuador conoció este tipo de programas a partir del año 2000. El reality show no pertenece en exclusiva ni a lo informativo, ni a lo educativo, ni a lo espectacular, ni a lo real, ni a lo ficticio, porque pretende pertenecer a todos al mismo tiempo.

En el fenómeno de los reality shows concurren una serie de factores muy variados que tienen que ver con los cambios de naturaleza social y sus implicaciones culturales, económicas, políticas e incluso éticas (en el sentido etimológico de la palabra étbos: el modo de ser y actuar); pero también con la evolución y el desarrollo de la programación televisiva. Nosotros vamos a detenernos fundamentalmente en estos últimos, planteando una vez más dos viejos problemas nunca resueltos y sobre los que parece necesario volver a pensar: las nociones de “género” y “realidad”.

El protagonista del reality show se presenta como un ciudadano medio, gente corriente que ha atendido a la interpelación que ha recibido de esta televisión de la comunicación y que está dispuesto a actuar como una estrella de las pantallas, aunque deba pagar para ello el precio de convertir su vida privada en algo público. A cambio recibirá además, un plus de gratificación: la solución a algunos de sus problemas y, para muchos de ellos, la posibilidad de hacer real lo que sólo era virtual en las pantallas del cinematógrafo, un final feliz.

Varios famosos de la pantalla que hoy en día son conocidos emprendieron sus carreras a partir del reality.

Los nombres de Gabriela Villalba, María José Blum y Cecilia Calle empezaron a sonar en el mundo del espectáculo a raíz de su participación en el reality Pop Star de donde luego salió el grupo Kiruba que también lo integraron Diana Rueda y Mariela Nazareno.

Esta "patadita" le permitió a "Gaby" ser conocida no solo en el país sino también en Colombia, donde protagonizó la novela Al ritmo de tu corazón. Pero su éxito no se quedó ahí, ahora forma parte de la agrupación Kudai.

Otra historia de famosos es Juancho; él ganó en el reality Gran Hermano 2005. Afirmó que participó con la intención de reforzar su imagen como modelo y bailarín. Gracias a ello, Juancho ha participado en programas de TV y en tres ediciones de Bailando por un sueño.

David Burbano, "El Lobo", dejó de ser un personaje anónimo, después de su participación en Big Brother 2004.

Y la racha no solo ha sido para los ecuatorianos; los cantantes David Bisbal y Danni Úbeda logran consolidar sus carreras después de su participación en el reality español Operación Triunfo.

De todos los formatos el reality-show es el que se ha sometido a mutaciones y metamorfosis más completas hasta el punto que resulta complicado hablar sobre los

lindes del género. Los reality-shows primitivos eran una suerte de magazines que se diferenciaban de los demás por ofrecer una visión de lo cotidiano como espectáculo pero los actuales se han transformado en otros formatos como el concurso o los magazines tradicionales. Partiendo de esto podemos hacer la siguiente división.

REALITY-MAGAZINE. Programas que muestran las tragedias, dramas o escándalos de personajes anónimos que desnudan sus secretos e interioridades sin ningún tapujo. En un primer modelo, un presentador o presentadora entrevista a un grupo de personas, presentes en el estudio, dispuestos a revelar las peculiaridades de una parte de su vida privada o de su forma de pensar, todo ello pasado, como se ha dicho, por el filtro de la espectacularidad, lo que hace que cualquier tema sea tratado desde una perspectiva forzada hacia lo extravagante. A su luz, no hay tema que se resista a la polémica y, de este modo, sexualidad –ya sea homo o heterosexual-, relaciones humanas de cualquier índole, el entorno laboral, la estética personal, las aficiones, etc.

Existe una modalidad de este tipo de programas que pretende el enfrentamiento de tipo violento y físico entre los invitados, aunque controlado por un equipo de seguridad. Los ejemplos más populares lo constituyen el “The Oprah Winfrey show” para el mercado anglosajón y “El programa de Cristina” para el mercado hispano parlante de Estados Unidos.

En un segundo modelo, la emisión versa sobre un tema polémico en el que interviene una mesa de especialistas moderada por un presentador y un público invitado entre los que siempre se encuentran elementos dispuestos a llamar la atención con opiniones extremas o claramente provocadoras con respecto a las de los especialistas. Son frívolos, vulgares, a menudo crueles, y nos hacen creer que vemos la realidad ‘al desnudo’.

REALITY-MAGAZINE DE FAMOSOS; son programas donde los protagonistas son personajes conocidos popularmente del ámbito social y artístico. La principal curiosidad que ha aportado este tipo de programas es el surgimiento de los “famosillos”. Muchos se presentan en formato informativo. Conducidos por una pareja de presentadores de distinto sexo, realizan conexiones telefónicas en directo, ofrecen

vídeos de entrevistas o de imágenes grabadas en secreto que muestren al espectador la cara oculta de sus ídolos, en un tono cínico, humorístico y frívolo.

REALITY–CONCURSO; a este grupo pertenecen los programas que proponen una competición entre personas, ofreciendo una supuesta realidad absoluta de los participantes sometidos a diversas pruebas. Aquí encuadraríamos “Supervivientes”, “Gran Hermano” o “La isla de los famosos”. Un número indefinido de personas, en unos casos rostros populares, en otros anónimos, deben mostrar sus bondades y miserias, siendo sometidos a pruebas físicas o psicológicas para recibir el beneplácito del público y al cabo de unos meses quedar sólo uno que gana un sustancioso premio.⁸

1.2.1 ¿Qué son los reality shows?

Son programas de televisión que muestran a individuos comunes en distintas situaciones de la vida real, espiados por cámaras, con o sin su consentimiento.

Estos programas pueden seguirse a través de televisión de paga las 24 horas del día o bien en horarios determinados destinados por las televisoras, así como consultarse vía Internet en la mayoría de los casos.

Varios han sido los países en los que se han desarrollado programas de este tipo, entre los que destacan Holanda, Suecia, Austria, Alemania, Dinamarca, Estados Unidos, Argentina, Uruguay, España, México, Portugal, Brasil, Chile, Venezuela, Colombia y Rusia.

Desde que la televisión holandesa puso al aire "Big Brother", varias han sido las variantes de programas de este tipo, que se emiten por cadenas como la CBS, ABC, NBC, Terra España, Telecinco, Fox, Televisa, TV Azteca, SKY, canal Court TV, etc.

⁸ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/reality-shows-la-puerta-a-la-fama-302057-302057.html>

Y son programas que tienen ciertas reglas, en general son personas desconocidas que tienen que convivir en una casa llena de cámaras de televisión que registran todos sus movimientos, hasta en los últimos rincones, noche y día.

La tele audiencia vota por teléfono o por Internet a quién se debe eliminar cada semana hasta llegar al ganador; o bien se eliminan mediante un "Consejo" formado por los mismos integrantes que votan de modo secreto a quien eliminar.

Casas, Islas, hospitales, ómnibuses y más...

"Big Brother", "Survivor", "Supervivientes: Expedición Robinson": Versión española de "Survivor", "Expedición Robinson": Versión argentina de "Survivor", "El Bus": donde se filma a los pasajeros de un ómnibus, "Cops": se trata de videos tomados durante el arresto de individuos en estado francamente lamentable, "La Academia" y "Operación Triunfo": programas en los que "se busca talento artístico- musical", "Big diet": Un grupo de personas con sobrepeso conviven en un gimnasio en el que son continuamente tentados con comida, "Destination Mir": Registrarán la vida de voluntarios aislados en un centro de adiestramiento para misiones aeroespaciales.

1.2.2 Perfil de los integrantes para asegurar el éxito del programa

Los participantes son cuidadosamente seleccionados, ya que esta selección es la que determina el éxito del programa.

Investigando de manera superficial el perfil de ciertos participantes de los programas de televisión llamados "reality shows" con sus respectivas variantes, se encontró que son personas que han crecido bajo un ambiente no muy propicio para el desarrollo de los valores fundamentales, ya que provienen de familias desintegradas, de ambientes extremos o actividades extravagantes.

Lo importante es que tengan "algo" que llame la atención, no importa lo que sea y que estén dispuestos a todo, a "desnudar su vida"; al fin, los encargados de los medios de comunicación saben que es mucha la necesidad de intimidad que tiene el ser humano y que cuando ésta es pobre en su propia vida, la busca en las vidas ajenas; así que,

confiados están en que los espectadores no dudaran en ver tantas y tantas historias e intimidades plasmadas en una pantalla chica o grande.

1.2.3 La intimidad

"Se debe guardar la justa reserva respecto a la vida privada de la gente. Los responsables de comunicación deben mantener un justo equilibrio entre las exigencias del bien común y los derechos particulares. La injerencia de la información es condenable en la medida en que atenta contra la intimidad y la libertad de la persona".⁹

A simple vista es solo "entretenimiento", pero en un análisis más profundo es un puente hacia formas de "entretenimiento" cada vez más denigrantes. Debemos cuestionarnos seriamente si este es el tipo de televisión que queremos.¹⁰

1.3 Como se hace la tv

La televisión funciona por la Administración, Planificación, Financiación que consta por patrocinadores, y cuestionadores legales, además los recursos de archivo como la referencia, película, video y audio, quiere decir que la televisión utiliza publicidad basada en la promoción, anuncios, ventas, relaciones publicas, de allí se da la presentación con el control central, continuidad, conexión luego aparecen los personajes para lo cual se realizan audiciones con los diferentes autores. Estos autores necesitan de servicios para hacer un buen trabajo como ensayos, medios, alimentos, transporte y alojamiento luego viene la planificación de recursos, la unidad externa de televisión, la coordinación de estudios, la dotación del estudio, allí esta la construcción y montaje decorados, electricistas, luego tenemos los servicios técnicos que se basan en mantenimiento, proyectos, electrónica, electricidad y mecánica.

Dentro de la producción de la televisión están involucrados el realizador, ayudantes, secretarias, regidor, en el script se realiza la investigación editorial, luego de eso se

⁹ Catecismo de la Iglesia Católica, 2492

¹⁰ <http://www.unav.es/capellania/fluviu/textos/documentacion/eti63.htm> por María rosario G.Prieto

plantea la creación de la escenografía con la decoración, el manejo, transporte, almacenaje y alquileres, los gráficos que son parte de los trabajos artísticos, fotografía, rótulos, el vestuario se da con diseño, confección, almacenaje o alquiler.

Tenemos también el equipo de maquillaje que se encarga del diseño y la peluquería, otro equipo es el de las operaciones técnicas encargados del control de imágenes, cámara, mezclador, control de video, audio, iluminación y efectos de video es necesario además en televisión la cinta de video en la cual se puede realizar la grabación, edición, reproducción.

En la televisión se puede mirar películas originales, filmados, revelados, montaje y telecine acompañados de efectos especiales¹¹

La televisión posee la peculiaridad de presentar estímulos visuales y auditivos, los cuales son más efectivos que los visuales o auditivos por sí mismo, por ello un medio sumamente eficaz en comparación con los demás medios de comunicación social.

La televisión se impone sobre otros medios y deja atrás al cine por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de nuestra época, la televisión está en el hogar, solo se necesita encenderla.

La televisión cuando se utiliza para fines educativos es bastante eficaz en lograr la atención y memorización sobre el material en ella presentado, según las cuatro categorías propuestas por Schramm, la televisión posee tres de ellas que son:

1. ESPACIO-TIEMPO
2. PARTICIPACIÓN
3. RAPIDEZ

Esto demuestra la eficiencia del medio.

Espacio-Tiempo: La televisión actúa de forma combinada, ella posee cierta efectividad en cuanto a la percepción, en el cual rige el principio de que mientras

¹¹ Millerson Gerald, "Realización y producción en televisión" Cuarta edición, 2001

mayores vías de entrada posee la información más efectiva será la percepción del mensaje, los medios combinados como la televisión son de mayor eficacia, tanto en la percepción a aprendizaje y memorización, esto tiene gran aplicación a nivel educativo.

Participación: En la escala de participación del comunicador, elaborada por Allport Cantril, la televisión ocupa el séptimo lugar, mientras mayores participaciones mayores serán las influencias.

Rapidez: La televisión y la radio son los medios más rápidos, los medios rápidos impiden que el comunicador pueda dedicar el suficiente tiempo para que el mensaje sea comprendido y meditado por el receptor, los medios radios y televisión prácticamente someten el receptor a un bombardeo de mensajes.

La cuarta categoría es la permanencia de la cual posee la televisión. La televisión posee la característica de combinar estímulos visuales y auditivos, una Organización en el espacio y en el tiempo que le da una gran efectividad, es un medio de participación media, en comparación a la conversación cara a cara y los libros, más cercano a la conversación personal. El medio televisivo es de una gran rapidez lo cual impide una buena labor de crítica y discernimiento en los mensajes.

1.3.1 El principio de la tv

La historia, que conocemos del desarrollo de la T.V. como medio de comunicación, data de 1.884 con el alemán Paul Gottlieb Nipkow. Su idea principal fue conseguir la exploración o búsqueda de transmisión de imágenes a través de pantallas. Con él se encuentran unidos en ésta investigación, varios científicos que inventan todo lo relacionado a la T.V., tales como el norteamericano de origen ruso Vladimir Kosma Z.

En 1923 con el iconoscopio; el ingeniero de radio norteamericano Philo Taylor F. con el tubo disector de imágenes; en 1.926 el ingeniero escocés John Logie Baird inventó un sistema de de T.V. que incorporaba los rayos infrarrojos para captar imágenes en la oscuridad.

Así continua su desarrollo la T.V. conociéndose datos de las primeras emisiones públicas con la BBC de Inglaterra en 1.927; la CBS y NBC en EE.UU. en 1.930. En

América Latina se conoce que en 1.934 en México se realizó experimentos de T.V., la primera estación de ella fue en 1946. ¹²

1.3.2 La televisión, la parte operativa y conceptual

Equipos

Cámaras: de Estudio, para exteriores, *ENG*, de

kinescopado, análogas y digitales, de estudio,

grabadoras: (comcordes), grabadoras

comerciales grabadora de video y cintas de

video, monitor, unidad de control remoto, audio, suministro de energía, cables y

conectores, iluminación: luces directas, difusas y de operación manual, lámparas,

intercomunicación, misceláneos, micrófonos: lavalier, de mano, el boom, de auricular,

inalámbricos, de mesa, de pie, colgantes, ocultos, de largo alcance, dinámicos, de

condensador, de listón, del sonido. etc.



Parte productiva

Producir significa buscar que una idea que vale la pena sea representada por televisión. El productor maneja gran cantidad de gente y coordina un número todavía mayor de actividades y detalles de producción.



El modelo causa y efecto inicia con la idea básica, después define el efecto que se desea causar en la audiencia, el proceso del mensaje. Esta definición determinará los requisitos del medio: elementos de contenido, de producción y de gente. Mientras mas se equipararé el proceso del mensaje verdadero con el previamente definido, más éxito tendrá la comunicación.

¹² <http://www.angelfire.com/sc/santisimo/influencia8.html>

Normalmente, la propuesta del programa debe contener la siguiente información mínima: nombre del programa o serie, objetivo, audiencia objetivo, sinopsis del programa, método de producción y presupuesto tentativo. Por lo general el presupuesto del programa se divide por costos de preproducción, producción y posproducción. Además, debe incluir todos los gastos menores o mayores, a menos que éstos se absorban en el presupuestos general de la producción.

El libreto representa el elemento principal de la preproducción. Determina el proceso de producción posterior. La coordinación de preproducción tiene que ver con la selección y coordinación de la gente de producción, la decisión de las instalaciones y las locaciones para la producción, la calendarización de todas las actividades de la producción, los permisos, pagos de derechos, publicidad y promoción.

Durante la producción, el productor actúa como anfitrión, observa el flujo de actividades y vigila la calidad general.

Las actividades de posproducción incluyen: calendarización de instalaciones, y gente de posproducción, supervisión de edición, evaluación del programa final, manejo de la retroalimentación solicitada y no solicitada, además de cubrir los requisitos del registro y archivo.

1.3.3 Equipo técnico y humano



Son las personas que se responsabilizan de la operación del equipo. Por lo general son parte de la cuadrilla. El personal técnico incluye a los operadores de cámaras, a la gente de audio e iluminación, a los operadores y editores de videocinta, así como a los operadores del generador de caracteres.

El término técnico no se refiere a tener experiencia en aspectos electrónicos, sino a la habilidad y confianza con que operan el equipo. Los ingenieros de verdad entienden de electrónica y saben dónde buscar

cuando ocurre alguna falla con alguna pieza del equipo, aunque usualmente no lo operen; supervisan su instalación y le dan mantenimiento. Sin embargo en grandes producciones, a los técnicos se les llama ingenieros, principalmente porque satisfacen la clasificación tradicional del trabajo que establecen los sindicatos.

Personal Función.

Equipo de ingeniería

Ingenieros de verdad que se responsabilizan de la compra, instalación, funcionamiento apropiado y mantenimiento de todo el equipo técnico.

Jefe de ingenieros.- A cargo de todo el personal técnico, presupuestos y equipos. Diseña sistemas, incluyendo las instalaciones de transmisión y vigila las instalaciones y las operaciones diarias.

Asistente del jefe de ingenieros.- Apoya al jefe de ingenieros en todas las cuestiones técnicas y operativas. Se le denomina también supervisor de ingeniería.

Ingeniero a cargo del estudio y producciones remotas.- Vigila todas las operaciones técnicas. Generalmente se lo denomina EIC.

Ingeniero de mantenimiento. - Da mantenimiento a todo el equipo técnico y ayuda durante todas las tomas difíciles durante la producción.

A pesar de sus habilidades en los aspectos técnicos, la siguiente lista no necesariamente está formada por ingenieros, también incluye personal de producción técnicamente entrenados.

Director técnico.- opera el switcher y actúa como jefe técnico del equipo.

Operadores de cámara.- opera las cámaras, con frecuencia realiza la iluminación para programas sencillos.

Director de fotografía.- en producciones fílmicas está a cargo de la iluminación.

Director de iluminación.- se hace cargo de la iluminación; normalmente se les encuentra en las producciones grandes.

Operador de video.- ajusta los controles de la cámara con el propósito de obtener imágenes de óptima calidad

Técnico de audio.- Se encarga de todas las operaciones de audio. Durante el programa opera la consola de audio.

Operador de video cinta.- Opera la videogradora.

Operador del generador de caracteres.- Escribe y/o recobra los nombres y otros materiales gráficos de la computadora para integrarlos a la imagen de video.

Editor de videocinta.- Opera el equipo de edición durante la posproducción.

Artista gráfico digital. Recobra las gráficas digitales para integrarlas al material que sale al aire.¹³

1.4 Índices de audiencia de la televisión

La información sobre los programas que ve la gente se obtiene de forma muy parecida a la medición de los datos de la radio. La siguiente fórmula ejemplifica el modo de calcular el índice de audiencia o rating de un programa de TV en un mercado local:

$$\text{Índice de audiencia} = \frac{\text{Números de hogares que están viendo un programa}}{\text{Número de HTV}}$$

¹³ Zettl, Herbert "Manual de Producción de televisión" Editorial: International Thomson Editores, 7ª. Edición, 2000.

Donde HTV es igual al número de hogares en un mercado determinado que cuenta con una televisión.

CANAL QUE OBSERVA A PARTIR DE 18:H00 HASTA 21:H00	TELEVIDENTES	PORCENTAJES %
ESPN	2	4
RTS	1	2
TELEAMAZONAS	3	6
ECUAVISA	9	18
GAMAVISIÓN	20	40
SONOVISIÓN	4	8
TNT	2	4
CANAL DE LAS ESTRELLAS	1	2
TC	1	2
CNN	2	2
ENLACE	1	2
RTU	1	2
CANAL 19 DE TV CABLE	1	2
CANAL UNO	1	2
NINGUNO	1	2
Total de personas	50	100

Por ejemplo en la ciudad de Puyo, lugar donde hemos realizado la investigación aplicamos una pequeña encuesta a un grupo de 50 personas respecto a que programa observa a determinada hora (de 18:H00 a 21:H00); los resultados alcanzados son los que se encuentran en la tabla.

Considerando la gran cantidad de canales que ofrecen las empresas privadas de programas

pagados (tv cable), el 40% obtenido por el canal de gamavisión en esta encuesta demuestra su alto nivel de rating y aceptación en esta ciudad, lo que le pone como uno de los favoritos para la teleaudiencia.

De forma parecida, la participación de audiencia o share se calcula usando la siguiente fórmula:

$$\text{Participación de audiencia} = \frac{\text{Número de hogares que están viendo un programa}}{\text{Número de HUT}}$$

Donde HUT equivale al número de hogares que están usando televisión a una hora determinada.

Debido a que las cifras de los libros de índices de audiencia determinan la inversión de altas sumas de dinero, es muy importante que sean tan confiables y verídicas como sea posible. A principios de los sesenta, cuando los programas de concurso y escándalos de la payola estaban en su apogeo, el Congreso puso gran atención en la industria de las transmisiones. Como respuesta a las críticas de un comité del Congreso sobre las técnicas de la medición de audiencia, los líderes de los publicistas y emisores fundaron el Electronic Media Ratings Council (EMRC).

La tarea del EMRC es triple: supervisa, audita y acredita los servidores de medición de las emisoras. El consejo supervisa el desempeño de las compañías que miden los índices de audiencia asegurándose de que los reportes de los resultados reúnan los estándares mínimos establecidos por el EMRC.

Las auditorías se llevan a cabo constantemente. Si la compañía encargada de medir los índices de audiencia acredita la auditoría, recibe la autorización para exhibir el sello del EMRC de aceptación en sus reportes.

A pesar de la labor del EMRC, los índices de audiencia todavía están sujetos a la crítica. Una de las quejas, de parte de quienes es obvio que no comprenden la teoría estadística que sustenta las muestras, está dirigida a las encuestas nacionales de Nielsen.

La crítica cuestiona el grado de veracidad con que la muestra de sólo 5000 hogares refleja las preferencias de 90 millones de hogares. En realidad, se obtienen resultados bastante confiables del tamaño de esta muestra dentro de un margen de error determinado. Sin embargo, hay críticas que merecen mayor estudio.

Primero, es posible que el tipo de persona que acepta participar en las encuestas guste de programas distintos de los del espectador que prefieren no participar.

Segundo, en el caso de los reportes de Nielsen (basados en casi 55 por ciento de los diarios recibidos), es posible que el comportamiento de quienes regresa el diario sea diferente al de los que no lo devuelven. Tercero, la conducta de la gente que sabe que hay alguien midiendo sus hábitos podría variar.

Cuarto, las compañías que miden los niveles de audiencia admiten haber tenido problemas para medir los hábitos de ciertos grupos. Por ejemplo, las minorías en particular de los negros e hispanos quizá no estén bien representadas en las muestras de las compañías.

Por último, las estaciones sujetas a medición podrían distorsionar el proceso de medición por medio de concursos y promociones especiales o de programas especiales o fuera de lo común con la intención de “inflar” los índices de audiencia. No obstante, la diferencia entre programación inflada y la legítima no está muy definida.

Es obvio que los niveles de audiencia no son infalibles. Aun así, a pesar de sus efectos, obtienen información útil a un precio razonable para los anunciantes y el resto de la industria de la televisión. Siempre que haya un sistema comercial habrá alguna forma de medición de los índices de audiencia.

Las cadenas de TV tienen tres tipos especiales de retroalimentación con el público para sondear cuáles serán los programas más populares entre los espectadores, además del índice de audiencia. El primer tipo de investigación consiste en cuestionarios que se aplican para medir los gustos del público, sus opiniones y creencias. Se llega a encuestar hasta 100.000 individuos al año, ya sea personalmente o por teléfono, con la intención de identificar posibles temas y situaciones para futuros programas.

La evaluación del concepto es otra forma de retroalimentación; consiste en la descripción de uno o dos párrafos sobre una futura serie sometida a la opinión de una muestra de espectadores. Las ideas aceptadas en esta evaluación incrementan su oportunidad de salir al aire.

La evaluación piloto es la tercera forma de retroalimentación. Se trata de un grupo de espectadores concentrados en una sala de prueba especial donde se le muestra todo un programa. El público se coloca en butacas equipadas con discos de marcación o botones utilizados para mostrar hasta qué grado el programa es del gusto del público. Se les pide a los participantes que opriman un botón verde, por ejemplo, cuando vean en la pantalla algo que les guste, y un botón rojo cuando les disguste.

Hoy en día, las cadenas aplican este sistema de medición en los sistemas de cable puesto que es lo más parecido a la TV abierta. Varios cientos de suscriptores en una comunidad determinada reciben una llamada para pedirles que participen en una de estas pruebas; luego ven el programa en un canal especial del sistema de cable y contestan por teléfono un cuestionario sobre la trama, los personajes, las relaciones, etc.

1.5 La TV y la socialización

De todos los medios de comunicación masiva, la televisión es tal vez la que tiene el mayor poder de socialización. Para cuando un individuo cumple 18 años, ya ha pasado más tiempo de su vida frente al televisor que en cualquier otra actividad, que no sea dormir. Un programa infantil en horario estelar puede llegar a 10 millones de niños de entre 6 y 11 años.

Debido a que todo el tiempo que se le dedica a la TV. Algunos autores han advertido sobre posibles disfunciones en caso de que la televisión se convierta en el canal principal de la socialización. Ya que la violencia es el principal contenido de muchos programas, se teme a que los pequeños espectadores se socialicen con la aceptación de la violencia como método legítimo para resolver conflictos.

En un estudio entre niños de escuela primaria, resultó que aquellos que pasaban más horas ante la TV aceptador mejor la afirmación. “Casi siempre esta bien golpear al que te hace enojar” que los que veían menos. Otra posibilidad es que la constante violencia en la televisión produzca temor por “el mundo real”.

Un estudio encontró que los niños que veían mucha televisión tenían más miedo de salir de noche que los que veían menos. Las encuestas sobre la televisión han demostrado que este medio también da a conocer las distintas profesiones que hay. Por ejemplo, durante la década de los 70, las dos ocupaciones más comunes de los personajes femeninos eran ama de casa y oficial de la policía.

Ninguna ocupación se presentó con tanta frecuencia como alguna de estas dos. Si las chicas de esta década no hubieran tenido otros parámetros, habrían pensado que las

únicas opciones para elegir eran casarse o ser policía. Por último, se ha argumentado que por muchos años la imagen de los grupos minoritarios transmitida de una generación a otra por los medios fue el reflejo estereotipado de la visión de quienes sustentaban el poder: hombres blancos, anglosajones, y de religión protestante.

Como resultado, negros e indios americanos padecieron durante todos los años en que los indios eran considerados salvajes asesinos de blancos y los negros aparecían desempeñando labores serviles. Estos estereotipos fueron cambiando muy lentamente, en parte porque les llevo mucho tiempo a los miembros de estas minorías influir en las organizaciones de los grandes medios.¹⁴

1.6 La televisión informa, educa, entretiene y despierta el sentido crítico.

La televisión, en primer lugar informa y hoy día los ciudadanos conocen lo que pasa en el mundo mucho más a través de los noticiarios que en ningún otro medio. En segundo lugar la televisión entretiene y gracias a ella podemos disfrutar de lo que nos gusta: cine, deporte, música, tertulias, debates, etc. En tercer lugar la televisión educa. No nos referimos sólo a los programas calificados como «educativos», algunos de los cuales tienen un interés muy escaso, sino a la capacidad y posibilidad de ayudar a comprender el mundo en que vivimos, pues la televisión tiene un indudable papel socializador y la socialización no es otra cosa que la preparación para vivir en un ámbito social que en la actualidad tiene un perfil universal y que McLuhan ha calificado de «Aldea Global». En cuarto lugar la televisión permite estimular el sentido crítico.

“Existen múltiples formas de ver la televisión. Algunas consisten exclusivamente en captar de forma pasiva los contenidos y mensajes de los diferentes programas pero afortunadamente también es cierto que la televisión ayuda a pensar, favorece la creatividad e incluso tiene potencialmente una enorme capacidad para propiciar la participación a través de mecanismos interactivos que pertenecen más al futuro inmediato que al presente.

¹⁴ Este es un libro de la UTPL: DOMINICK, Joseph, “La dinámica de la comunicación masiva”, litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.

La televisión está dedicada básicamente al entretenimiento, casi tres cuartas partes de la programación diaria entran en esta categoría. El alcance es impresionante, a fines de 1997, aproximadamente 32 millones de personas pagaron por ver la película Jerry Maguire. Casi 125 millones vieron el último episodio de "M*A*S*H".

Otra consecuencia del amplio uso de este medio para el entretenimiento es que ahora resulta más sencillo sentarse y dejar que otros nos distraigan. En lugar de jugar béisbol, la gente simplemente se sienta a verlo en la televisión. En más de una ocasión, los analistas dicen que este medio al igual que los otros, harán por ejemplo, a Estados Unidos una nación que en lugar de hacer, sólo ve y escucha."¹⁵

Comencemos con la función informativa. Existen comunicólogos, psicólogos y antropólogos que definen al ser humano como inornívoro, es decir, devorador de información. Es más, en este momento de expansión de los medios, recibimos una enorme cantidad de información que sólo podemos digerir y asimilar parcialmente.

Muchas personas y familias tienen una especie de alergia a los servicios informativos y tan pronto como aparecen las noticias en la pequeña pantalla hacen zapping buscando otras programaciones, no obstante la televisión cumple una importante función social informando y son cientos de miles y millones las personas que, al no leer periódicos y escuchar poco la radio, reciben la información a través de la televisión.

Es importante estar informados. En esta Aldea Global todo lo que sucede nos afecta o puede afectarnos potencialmente. El auge de los nacionalismos, la expansión de los fundamentalismos, la guerra civil en la Ex-Yugoslavia o la incorporación de un nuevo país a la Comunidad Europea, así como las subidas o bajadas de las bolsas de Nueva York o Tokio en este mundo interdependiente, van a acabar repercutiendo en la sociedad y en nuestra propia vida cotidiana.

La función informativa de la televisión va más allá de los espacios estrictamente informativos como telediarios o telenoticias, ya que recibimos información a través de

¹⁵ DOMINICK, Joseph, "La dinámica de la comunicación masiva", litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.

otros muchos programas que nos ponen en contacto con los problemas del tercer mundo, los retos ecológicos o analizan la realidad política, económica, social y cultural de la sociedad.

Reivindicamos que los padres y madres no renunciemos al derecho a la información recordando aquel aserto de que «una persona sin información es una persona sin opinión.

Por tanto, en nuestros hábitos de telespectadores debemos planificar el conceder un espacio diario no sólo a recibir información sino a profundizar en los temas que nos interesan a través de la óptica plural de los debates. Debemos defendernos de la influencia poderosísima de los medios e intentar controlarlos en la medida de lo posible para evitar caer en su tela de araña y convertirnos en víctimas pasivas sin capacidad de reacción. No existen recetas mágicas, pero el mero hecho de comentar la cartelera, seleccionar programas y decidir colectivamente lo que vamos a ver es un primer paso importante.

La televisión cumple otra función interesante: la de entretenernos. No hemos de renunciar a lo que nos gusta y después de una jornada de trabajo, no hemos de sentir ningún pudor en buscar lo que nos gratifica y nos agrada, una película, un programa de variedades, un concurso, una competición deportiva, etc. Ahora bien, hemos de generar instrumentos críticos buscando la calidad y huyendo de lo burdo y zafio. Además hemos de ser sensibles a las nuevas estrategias publicitarias como la de introducir la publicidad dentro de los programas para evitar que podamos hacer zapping.

Por otro lado y especialmente en los concursos hemos de reflexionar sobre los valores implícitos que nos están transmitiendo, como por ejemplo el poder omnímodo del dinero. Lo que se ha dado en llamar la «cultura del pelotazo», creemos que está relacionada con ese afán por lograr dinero, mucho dinero en los concursos y no sólo dinero, coches, apartamentos, regalos, viajes, otra vez concedidos por firmas comerciales que se introducen subrepticamente en nuestra casa. El afán por obtener dinero, mucho dinero y regalos, acaba por repercutir negativamente en la propia calidad del programa. Una pareja podría perder un valioso coche o viaje por no recordar la capital de un país nórdico, para evitarlo se prepara un escenario en virtud

del cual tienen que elegir números del uno al diez que, una vez descubiertos, contienen los premios y castigos u optar entre dos o tres puertas de las cuales una conduce al paraíso.

Otra función de singular relieve es la educativa/formativa. Los índices de audiencia muestran que determinados documentales y programas culturales son cada vez más apreciados. Lo importante en este caso, como en tantos otros, es la libertad de elegir, que por cierto queda reducida a cero cuando los distintos canales programan un culebrón a la misma hora.

Nuestros hijos e hijas aprenden muchas cosas interesantes en la escuela, en nuestra propia casa, en el barrio, en el cine y en el parque de atracciones, pero no es menos cierto que también aprenden muchísimas cosas a través de la televisión. Un niño o una niña de 6 u 8 años tienen más información del mundo en el que vive que un anciano o anciana de 60 en otros momentos históricos.

Nos sorprende el hecho de que nuestros hijos e hijas sepan muchas cosas sobre la deforestación de la Amazonia, la capa de ozono, la constitución del universo, la comunicación neuronal y la organización cerebral, o las costumbres de los inuits o esquimales, pues bien, no es improbable que muchos de estos conocimientos los hayan aprendido a través de noticias, documentales y películas que han aparecido en la pequeña pantalla.

Cuando hablamos de la función educativa/formativa no nos estamos refiriendo sólo a los programas denominados educativos que muchas veces son aburridos y disuasorios, sino a las informaciones recibidas que ayudan a entender el mundo en el que se vive y que favorecen un cambio de actitudes y valores, como lo muestra el progresivo grado de concienciación ecológica o de la necesidad de apoyar y llevar a cabo una cooperación con el tercer mundo, como ha puesto de manifiesto la campaña del 0'7 %. Lo que se presenta como educativo es muchas veces soporífero. Nunca olvidaremos lo aburrido que nos resultaba cuando éramos niños programas en los que se pretendía explicarnos la digestión como si se tratara de una aventura.

La televisión informa, entretiene, educa y forma, pero sus funciones no terminan ahí. La televisión posee una capacidad de despertar el sentido crítico si sabemos decodificar e interpretar los mensajes e integrar los nuevos datos dentro de nuestra red de conocimientos procurando tener una cabeza bien amueblada. La televisión es un espacio para el ejercicio y aprendizaje de la actitud crítica. En cierto modo, la actitud crítica vendría a actuar como un eje transversal. Las informaciones fragmentarias o inconexas generan confusión pero organizadas y estructuradas dan sentido a la realidad y permiten abordar los problemas con conocimiento de causa para integrar cada dato nuevo en nuestro almacén personal de información contextualizándolo y dándole su verdadero valor.

Debemos aspirar a ese sentido crítico para prevenirnos de los efectos engañosos de la publicidad, para diferenciar la violencia o el sexo como ingredientes de la vida y de las relaciones sociales de la casquería y carnicería gratuita o de la pornografía burda y lo que puede ser aún más importante, para diferenciar la información veraz y objetiva de la tendenciosa y parcial, sea cual sea la corbata del busto parlante

1.7 Uso de la televisión

“Muchas de las personas lo utilizan para mantenerse informado sobre los acontecimientos cotidianos, otro punto para el aprendizaje de temas generales o aspectos particulares relacionados con la curiosidad personal. Así es como encuestas han encontrado que mucha gente expresa las siguientes razones para utilizar los medios:

Quiero saber qué está haciendo el gobierno.

Quiero entender lo que pasa en el mundo.

Quiero saber lo que están haciendo los líderes políticos.

Estas respuestas manifiestan la clase de situaciones comunes en la gratificación cognitiva. Al mismo tiempo, muchas personas también dan las siguientes razones para utilizar los medios:

Quiero aprender a hacer cosas nuevas.

Quiero satisfacer mi curiosidad.

Los medios me motivan a saber más cosas.

Los medios me dan ideas.

Estas afirmaciones ejemplifican la otra clase de conocimiento, es decir, la utilización de los medios para satisfacer el deseo de adquirir cultura general.

La diversión es otra necesidad humana. Puede tomar diferentes formas. Entre las que han sido identificadas por los investigadores se incluyen: 1) la estimulación o búsqueda de alivio contra el fastidio o la rutina cotidiana; 2) relajación o escape de las presiones y problemas diarios, y 3) liberación emocional de energía y de emociones reprimidas.

Otros de su uso son para la liberación emocional. Uno de los grandes atractivos de las telenovelas es que, según parece, la gente se siente mejor al ver que otros (aunque sean sólo personajes) tienen mayores problemas que los suyos. Hay quienes se identifican con los héroes y heroínas de los medios y participan indirectamente de sus triunfos. Es evidente que este proceso les permite dar salida a algunas de las frustraciones de su vida cotidiana.

La liberación emocional fue quizá una de las primeras funciones atribuidas al contenido de los medios como en este caso de la TV. Aristóteles, en su Poética, habló sobre el fenómeno de catarsis (liberación de emociones reprimidas o energía) que ocurre durante la representación de una obra de teatro trágico. De hecho, la teoría de la catarsis ha surgido con bastante frecuencia desde entonces, por lo general relacionada con la violencia de la televisión. Dentro de las familias se deberían asimilar estos puntos para el uso de la televisión.”¹⁶

a) **“Conviene limitar el tiempo que los hijos están delante de la pequeña pantalla**, por tanto es necesario seleccionar lo que se quiere ver, teniendo una información previa del contenido de los programas. Fijar una norma cuanto antes, si se quiere que la TV juegue sólo un pequeño papel en la vida de los niños.

¹⁶ DOMINICK, Joseph, “La dinámica de la comunicación masiva”, litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.

- b) **Planificar el horario de ver la TV.** Sólo se ha de conectar el televisor cuando haya un programa concreto que se desee ver. No es adecuado conectar el televisor a cualquier hora y tenerlo como música de fondo. Si los padres ven televisión indiscriminadamente lo mismo harán sus hijos.
- c) **Proporcionar al niño alternativas para distraerse.** No utilizar el televisor como si fuera la niñera, excepto ocasionalmente. Mejor es que el niño practique otras actividades agradables que le mantienen entretenido y ocupado.
- d) **Negociar con el niño el tiempo que se va a ver la televisión.** Coloque el plan de sesiones cerca del televisor. El niño debe saber que habrá una penalización si se incumplen los horarios, como puede ser la pérdida de los acuerdos respecto a la televisión que se verá al día siguiente.
- e) **Ver la televisión juntos.** Siempre que sea posible los padres deberían ver la TV junto a sus hijos y, de este modo, hablar de lo que están viendo. Así se potencian los efectos positivos de la TV y se disminuyen los negativos. Si el niño ve y discute los programas con un adulto que le da explicaciones de lo que ve en la pantalla, estará más protegido.
- f) **Ver la TV de manera crítica ante los mensajes que aparecen.** Esto se irá consiguiendo si se les enseña a distinguir lo real de lo ficticio, los hechos de las opiniones, lo moralmente correcto de lo incorrecto. Estas distinciones se aprenden en la medida que se crea en la familia la costumbre de comentarlos.
- g) **Hablar de lo que se está viendo.** ¿Es una historia real o una fantasía?, ¿es algo peligroso o algo bueno?, ¿qué piensas de los personajes?, ¿qué sientes viendo este programa? Anime a inventar nuevos finales.
- h) **Discutir las noticias.** El hecho de discutir el contenido de las noticias ayudará a que el niño entienda con más facilidad lo que está ocurriendo en el mundo.
- i) **Hablar de la publicidad.** Enseñe a contemplar los anuncios con ojo crítico y que así entienda que el objetivo es vender algo. ¿Parece un juguete tan bueno

en la tienda como en la pantalla?, ¿qué consiguen los vendedores repitiendo muchas veces un anuncio?

- j) **Cambiar los hábitos televisivos en el hogar.** Cuando el niño se ve que es tele adicto y ve más la TV de lo que los padres quisieran, es necesario provocar cambios ¿Cómo? alternar la TV con otras actividades: "¿Quieres ver tu programa favorito a las 8h30am? ¿Qué te gustaría hacer hasta entonces?". Los padres pueden sugerir juegos de mesa, la lectura de un libro, escuchar música, pasear, repasar ejercicios escolares.
- k) **Utilizar la televisión como recompensa.** Cuando un niño disfruta con la TV, el hecho de verla es un reforzador natural de otros comportamientos. Se puede utilizar la TV como reforzador para conductas que se pueden mejorar."¹⁷

1.8 Utilidad social

Los psicólogos también han identificado un conjunto de necesidades sociales integradoras, que incluyen nuestra necesidad de fortalecer la relación con la familia, los amigos y el resto de la sociedad. La necesidad social integradora parece surgir de la necesidad del individuo de relacionarse con los demás. La función de este medio es esa dirigir a satisfacer esta necesidad que se llama utilidad social. Esta utilidad se presenta en varias formas. La primera, ¿han hablado con un amigo o amiga sobre un programa de televisión, o una película que vieron?

En este caso se ha utilizado el medio como un tema de conversación. Así se proporciona un terreno común en las conversaciones sociales; muchas personas usan como temas de conversación cosa que han visto u oído. Hay una cierta utilidad social en el hecho de tener un repertorio amplio de temas de conversación, de manera que, donde nos encontremos, siempre tengamos algo que comentar y podamos estar bastante seguros de que la persona con la que hablamos conozca el tema.

¹⁷ http://www.isftic.mepsyd.es/padres/videojuegos/television_y_familia/

webmaster@isftic.educacion.es Ministerio de Educación Instituto Superior de Formación y Recursos en Red para el Profesorado Información general

Otras personas dicen que utilizan a la televisión como un recurso para no sentirse solos. El televisor es una compañía para la gente que, de otro modo, se siente sola.

Se ha desarrollado además un fenómeno que se llama relación parasocial. Tal es el caso de un estudio llevado a cabo durante los años 70 sobre las relaciones parasociales entre el público y los conductores de la TV.

Por ejemplo una estación de televisión local intentó acercarse al público transmitiendo todo un noticiario desde la sala de sus espectadores.

1.9 Evasión

A veces las personas utilizan los medios para crear una barrera entre ellas y otras personas o actividades. Por ejemplo, los medios les ayudan a evitar ciertos quehaceres. Los niños aprenden rápidamente cómo usar el medio en este sentido. Este diálogo hipotético puede sonar conocido:

“Te toca sacar al perro”

“No puedo. Quiero acabar de ver este programa. Ve tú”

En este caso, ver el contenido de un programa se define como una conducta socialmente apropiada que no debe interrumpirse. De igual modo, es posible posponer tareas o evitarlas por completo.

Las personas también utilizan el medio para crear una barrera invisible entre ellas y los demás. En casa los adultos aíslan el diálogo entre los niños (“No molestes a papá. Esta viendo el partido.”), o a los niños de los adultos (“No den lata. Vayan al otro cuarto a ver Plaza Sésamo”).¹⁸

1.10 El bien común y la televisión

“Hijo, no veas más la TV haz tu tarea.”, “No mamá...”, “pero si es ¡aburridísimo! No le veo ningún sentido a la película”, “Ma...”. Y se le ve a la madre ir a apagar la TV.

¹⁸ DOMINICK, Joseph, “La dinámica de la comunicación masiva”, litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.



Lo anterior es un episodio bastante común en las familias de hoy. Eso me recuerda a las noches que mi madre me apaga la TV para que vaya a estudiar cuando ya lo había hecho durante todo el día. A veces me pregunto si ella hacía lo mismo cuando ella era joven. Sé que no. En su juventud estudiaba y trabajaba el campo en su tiempo libre. Ella sí tuvo contacto fuera del estudio pero no se dio cuenta de la importancia de tener contacto humano. Muchas veces me restringía los horarios de TV pensando que mejor que eso era ir a estudiar. Durante muchos años lo creí pero a partir de cierta edad empecé a cuestionarlo: algo me decía que no estaba bien.

Entonces hoy me di cuenta del por qué. El libro lo ha escrito el hombre y se debe interpretarlo. Justamente la TV es uno de los tantos medios que nos brinda la oportunidad de interpretar las cosas. Además, provee temas de conversación entre personas. ¿Cuándo fue la última vez que has hablado sobre una serie de televisión o película? Seguramente no hace mucho. Aún cuando la trama no resulte excitante de todos modos nos entrena para poder expresar cada vez mejor.

Es más, al acostumbrarse a las diferentes expresiones uno las comprende mejor y es más eficiente cuando tenga que hacer la tarea. Ahora, algunos pueden creer que el libro es todavía un mejor medio para desarrollar nuestras imaginaciones mientras que la TV solamente nos entorpece, nos torna pasivos. En mi humilde opinión, no existe nada que sea “mejor” que otro. Se debe lograr un balance entre las cosas. Sólo en su justa medida pueden ofrecer su máximo beneficio.

Para concluir desearía recordar que la TV, por lo tanto, es una de las tantas herramientas que debemos aprovechar. Puesto que nos permite mantenernos informados de lo que acontece en el medio local, nacional e internacional en el sentido

económico, político y social etc. Tomemos ventaja de la tecnología y hagamos nuestra vida cada día mejor. Eso si escogiendo lo que nos sirve.¹⁹

1.11 Repercusiones culturales de la televisión

La televisión creció rodeada de otras tendencias y eventos sociales determinantes. La población comenzó a emigrar a las zonas urbanas, así que trasladarse se volvió todo un ritual. El número de mujeres que empezaba a formar parte de la fuerza de trabajo iba en aumento. Los años sesenta vieron los inicios del movimiento de los derechos civiles, la guerra de Vietnam y el crecimiento de la “contracultura”. La televisión llevó todos estos acontecimientos hasta las salas de todas las familias.

Hoy, hay un televisor en 98 por ciento de los hogares, encendido alrededor de siete horas diarias. En un periodo asombrosamente corto, la televisión reemplazó a la radio como el medio de información y entretenimiento más importante del país y se volvió una fuerza cultural y social de gran trascendencia. De hecho, tal vez no haya estado el tiempo suficiente entre nosotros para darnos cuenta de todas sus consecuencias. Algunas de ellas son bastantes obvias.

La televisión se ha vuelto un importante consumidor de tiempo. Dormir y trabajar son las dos cosas a las que una persona dedica más tiempo; ver la televisión es la tercera. La televisión ha transformado la política. Ahora se organizan convenciones y debates políticos en TV; los candidatos contratan asesores de TV; la publicidad gasta millones en comerciales, y así por el estilo. También ejerce una influencia uniformadora en la sociedad. La forma de vestir, los peinados, el lenguaje y los estilos de vida que aparecen en la TV se extienden por todo el país y el resto del mundo.

Los noticieros televisivos se han convertido en la fuente de información más recurrida y confiable. La TV ha creado una pléyade de estrellas y celebridades. Asimismo, se ha insinuado que es un importante factor de socialización para los niños y que su programación puede provocar conductas antisociales y e indeseables.

¹⁹ www.taonline.com

Para cerrar esta sesión, quizá sea apropiado revisar algunos de los otros hitos de los que se ha hablado. El telégrafo fue el primero en ser llamado “el gran exterminador del tiempo y del espacio”, pero parece que la televisión podría ocupar mejor ese título. El público ha visto imágenes en vivo sobre Bagdad, la órbita de la tierra, la Luna, Marte. De hecho, el telespectador actual espera ver reportajes en vivo de historias candentes, no importa de dónde venga; ya ningún lugar parece estar lejos.

El segundo gran hito de la comunicación, la fotografía, permitió la creación de un archivo de experiencias comunes, sin embargo la televisión lo ha sobrepasado. Las imágenes televisadas del entierro de Kennedy, el descenso en la Luna del Apolo11, la caída del muro de Berlín, la explosión del Challenger, el juicio de O.J.Simpson y el entierro de la princesa Diana, por ejemplo, han quedado impresos de forma indeleble en la conciencia humana.

1.12 La televisión por el TV cable

Este sistema se afianzó a finales de los noventa y tuvo que enfrentar algunos de los problemas de todo grupo que esta en desarrollo. La rápida expansión de los primeros años decayó. Los canales de cable ya existentes se vieron afectados por los cambios legislativos en los medios, los nuevos canales de cable y la competencia del sistema de satélite. Pero a pesar de todo, el cable logro mantenerse. Haremos una breve retrospectiva. Al decir que el cable comenzó discretamente a principios de los cincuenta como un instrumento para llevar las señales convencionales de televisión a las áreas que no podían recibir de otra manera.

Conforme fue creciendo, algunos sistemas empezaron a llevar las señales de estaciones distantes hacia mercados que ya recibían el servicio de canales locales. Como era de esperarse, las estaciones locales no estuvieron de acuerdo, ya que las nuevas señales les quitaban público. En 1991 había 7500 sistemas de cable dando servicio a cerca de 55 millones de hogares.

Es necesario tomar en cuenta que este crecimiento ocurrió a pesar de que las compañías de cable por lo general evitaban instalaciones urbanas costosas. El ritmo

de crecimiento descendió ligeramente a mediados de los años noventa, pero en 1998 había 65 millones de usuarios de cable.

En el aspecto económico, los ingresos por publicidad rebasaron los dos mil millones de dólares en 1990 y se elevaron hasta los cinco mil millones de dólares en 1996. A pesar de seguir siendo pocos, comparados con los ingresos de la televisión tradicional, la cifra de 1996 representa un incremento de más de 200 por ciento en relación con la cantidad de 1998, suficiente para llamar la atención de las emisoras tradicionales.

Los avances más significativos de la industria de cable en los últimos 20 años han sido más bien legales. En 1984 el Congreso desreguló las tarifas que las compañías de cable cobran a sus suscriptores. Ocho años después, en respuesta a las quejas de los consumidores, el Congreso volvió a regular la industria al aprobar el acta de competencia y protección a los consumidores de televisión por cable, que provocó cerca de 17 por ciento de reducción en las tarifas y ordenó que las compañías emisoras eligieran entre debe llevar o la autorización de la retransmisión.

La mayoría de las compañías optaron por la autorización y obtuvieron su compensación por medio de tiempo en el sistema; o por una garantía de espacio para sus propias cadenas ya existentes o en proyecto.

El acta de Telecomunicaciones de 1996 fue el siguiente hito legal. Esta nueva legislación concedió a las compañías telefónicas el derecho a entrar en el negocio del cable, y a las compañías de cable la autorizó para proporcionar servicio telefónico. Además, ambas compañías podrían adquirir sistemas competitivos en la misma comunidad. Para terminar, el acta permitió a la mayoría de las compañías de cable establecer sus propias tarifas. En 1998 las compañías telefónicas y de cable todavía estaban en proceso de incursionar plenamente en territorios mutuos.

Además de la inminente y creciente competencia de las compañías telefónicas, el cable enfrentaba la amenaza de otros servicios. DirecTV y USSB iniciaron sus operaciones en 1994, ofreciendo a sus suscriptores más de 100 canales. Rupert Murdoch también anunció sus planes de abrir una cadena de satélite en Estados Unidos. (Sin embargo, en 1998, la influencia de DirecTV y USSB en los suscriptores

de cable era bastante molesta, Murdoch desechó sus planes respecto de la cadena de satélite).

Otra fuente de problemas para el cable fue su propio crecimiento. Había más cadenas de cable que espacio disponible en los sistemas existentes. Éstos estaban abriendo espacios sólo para los canales que pagaran por su señal. Fox News, por ejemplo, pagaba a las operadoras de cable por enviar el nuevo canal una tarifa única de 10 dólares por suscriptor. Las cadenas de cable que carecían de los medios de las grandes compañías como Fox buscaban otras alternativas de distribución, entre ellas la TV de alcance reducido y los canales de satélite.

Por último, igual que las cadenas transmisoras, la TV por cable está siendo víctima de la fragmentación del público. A pesar de las dificultades, las perspectivas parecen positivas.

El cable sigue atrayendo espectadores de las cadenas de televisión. No obstante el limitado espacio para los canales, las nuevas cadenas siguen proliferando.

Además, en 1997, Microsoft invirtió mil millones en la Comsat Corporation, una gran compañía de cable. La inversión busca obtener ventaja de la convergencia entre las computadoras y los aparatos de televisión. Microsoft respalda WebTV, un sistema que permite tener acceso a Internet mediante un convertidor al televisor. Un posible escenario sugiere que, en el futuro, el cable será el medio de acceso a Internet para la mayoría de personas. Si esto sucede, Microsoft puede estar seguro de llevarse una rebana de pastel.²⁰

²⁰ DOMINICK, Joseph, “La dinámica de la comunicación masiva”, litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.

CAPITULO II

Problemas

2. Telespectadores

“El televisor se ha vuelto parte de la vida de los estadounidenses. En 1998 había una televisión encendida en 99 por ciento de los hogares del país; en casi 75 por ciento había más de una. La televisión por cable contaba con más de 68 millones de suscriptores en 1998, aproximadamente 70 por ciento del total de hogares con TV.

La televisión se ve siete horas diarias en un hogar promedio, cada individuo ve un promedio de más de tres horas al día. El público de la TV cambia a lo largo del día, a partir de las 7 hasta que llega el máximo de audiencia de 8 a 11pm., horario del este. Después de las 11pm., el público disminuye notablemente.

No es ninguna sorpresa que el mayor número de espectadores se concentre durante los meses de invierno y que suceda lo opuesto durante julio y agosto, cuando la gente dedica su tiempo a actividades al aire libre. La composición del público de la televisión cambia durante el día. Los preescolares y las mujeres tienden a predominar durante las horas del día de lunes a viernes. Los sábados por la mañana, la mayoría del público tiene menos de trece años. En el horario estelar predominan las personas de entre 18 y 49 años.

La elección de horarios está determinada por varios factores, como la edad, el género, la clase social y el nivel escolar. Los adolescentes, por ejemplo, son los que ven menos TV. La gente de menores ingresos por lo general ve más televisión que sus contrapartes de la clase media; las personas con más educación tienden a verla menos, y las mujeres la ven más que los hombres. Los suscriptores de cable son más jóvenes, tienen más hijos, y son más solventes que el espectador promedio.

Se trata de personas inconformes con la televisión tradicional que desean mayor variedad en los programas. Los jefes de familias donde se contratan canales pagados

son más jóvenes, solventes y ven más televisión que los de las familias que no tienen este servicio”²¹

2.1 La utilización de la televisión en los hogares

“Queridos padres, la TV se ha convertido en la madre nodriza de los niños pues, el realismo de la imagen que proyecta, conduce a nuestros hijos a la "tele-adicción" y están desaprovechando los años ideales para inducir a sus hijos en deportes, artes, religión, ya que es durante éste periodo de la vida donde el niño posee mayor capacidad de aprendizaje.

La TV. bien utilizada por los padres como herramienta didáctica, podrá contribuir al crecimiento integral de los niños; pues, presenta un sin numero de alternativas para



influir de forma positiva en la mente de una persona, especialmente la de un niño que mal enfocada y sin guía alguna, puede ser un instrumento fatal.

Con la inclusión de la TV por cable en la sociedad contemporánea y el invento del control remoto, ha surgido un nuevo "deporte": el zapping. El histérico teclear de un par de botones nos transporta desde los castillos medievales hasta la encarnizada lucha por la supremacía estelar; desde los avances científicos ilustrados mediante extraordinarias técnicas digitales hasta las intimidades de una colectividad absurda que expone su vida sin censura. De los dinosaurios hasta la guerra de las galaxias, de la ternura de un nacimiento hasta la desfigurada y surrealista imagen de una guerra siempre lejana; no hay más que un instante controlado por el índice.

En su "Diccionario Filosófico", Fernando Savater afirma que la perturbación moral colectiva atribuida al cine y la TV es "un tópico alimentado por cierta psicología

²¹ DOMINICK, Joseph, "La dinámica de la comunicación masiva", litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.

confusa y una sociología apresurada que sostiene que la violencia juvenil y hasta infantil proviene de los malos ejemplos vistos en las pantallas.

La TV llegó para quedarse y transformarse en un miembro más de la familia, a tal punto que exige, cual adolescente, una habitación propia y hasta un desarrollo arquitectónico personal. Sería erróneo pensar que este aparato es el enemigo y luchar por desterrarlo podría ser tan infructuoso como luchar contra la obesidad eliminando el refrigerador.

La familia es la influencia más importante en la vida de un niño, pero la televisión no está muy lejos. Esta puede informarnos, entretenernos y enseñarnos. Sin embargo no todo lo que enseña es lo que deseamos que los niños aprendan. Conociendo los efectos de la televisión sobre los niños podemos transformar su uso en una experiencia, no solo divertida, sino también saludable.

Siguiendo en la línea de todos estos artículos, que deben ayudar a la familia a tener más puntos de reflexión para mejorar su capacidad educadora, nos parece oportuno dedicar un tiempo a pensar en la televisión dado que, exceptuando algún caso aislado, este medio de comunicación está presente en casi todos los hogares. Se trata de saberla utilizar. Destacaremos cuatro conceptos prácticos para hacer buen uso de la TV:

- 1. Ver los programas con los hijos e hijas:** Es bueno acompañar a las criaturas, estar a su lado, para hacerles distinguir realidad de ficción. Cuando son pequeños, les gusta mucho que les expliquen el significado de lo que ven y también es conveniente hacerles preguntas sensatas para saber los efectos que les produce lo que han visto. De más grandes, está demostrado que ayudar a tener espíritu crítico y establecer un diálogo sobre lo que se ha visto juntos; los va animando a saber escoger, lo cual es muy importante para su formación humana.
- 2. No tener la televisión como una "niñera electrónica":** No puede ser de ningún modo que la televisión sea la que cuide a nuestras criaturas. Esto es especialmente importante para aquellos padres y madres que no pueden

estar en casa cuando sus hijos llegan de la escuela y no se pueden ocupar de la selección de los programas. Sabemos que muchos programas pueden denigrar la dignidad humana y que las imágenes de la publicidad sirven para tener deseos desmesurados de consumo, etc.

3. **No hacer zapping:** La costumbre de cambiar continuamente de canal no educa la distinción que se tiene que hacer de los diferentes programas que se han previsto ver. Tampoco podemos fiarnos de que los espacios llamados infantiles sean los adecuados para nuestros hijos. Muchos pueden incitar a la violencia, al lenguaje vulgar, a la superficialidad. La única solución para no hacer zapping, es enterarse bien de la programación y de sus contenidos.

4. **Ir creando en casa una videoteca con películas y documentales de temas interesantes para todos los miembros de la familia:** Esta sería una tarea a hacer y un buen objetivo para vivir los encargos, que ya se ha comentado en los artículos de educación de la responsabilidad. Los hijos de más edad se podrían ocupar de grabar documentales que favorecieran el amor a la naturaleza, programas de manualidades, competiciones deportivas, películas infantiles o juveniles. Se trata de la ilusión por colaborar en una actividad de ocio, pero que nunca sería la única, y que padres y madres sabrán buscarle otras alternativas con imaginación y sentido guía para ver la TV.

Juan Pablo II ha señalado en el documento ya mencionado que “una reflexión atenta sobre la dimensión ética de las comunicaciones debe desembocar en iniciativas prácticas orientadas a eliminar los peligros para el bienestar de la familia planteados por los medios de comunicación social, y asegurar que esos poderosos medios de comunicación sigan siendo auténticas fuentes de enriquecimiento”. Atendiendo su consejo sobre esas iniciativas prácticas le propongo una guía para ver la televisión en familia.

Para la elaboración de esta guía he tenido en cuenta las famosas “5 W” o preguntas que todo periodista tiene que responder para escribir un buen lead informativo. Por lo tanto las siguientes propuestas se agrupan en quién tiene que ver la televisión y/o ejercer de participante activo en el visionado de los programas, qué contenidos debemos considerar o filtrar, cuándo conviene encender el aparato de televisión, dónde tenemos que ver los programas de televisión y por qué compartimos nuestro tiempo con los medios de comunicación, en concreto con la televisión.”²²

2.1.1 Quién

“Los padres tienen que preocuparse de los programas de televisión que se ven en su hogar. Echarle la culpa al aparato de televisión es la respuesta más fácil y cómoda.

Los padres deben acompañar a los niños en el visionado de los programas de televisión. Esto facilitará a los progenitores el conocimiento de los efectos que determinados programas tienen en sus hijos.

Los padres han de informarse del contenido de los programas audiovisuales con anterioridad al visionado de éstos.

La familia debe estructurar su tiempo de ocio con diferentes actividades alternativas a la televisión, videojuegos, ordenador, etc.

Los padres han de ser críticos con aquellos programas infantiles que no respeten los valores y derechos de los niños.

Las familias tienen que organizarse y/o formar parte de las asociaciones de telespectadores para defender su derecho a un medio de comunicación digno, defensor de los derechos humanos y valores constructores de una sociedad responsable y siempre de la vida humana.

²² info@familiayeducación.org

2.1.2 Qué

Los padres tienen que enseñar a ver programas de televisión y nunca a ver televisión. Este es el primer paso para iniciar a los más pequeños en la selección de contenidos.

La familia ha de orientar a los niños hacia la conducta ejemplar de personajes reales mejor que héroes inexistentes o imaginarios. De estos últimos habrá que extraer lo mejor y contrastarlo con ejemplos de la vida cotidiana.

Los progenitores tienen que presentar a los más jóvenes aquellos programas que muestren contenidos relacionados con el ocio, la cultura, la naturaleza, etc., evitando aquellos insustanciales o superficiales.

Los padres han de saber que, en muchas ocasiones, los llamados programas infantiles y/o dibujos animados no son tan infantiles.

Los más jóvenes no pueden ver bajo su capricho, aunque sea acompañados cualquier espacio de la parrilla de televisión.

Los padres tienen que transmitir en primer lugar los valores morales en la familia y posteriormente, está contrastar y comprobar estos valores en los contenidos mediáticos.

La familia debe compartir con sus miembros la cultura de la imagen, pero ésta debe ampliarse a otros ámbitos: cine, fotografía, exposiciones, etc.

Los padres tienen que considerar también los anuncios publicitarios como un contenido muy importante de la televisión y que ejerce una poderosa influencia hipnótica en los niños más pequeños.

2.1.3 Cómo

La televisión tiene que encenderse cuándo se desea ver algún programa en concreto. No debemos tener ésta en funcionamiento continuo y como fondo permanente de nuestras casas.

La mejor forma de ver la televisión es alejar el mando a distancia. El “zapping” continuo construye un discurso incoherente y discontinuo que constata nuestra falta de criterio.

La televisión es un medio y, por tanto, no podemos convertir ésta en una niñera que distraiga a los hijos porque negamos la esencia del aparato de televisión o la función que tiene que ejercer la familia en el hogar.

La televisión puede convertirse en proveedor de contenidos para constituir una videoteca familiar con los mejores programas.

La televisión tiene que apagarse cuando el programa seleccionado ha finalizado. No hay que esperar a lo próximo que pueda interesarnos.

La televisión no hay que utilizarla como un valor en sí mismo que sirve para premiar o castigar las acciones de los niños. Estas prácticas convierten a la televisión en protagonista del proceso educativo.

2.1.4 Dónde

La familia tiene que disponer de un espacio común donde compartir el visionado, los comentarios, las críticas y valores que lleven a cabo los distintos miembros de la casa.

Los padres tienen que evitar que los niños dispongan de su propio aparato de televisión en su habitación. Esto facilita que los más pequeños vean cualquier programa sin compañía y conviertan su espacio de trabajo escolar y descanso en recinto abierto a todo tipo de estímulos.

2.1.5 Cuándo

La familia tiene que establecer unos horarios para ver programas de televisión que no repercuten en la vida personal ni familiar.

Los padres han de limitar el tiempo de visionado de espacios de televisión. Este nunca debe exceder de dos horas y es recomendable no más de una hora diaria.

La familia tiene que convertir sus reuniones, por ejemplo durante las comidas, en momentos exclusivos de diálogo entre sus miembros y siempre sin contar con la presencia encendida de la televisión.

La familia puede ponerse delante de la televisión cuando las tareas principales de la jornada han llegado a su fin.

Los padres no tienen que permitir que los niños hagan sus tareas escolares con la televisión encendida.

2.1.6 Por qué

La familia tiene que considerar la riqueza de contenidos que ofrecen los medios de comunicación. Nos permite conocer otros países, otras culturas, nos informa, nos muestra las hazañas deportivas, nos descubre las maravillas de la naturaleza, las manifestaciones artísticas, etc.

La familia ha de entender que como medios de comunicación estos no son ni buenos ni malos, el calificativo que adquieran estará en función del uso que cada uno de nosotros hagamos de ellos.

La televisión es uno de los recursos de comunicación audiovisual más poderosos. Hace del mundo una aldea global. Tenemos la posibilidad de estar asomados a una pantalla que de inmediato nos presenta lo que acontece en cualquier punto del planeta.

Las posibilidades educativas que tiene son espectaculares, la fuerza comunicadora de la imagen al presentarnos de manera tan intuitiva fenómenos, acontecimientos, procesos hace que su potencial educador y formativo sea enorme en sí mismo, pero todas las posibilidades educativas que pueda tener, en la práctica depende del uso que se le quiera dar.”²³

²³ Dra. M^a Rosa Pinto Lobo Catedrática de Teoría de la Comunicación Universidad Pontificia de Salamanca

2.2 ¿Cómo afecta la presencia de un solo televisor en el hogar?

2.2.1 Tiempo

El niño necesita pasar la mayor parte de su tiempo creciendo y aprendiendo. Aunque pueda resultar una tentación usar la TV para mantener a los niños ocupados, jugar, leer, compartir con amigos y la familia, resulta mucho más saludable que sentarse frente al televisor.

2.2.2 Aprendizaje

La TV puede ser un poderoso maestro. Existen programas con un muy buen contenido cultural y que ayudan al aprendizaje de los niños.

Mirar TV por otro lado limita el tiempo para lectura y las labores escolares.

La principal fuente de moldeamiento de conducta a imitar por su público, en especial niños y adolescentes, se le atribuye a la televisión; por cuanto que el aprendizaje se logra por imitaciones exactas de los comportamientos de otros; sin que haya una orientación adecuada por parte de sus padres.

Sin la debida orientación la TV. se puede convertir en un enemigo de la salud de los pequeños; pues, su fin es encontrar divertidas aventuras o escapar de un ambiente familiar triste, opresivo y solitario.

Es evidente en nuestro medio la proliferación de niños con problemas emocionales, niños que han sido inteligentes, creativos y se convierten en pasivos, les resta importancia a cualquier actividad por quedarse frente a la pantalla.

Empiezan a tener cambios de comportamiento escolar y en la vida familiar manifiestan apatía por los trabajos escolares y actividades lúdicas; es decir, el juego. Son niños entre los cuatro y doce años, están en busca de una identificación, pero ¿con quién lo van hacer? si entre padres e hijos no hay comunicación; y esto trae como consecuencia carencia de identidad.

El comportamiento característico de los niños que permanecen más de cuatro horas frente al televisor, es la agresividad, preferencia por películas violentas, apatía por las

tareas escolares, cierta pasividad escolar, daños en los ojos, problemas emocionales; pues, algunas imágenes que le impresionan quedan grabadas inconscientemente, lo cual desequilibra su relación con el entorno.

Otros problemas graves que se presentan es que el niño pierde contacto social; pues, empieza a carecer de amigos, lo cual produce un aislamiento.

2.2.3 Violencia

La cantidad de violencia en la TV se esta incrementando. El niño promedio verá 12.000 actos violentos en la TV anualmente (incluyendo asesinatos y violaciones).

Más de mil estudios confirman que la exposición a esta dosis de violencia televisiva incrementa las conductas agresivas, especialmente en varones y que la reducción del tiempo frente al televisor o la eliminación de esta actividad las disminuye.

2.2.4 Nutrición

Como la TV quita tiempo que puede utilizarse para jugar y realizar actividades físicas, los niños que miran mucha TV tiende a comer más veces y estar físicamente menos aptos. Mirar TV produce una contribución importante a la obesidad porque además los comerciales que se observan promueven prácticas dietéticas no saludables.

2.2.5 Sexualidad

La TV se ha transformado en un importante educador sexual. El adolescente promedio ve más de 14.000 referencias sexuales anualmente.

El sexo entre parejas no casadas se muestra 24 más veces que entre esposos, mientras que las enfermedades de transmisión sexual y los embarazos no deseados son raramente mencionados.

2.2.6 Alcohol, tabaco y otras drogas

La TV no es solo un modo en el cual el adolescente aprende sobre el uso del alcohol y el tabaco, la preocupación es además que las consecuencias de estas conductas no están adecuadamente reflejadas.

"Hay datos que sugieren que la industria del tabaco desarrolla propagandas dirigidas a niños y adolescentes" Por ejemplo en 1988, R. J. Reynolds presentó al simpático "Joe Camel" que juega al pool, anda en motos, y se relaciona con atractivas señoritas mientras fuma cigarrillos."Tres años después de la campaña, los estudios revelaron que niños y adolescentes fácilmente reconocían a Joe Camel. Un estudio demostró que los niños de 6 años ya reconocían a Joe Camel tan fácilmente como a Mickey Mouse".

2.2.7 Comerciales

El estado de desarrollo de un niño tiene un rol en el efecto de la publicidad. Los niños pequeños no entienden el concepto de promoción de ventas. Tienden a creer lo que se les dice y pueden asumir como una carencia importante la falta de aquellos productos publicitados que no tienen. La mayoría de los niños preescolares no entienden la diferencia entre un programa hecho para entretener y un comercial diseñado para vender.

En 1750 AC el código de Hammurabi consideraba un crimen castigado con la muerte la venta de cualquier objeto a un niño sin la previa autorización de un tutor. En la actualidad el niño promedio ve más de 20.000 comerciales por año. Más del 60% de los comerciales promueven cereales, dulces, alimentos inadecuados y juguetes.

"Los chicos siempre fueron importantes eslabones de la cadena del consumo y el fenómeno aumenta con el tiempo. Y no sólo eso: cada vez más y más, los deseos de los más pequeños (que ejercen una influencia directa sobre los hábitos de compra de sus padres) están ligados a lo que ven en la televisión.

2.2.8 Efectos sobre el cerebro en desarrollo

Los neurocientíficos han demostrado que las experiencias ambientales modelan significativamente el cerebro en desarrollo debido a la plasticidad de sus conexiones neuronales. La exposición repetida de un estímulo procedente del entorno del niño forzosamente harán impacto en su desarrollo mental y emocional, ya sea por establecer un determinado circuito neuronal ("hábitos mentales") o por deprivación cerebral de otras experiencias.

Mientras los estímulos apropiados mejoran el desarrollo cerebral, el entorno que favorece la pasividad intelectual y una conducta inadaptada (Ej. Impulsividad, violencia) o la depravación cerebral de las oportunidades de participar activamente en el relacionamiento social, juego creativo, la resolución de problemas complejos y la reflexión, tendrán deletéreas e irrevocables consecuencias. Mundialmente los docentes reportan una "epidemia" del síndrome de déficit de atención e hiperactividad, problemas de conducta, claudicación de las habilidades académicas, dificultades del lenguaje (que se extienden a la lectura comprensiva y la expresión oral) y pobres habilidades para resolver problemas.

Los altos niveles de tiempo frente al televisor se correlacionan con bajo rendimiento académico, especialmente en las evaluaciones de lectura. Esto puede deberse a la sustitución del hábito de lectura y a que los precisos estímulos visuales bloquean el desarrollo de los circuitos neuronales del hemisferio cerebral izquierdo. Las técnicas subliminales de atraer la atención utilizada en la TV pueden producir en un cerebro en desarrollo perdido de la capacidad de razonamiento independiente necesario para actividades como el juego, manualidades, interacción social o para corretear bulliciosamente.

Algunos investigadores sugieren que la televisión trivial y los videojuegos alterarían el desarrollo de los centros de la corteza prefrontal, responsables del autocontrol, el juicio moral y la atención.

2.2.9 Imágenes distorsionadas de la vida real

Las investigaciones sociológicas realizadas sobre los medios a través de varios estudios, indican que la televisión puede afectar la percepción del observador y su conducta en algunas circunstancias. Las imágenes y mensajes reflejados en las novelas de TV representan realidades falsas incluyendo la percepción del nacimiento y la muerte.

Por repetición, las imágenes con contenidos de homosexualidad, incesto, divorcio, promiscuidad, corrupción, adulterio, violencia y sadismo pasan a ser familiares para el niño, quien no posee la capacidad de discernimiento del adulto y termina asimilando patrones de conducta similares.

2.2.10 Estrés

Las películas de terror han demostrado aumentar el nivel de estrés no solo en niños sino en las familias que ven este tipo de filmes. El llamado "desorden de estrés postraumático" caracterizado por dificultades para dormir, pesadillas, miedo a la oscuridad, crisis de pánico y pensamientos recurrentes aparece súbitamente luego de películas de terror, incluso en forma colectiva luego de la emisión de películas de terror por TV. Los informativos cargados de imágenes crudas y violentas están aumentando considerablemente el temor a ser víctima de violencia. Gerbner y sus colegas encontraron que la exposición regular a la TV contribuye a larga a desarrollar un sentido de vulnerabilidad, dependencia, ansiedad y temor.

2.2.11 La visión frente a la TV

Las radiaciones luminosas se ubican entre los 100nm y 1mm, yendo desde las ultravioletas a las infrarrojas. Las radiaciones visibles están comprendidas entre los 400 y 700nm. La emisión de radiaciones ionizantes desde un televisor varía según el tamaño de la pantalla y el brillo de la imagen. Comprende radiaciones visibles u ultravioletas de baja longitud, las cuales son absorbidas por el aire a pocos centímetros de la pantalla.

Se considera que una distancia prudente para mirar TV es aquella que equivale a cinco veces el tamaño de la pantalla, o sea que para un TV de 20 pulgadas la distancia ideal se ubica alrededor de los 2 metros. A esa distancia la retina deja de percibir el componente de puntos luminosos que conforman la pantalla, mejorando la nitidez de la imagen. Esto no rige para los monitores de computación que presentan un rango de radiación menor y acortan la distancia de trabajo.²⁴

²⁴ Dr. Néstor Ivan Zawadzki Desia

2.3 ¿Cuáles son las consecuencias en el comportamiento humano?

2.3.1 Estereotipos

Desde que apareció la televisión esta ha presentado distintos estereotipos y estos han ido cambiando durante el tiempo. Los estereotipos tienen la finalidad de destruir o dirigir nuestros deseos, son una propuesta a cambiar nuestra forma de ser, imitando los modelos presentados, así por ejemplo, podemos ver en la televisión claros estereotipos sexistas en el papel que juega el hombre y la mujer, mostrando al hombre siempre como seductor, con éxito y profesional; en el caso de las teleseries, debatiéndose entre el amor de dos mujeres y por otro lado aparecen las mujeres que siempre seducen a través de su belleza y encanto, mostrando a una mujer más liberal e independiente, también más agresiva en el sentido de un mayor desplante para enfrentarse a su trabajo y conseguir su pareja a diferencia de los antiguos estereotipos de mujer más pasiva y complaciente.

Las personas ven programas, series o películas porque se sienten o quieren sentirse identificados con ella, así, a las personas con un nivel cultural alto les gusta ver programas de actualidad e informativos. A las mujeres dueñas de casa les gusta ver los dramas familiares o amorosos de una telenovela.

Los niños quieren ser como los superhéroes, aunque estos no necesariamente entreguen un buen ejemplo de cómo hacer o enfrentar las cosas en alguna situación. Y así para cada persona, grupo, forma de pensar, sexo, o edad, siempre encontraremos un estereotipo televisivo en el cual encasillarlo.

2.3.2 La violencia

La violencia forma parte de la vida real y esto puede justificar que los medios de comunicación la muestren, solo que la sobre exposición de esta en la televisión es muy grande y si en la vida real la violencia es algo que puede asustar y llamar la atención, en la televisión y especialmente en los dibujos animados esta se muestra como algo normal y cotidiano, creando especialmente en los niños la falsa idea de que

la violencia es lícita y tienden a confundir lo ficticio con lo real. La violencia se ve como un instrumento para poder conseguir poder, fama, gloria, etc. Hoy en día es muy frecuente ver a niños jugando a que son personajes de la TV y pelean entre ellos.

Esto también se refleja en los jóvenes los cuales han creado una sub-cultura de pandillas basadas en estereotipos de violencia sacados de la televisión en donde aparecen grupos de gran rivalidad los cuales utilizaran cualquier medio para destruir al otro.

También encontramos una serie de héroes que solo recurren a la violencia para conseguir lo que quieren, es decir, por medio de una pelea con fantásticas armas y mucha acción.

2.3.3 Aislamiento de las personas

Hoy en día muchas personas prefieren ver televisión a cualquier acto de recreación, y esto se debe a que ver televisión se ha transformado en algo muy cómodo ya que lo único que tienen que hacer es encenderla, ni siquiera tienen que pensar, solo mirar.

En casi todas las casas hay un aparato y todos los integrantes de la familia por lo menos ven una hora diaria de televisión. En gran parte de las familias tienen el televisor en el living- comedor, y a la hora de las comidas es común ver al grupo familiar viendo televisión en vez de estar conversando, o ver a los jóvenes largos ratos encerrados en su habitación frente al televisor, esto genera que la comunicación de familia se vaya perdiendo cada vez más ya que estar viendo programas de concursos o tal vez la película de estreno parece que es considerada una alternativa mas entretenida que una conversación familiar.

Esto también ha llegado a perjudicar la relación de pareja ya que al llegar la televisión al dormitorio matrimonial ha ocupado el espacio de comunicación que requiere la pareja creando a veces profundas divisiones porque o el marido esta sumido en algún partido de fútbol o la esposa no despega la vista de su telenovela favorita, así a veces se olvida de darle un minuto de atención a los hijos o hablar simplemente de la jornada

diaria, de cómo te fue en el trabajo, de cómo van tus proyectos y así cosas cotidianas que alimentan la comunicación en el matrimonio se dejan completamente de lado por ser esclavos del zapping.²⁵

2.4 El erotismo en la televisión

Los adultos las visten sexys y provocativas, y hasta las educadoras de párvulos se quejan de la cantidad de juegos sexuales que se dan en los jardines infantiles y colegios.

El fenómeno ha traspasado los límites, llegando a la prensa casos anecdóticos y publicitados como el de unos alumnos que publicaron la lista de sus compañeras en la Web y se las ingeniaron para que toda persona entrara y votara si eran o no vírgenes.

Estos sucesos, unidos al incremento en la cantidad de abusos sexuales, pusieron en tela de juicio a la televisión, acusándola de ser la única culpable de un sobre erotismo de la sociedad. Aunque el Consejo Nacional de Televisión dio la alarma sobre el contenido excesivo de erotismo, los especialistas coinciden que es un fenómeno más profundo; un proceso paulatino que se está imponiendo en las sociedades modernas.

2.4.1 Niños objeto

Para los padres este fenómeno despierta una enorme ansiedad. Por una parte, piensan en el riesgo de abuso sexual que pueden correr sus hijos y, por otra, si es posible que tengan sexo mucho antes de estar preparados para ello.

Con respecto al primer miedo, los abusos sexuales no son nuevos. Sin embargo, existen numerosos ejemplos que indican cómo el postmodernismo económico, con su cultura consumista, facilita la emergencia de los abusos sexuales en la forma de prostitución infantil, abusos pedofílicos a nivel extra familiar y abusos incestuosos en la familia.

²⁵ <http://html.rincondelvago.com/influencia-de-la-television-en-la-sociedad.html>

Por las tendencias consumistas de este modelo, los niños y las niñas corren el peligro de ser percibidos como objetos de placer para compensar carencias afectivas y relacionales de los adultos.

Un ejemplo son las imágenes de niños y niñas en actitudes adultas que son utilizadas en campañas publicitarias, que asocian imágenes infantiles con seducción, erotismo y libertinaje.

2.4.2 Erotismo clínico

Mucho se ha publicado sobre la relación que existiría entre erotismo y pubertad adelantada. Sin embargo, ambos fenómenos son muy distintos y no son condicionantes el uno del otro.

Sobre si la pubertad se está adelantado, en el último estudio realizado entre el 2000 y 2003 en 758 niñas provenientes de colegios públicos y privados de Santiago, especialistas del Instituto de Investigaciones Materno Infantil (DIMÍ) de la Universidad de Chile y del Hospital Clínico San Borja Arriarán, concluyeron que la aparición del botón mamario o telar quía, se adelantó a los nueve años, mientras que la edad de menarquía o primera menstruación se ha mantenido estable en los 12 años.

Si se compara la situación chilena con la de países como Estados Unidos, se puede concluir que, en términos generales, la pubertad o proceso biológico que permite adquirir la capacidad reproductiva, ha presentado una tendencia generalizada a ocurrir más precozmente.

En ello inciden factores genéticos, ambientales y étnicos, explica la endocrinóloga Infantil del DIMI, Universidad de Chile y de la Clínica Alemana, Ethel Codner.

Con respecto a la alimentación, el sobrepeso está relacionado con el adelanto en la aparición del botón mamario. “El peso corporal y el grado de sobrepeso determinan una maduración más rápida y un inicio de la pubertad más temprana.

La edad de la primera menstruación, en cambio, no se ha adelantado en los últimos 30 años. Por lo tanto, no se puede plantear que se esté adelantando la menarquía o primera menstruación”, aclara la especialista.

Aunque este estudio no midió los efectos del comportamiento sexual, no demuestra que el adelantamiento de la pubertad sea un factor que indique erotismo precoz. Pero asumiendo que el ámbito psicológico va de la mano con el físico, se puede apreciar que las niñas de 11 años, que antiguamente jugaban a las barbies, hoy escuchan música y chatean, o les interesa seguir los esquemas de bailes y participar en fiestas con sólo 8 años.

2.4.3 Sexo antes de tiempo

Según Verónica López, psicóloga infante-juvenil y terapeuta familiar, especialista en maltrato y abuso infantil del Centro de Psiconutrición Nut, el ser humano es una unidad biopsicosocial y, desde esta perspectiva, la televisión con sus programas juveniles y también Internet, pasan a ser referentes de los niños y van quedando en sus recuerdos como ideales de querer ser o llegar a ser, y es así que van adelantando etapas.

Respecto a si van a tener sexo antes de estar preparados, Verónica López asegura que claramente se puede acelerar la exploración sexual en la etapa de la adolescencia. “Si existe una pubertad anticipada, sumada a la etapa adolescencia como un inicio al mundo de la sexualidad, obviamente pueden comenzar mucho antes a tener relaciones sexuales”.

En este sentido, existen factores protectores y aceleradores de este proceso. Los aceleradores tienen que ver con el fenómeno de reforzar el erotismo existente en el ambiente ya que el adolescente tiende a copiar conductas si no existen referentes protectores claros.

Pero la profesional hace hincapié en mostrar que cuando se habla clínicamente del erotismo, se refiere específicamente a ciertas conductas, gestos, expresiones y verbalizaciones de los niños que no son esperables para su edad.

“Cuando en clínica se ocupa este concepto, generalmente denota niños o niñas que tiene conductas adultizadas, muy centrados en la parte física, sobredimensionando su cuerpo, resaltando labios, buscando contacto en la boca con otros niños o adultos recurrentemente, falta de límites personales, buscan contacto físico sin diferenciar su

espacio ni los límites personales de otros sin distinguir si son conocidos o recién los han visto, exponen sus órganos sexuales sin mostrar vergüenza y sin discriminar”.

La especialista explica que estos niños siguen un patrón, es decir, manifiestan un conjunto de síntomas en esta área y se destacan por ellos.

Por lo tanto, si las niñas sólo usan minifaldas o se pintan con brillo los labios, no es erotismo, sino más bien puede estar respondiendo a una moda pasajera, más que a una conducta especial.

La psicóloga explica que “cuando esto se suma a verbalizaciones adultizadas sobre temáticas de connotación sexual, versus falta de límites espaciales recurrentemente y falta de cuidado en mostrar sus partes íntimas, se puede hablar de un erotismo precoz”.

El otro peligro del erotismo precoz es que desarrolla en estos niños personalidades muy desequilibradas; esto, según Neva Milicic, “sucede por una preocupación excesiva y gasto de energía en temas que no son propios de la edad cronológica, cuando no se ha desarrollado aún el sistema hormonal y tampoco se ha completado el desarrollo afectivo ni el cognitivo”.

Los niños erotizados buscan proximidad física y contacto sexual recurrentemente y responden a una configuración de naturaleza abusiva.

Según explica Verónica López, al ser erotizados existe otro externo que los erotiza y lo rebaja a la categoría de cosa, por lo tanto, generalmente son víctimas de abuso de adultos o jóvenes mayores, y tienden a buscar este contacto en otros niños o en adultos también.

2.4.4 Padres en alerta

Frente al adelantamiento de etapas, uno de los mayores problemas es la falta de información en la sociedad, aunque la actual generación es mucho más espontánea, comunicativa, curiosa y se siente con más libertad para escoger.

Por desgracia, según Neva Milic, es poco lectora y, por lo tanto, menos reflexiva. Hoy los niños viven la cultura de la imagen, lo que indica que aquello que ven en televisión marca las pautas de lo que se debe o no hacer.

Para Verónica López, la existencia de algunos programas de televisión que se centran mucho en resaltar el cuerpo, la delgadez y la búsqueda de la “perfección física”, son para los niños “modelos de referencia negativos, no desde el aspecto del erotismo, sino más bien en el plano físico ya que les exigen ser delgados y se contraponen a sus propias vivencias.

Esto produce una baja autoestima del preadolescente, por estar muy lejos del ‘modelo de perfección’ que muestra la televisión”. Agrega que si en estos programas existiera diversidad y se destacaran también otros aspectos, más allá del plano físico, no serían tan adversos.

Por otro lado, las niñas y los niños, al tomar a estos jóvenes como referentes tienden a copiar conductas. Pero lo que los padres deben entender es que esta copia no tiene muchas veces la connotación que implica para un joven o para un adulto y desde esta perspectiva quedarían más expuestos ante situaciones riesgosas.

“El niño ve ciertos movimientos como un baile o como una situación normal entre amigos y puede tender a reproducirlas. Es aquí donde los modelos familiares y la comunicación le permiten al niño contrastar lo que ven afuera con lo que está en su entorno”.

2.4.5 El impacto de los medios

Cuando el área familiar, así como los canales familiares de comunicación, no están significativamente presentes y no existen otros referentes principales, existe un mayor riesgo de quedar expuestos a abuso de otros y a ser erotizados.

En este sentido, si un padre le refuerza la conducta llevándolo a un programa de televisión y lo obliga a actuar de adulto para que gane, obviamente estará más expuesto a convertirse en una cosa deseable.

Con respecto a las teleseries, han salido hoy en día seriales para adultos con escenas sexuales bastante explícitas, sin embargo, son exhibidas en horarios después de las 10 de la noche. Para Verónica López, esto no es nada nuevo.

“En general existen horas en que los programas no pueden ser vistos por los niños. Pero lo que sí se da hoy, quizás con mayor intensidad, es el descontrol o falta de límites claros al interior del hogar. Desde una creencia en que las reglas se daban con rigor, se ha pasado a la moda en que los niños pueden ellos decidir las normas; se acuestan a la hora que quieren, los padres llegan cansados de sus trabajos y no ven qué está viendo el niño en la televisión o comunicando en los chat”.

Desde esta perspectiva, los niños quedan más expuestos a ver programas para adultos, y generar inquietudes anticipadas por explorar su cuerpo reproduciendo lo que ven junto a otros.

La profesional es clara en remarcar que esto se da en contextos de negligencia por parte del adulto ya que éste no supervisa y no contiene emocionalmente, sumado a la falta de comunicación.

Así se incentiva a los niños a vivir etapas saltadas, y se los presiona a que crezcan más rápidamente. “Muchas veces los padres buscan a través de sus hijos cumplir lo que a ellos les hubiese gustado hacer, pero eso no comúnmente se asocia a la misma edad”, dice Verónica López, y da el ejemplo de los concurridos concursos de belleza. “Buscamos que nuestras hijos asistan porque son coquetas o bonitas, sin pensar que eso es una necesidad de uno como adulto y no necesariamente del niño o niña”.

Estos casos pasan a denotar una exposición de los niños que amplifican realmente los riesgos a que otros los vean como un medio de satisfacción personal. Por lo tanto, es importante fijar límites en cuanto a horarios y programas que los niños pueden ver, tratando siempre de acompañarlos. Lo fundamental es darse un tiempo cuando se llega a la casa para preguntarles qué vieron en la pantalla y dialogar con ellos.

En el sistema de cable principalmente hay programas con formato de documental que abordan con exclusividad dicha temática, bajo un lema que se presenta como

trasgresor se intenta hacer un recorrido por las variantes más osadas, insólitas y hasta asombrosas de la sexualidad humana. Algunos de dichos programas son:

"REAL SEX"

La programación comienza con una placa que anuncia que el "ciclo contiene escenas y lenguaje adulto explícito" y que "su apreciación queda a discreción del espectador". Pertenece a la serie documental American Undercover cuyo país de origen es Estados Unidos. Dicho documental se promociona como "historias reales, de gente real".

Y entre sus informes hay una amplia gama de temas que van desde talleres grupales de masturbación, sexo telefónico, realización de videos caseros eróticos, presentación de strippers, prostitutas, sesiones de sadomasoquismo, body pearcing (perforación de distintas partes del cuerpo), entre otras.

En este tipo de documental, la cámara se mete directamente en la intimidad de las personas, no hay relato en off, hay poca edición y no existen cortes dentro de un mismo bloque, sino entre uno y otro.

El tipo de tomas que se ofrece, alterna primeros planos de la anatomía íntima junto a otros planos que captan situaciones eróticas y/o sensuales, se intenta de este modo dosificar el impacto que genera este tipo de muestras.

El objetivo es, según su productora, demostrar que las posibilidades sexuales son infinitas, por tanto la privacidad no existe y los hábitos íntimos merecen ser mostrados.

"TAXICAB CONFESSIONS"

Este programa pertenece a la serie documental American Undercover y según cuentan los responsables, es el resultado de cuatro semanas de trabajo durante las cuales se entrevista a 150 taxistas, luego se elige a los participantes y se equipan los vehículos con cámaras ocultas. Los taxistas deben transitar por las calles de Nueva York durante la noche y la consigna es entablar conversaciones con los pasajeros, de manera de conseguir relatos espontáneos por parte de éstos.

Las confesiones suelen ser diversas: jóvenes adictos, homosexuales, travestis, prostitutas, policías, delincuentes, seleccionándose luego aquellas más escabrosas o aquellas que desnudan las problemáticas más crudas del ser humano.

"SEX AND SHOPPING"

El programa es de origen británico, producido por la Cadena Inglesa de Televisión Número 5. Se presenta como la serie más explícita de la televisión porque los productores y estrellas del cine pornográficos son sus protagonistas.

La intención es dar a conocer cómo se desarrolla el submundo de la pornografía, reconociendo que éste representa un gran negocio por su facturación anual.

Tras una presentación insinuante ofrece diversos informes acerca del negocio de la pornografía en los Estados Unidos y en Gran Bretaña, contando con entrevistas a sus protagonistas: actores y actrices dedicados a este género, también strippers, prostitutas y la opinión de personas ajenas a este ámbito (funcionarios, maestros).

Generalmente los reportajes son acompañados de una abundante cantidad de imágenes extraídas de filmes pornográficos varios, que muestran de manera explícita el comercio sexual y otras variantes de la sexualidad.

"SEX TV"

Este programa es de origen británico, se difunde por fuera del horario de protección al menor y se caracteriza por la presentación de diferentes informes que giran en torno a la sexualidad humana. Se compone, generalmente, de entrevistas realizadas a personas dedicadas a prácticas sexuales no convencionales y de imágenes contundentes que ilustran los relatos. El desarrollo de los temas incluidos a lo largo de cada emisión presenta, en general, un tratamiento más cuidadoso, esto se evidencia en el velamiento que hace de los aspectos más explícitos de los contenidos sexuales.

“UK RAW”

Este programa podría encuadrarse dentro del género reality show, pero con la salvedad que éste muestra un mismo eje temático a lo largo de sus emisiones, y es la sexualidad abordada desde sus aspectos más absurdos, insólitos y bizarros, también se incluyen notas que sobresalen solamente por su carácter de espectacularidad. Se basa, fundamentalmente, en el exhibicionismo de la vida íntima y en el efecto espejo.

El mismo consiste en que los protagonistas de las historias sean individuos anónimos como el espectador y le muestren a éste variantes novedosas acerca de lo sexual. Posee además un carácter informativo que oscila entre el reportaje y el docudrama, explotando así los aspectos más morbosos.²⁶

2.5 La sociología frente a la influencia de la televisión

La Sociología es la ciencia que estudia el desarrollo, la estructura y la función de la sociedad. Otras disciplinas de las ciencias sociales (economía, ciencias políticas, antropología y psicología) también estudian temas que pertenecen al ámbito de la sociología. Los sociólogos analizan las formas en que las estructuras sociales, las instituciones (clase, familia, comunidad y poder) y los problemas de índole social (delito) influyen en la sociedad.

La sociología se basa en la idea de que los seres humanos no actúan de acuerdo a sus propias decisiones individuales, sino bajo influencias culturales e históricas y según los deseos y expectativas de la comunidad en la que viven. Así, el concepto básico de sociología es la interacción social como punto de partida para cualquier relación en una sociedad. La sociología que estudia los detalles de las interacciones de la vida cotidiana recibe el nombre de microsociología y la que se ocupa de los patrones de relación entre sectores sociales más amplios (el Estado, la economía e incluso las relaciones internacionales) recibe el nombre de macrosociología.

Los sociólogos utilizan casi todos los métodos de recopilación de información empleados por otras ciencias sociales y humanidades, desde avanzadas estadísticas

²⁶ http://www.entelchile.net/familia/Educacion/erotismo_tv/ninos_erotismo_tv.htm

matemáticas hasta la interpretación de textos. También se apoyan en la información de tipo estadístico recogida periódicamente por los gobiernos, como censos y estadísticas demográficas, registros de desempleo, inmigración y delincuencia.

En la actualidad el pasatiempo favorito de mucha gente en todo el mundo es ver televisión. Y desde que empezó la propagación de esta, trajo consigo una serie de importantes cambios para la sociedad.

La televisión crea una nueva forma de ver las cosas, es decir, algo así como una cultura televisiva. Lo he llamado cultura porque desde su aparición ha ido moldeando en gran parte muchas de nuestras costumbres. Como ejemplo podemos mencionar que ha modelado nuestra forma de vestir, de hablar y de actuar y esto mediante la publicidad y los estereotipos de personas y modos de vida presentadas en su programación.

La televisión tiene una gran fuerza para generar cambios en las personas y esto se debe a que utiliza la imagen que sirve para interiorizar los mensajes ya que se meten directamente en el subconsciente y no son procesados para llegar a nuestra mente como ocurre en el caso de leer algo por ejemplo, además presentan color y sonidos asíéndolo mas atractivo para el espectador.²⁷

2.6 La influencia social de la televisión y sus niveles de influencia

La comunicación es el nexo que provoca reacciones, contradicciones y, especialmente, actitudes cambiantes en la opinión de los receptores. Es lo que denominamos capacidad de penetración e incidencia de esos medios en las personas; personas o agentes que, como integrantes de un grupo, terminan por asumir como válido y hasta único aquello que se les oferta, aceptándolo como propio e incluso como algo entroncado en su cultura.

De los tres medios: prensa, radio y televisión, el tercero, con su doble lenguaje oral y visual, es desde cualquier punto de vista el que más transformaciones ha provocado. Sus mensajes nos hacen presos de ideas, opiniones y actitudes que rompen en la

²⁷ <http://html.rincondelvago.com/influencia-de-la-television-en-la-sociedad.html>

mayoría de los casos con creencias y costumbres heredadas y transmitidas por los mayores. Es tal la influencia que a veces, de forma inconsciente, adoptamos aptitudes y emprendemos acciones encaminadas a transformar nuestra propia naturaleza. En ocasiones entramos en la creencia de que si no somos como los personajes que aparecen en la pequeña pantalla vamos a ser rechazados. Esa insatisfacción y renuncia a nuestra condición y características que confieren nuestra personalidad, es el comienzo de una batalla psíquica que acaba por minar nuestro ser.

Para darse cuenta de que la televisión reduce la capacidad intelectual de las personas no hay más que mirar a nuestro alrededor. Día tras día estamos expuestos a la influencia de una televisión poco centrada en el marco educativo, en la que las reacciones de violencia, sexo y publicidad están más que sobradas y ofrece aquello que más vende sin reparar en los daños que esto pueda causar a cierto tipo de público. Pongamos como ejemplo un programa televisivo de gran popularidad, lo dejamos tres o cuatro semanas en un nivel de audiencia medio-alto y a la quinta semana se puede ver a media ciudad hablando y gesticulando como el protagonista de ese programa ejemplo: buenos muchachos

¿No es esto privar a la persona de su propia independencia a la hora de elegir su forma de vida y desarrollo? La televisión ataca a las mentes humanas sin distinción de edad, sexo o raza pero no a todos del mismo modo, pues cada persona ofrece una disponibilidad mayor o menor derivada de su estado de ánimo, mayor o menor resistencia a la influencia externa y sobre todo la edad que constituye un factor esencial a la hora de juzgar la influencia televisiva.

2.7 La Telebasura:

Las sociedades más desarrolladas con un mayor nivel de vida y con mayores oportunidades también comportan contrapartidas equivocadas como su capacidad de producción de basura.

Si analizamos la palabra cultura, que de tanto ampliarlo ha pasado a significarlo todo, desde que dejó de designar al conjunto de los saberes del arte y pensamiento que ayudaban al perfeccionamiento humano, para convertirse, por influencia de la antropología, en la manera de sentir, pensar y comportarse en general, la que parecía

una conquista científica se ha convertido en la mayor de las derrotas que la humanidad ha conocido. La cultura se ha visto pasar de conquistador a conquistada, como todo es cultura, ya no existe la cultura como tal.

Hace 30 años Umberto Eco en su libro “Apocalípticos e integrados”, tras efectuar detallados análisis y darse cuenta de las perversas tendencias televisivas, se mostraba confiado en las posibilidades de futuro y su capacidad de formación educativa y cultural. Hace 10 años tuvo que rectificar su afirmación primera pues cayó en la cuenta de que la cultura del libro y la televisión son incompatibles.

Es obvio que nos encontramos ante la telebasura pero no podemos olvidar que el telespectador con su selección marca las preferencias e indica al responsable de las cadenas cuales son los productos a programar y ha quedado bien claro que privadas y públicas están a la guerra por los ingresos publicitarios. Así, nadie va a diseñar con espacios que no aseguren altas audiencias y que suponga una reducción de ingresos de publicidad. Lo que se nos ofrece es una carta con un menú repetitivo condimentado con ingredientes de baja calidad y difícil digestión, que nadie variará y mejorará mientras se siga consumiendo con agrado por una mayoría y sean grupos minoritarios los que muestren su repulsa o presenten sus quejas y protestas.

2.8 Motivos por los cuales vemos la televisión.

Uso de la televisión:

A continuación exponemos una serie de razones por las cuales la persona ve la televisión:

- **Economía:** tal vez sea una de las mayores razones; la gente ve la televisión porque carece de recursos económicos para realizar otras actividades que no se pueden realizar diariamente por su alto coste como ir al cine, teatro, cenar, viajes... Evidentemente desde un punto de vista económico sale más barato ver la televisión que realizar estas actividades.
- **Aburrimiento:** la imposible realización de las actividades anteriormente citadas, lleva a elegir entre un reducido conjunto de actividades como puede ser leer o dar un paseo o ver la tv; aquellos no adictos a las primeras actividades ven reducido

su actividad a conectar la tv y esperara que algún programa le saque de su aburrimiento.

- **Frustración:** en muchos casos se ven series o programas para ver a los ídolos de las series que ejercen un papel que nosotros no alcanzaremos como en series: "Periodistas", " Urgencias".
- **Ansiedad y estrés:** el alto y acelerado ritmo de vida nos lleva a la imposibilidad de estar sin hacer nada durante un rato y a la adicción a la televisión ya que es imposible para el sujeto actual, tener un momento de tranquilidad y viendo la tv seguimos en la dinámica de cada día sin salir por supuesto de la rutina diaria.

Una persona realiza un buen uso de la televisión cuando sabe elegir y discriminar de entre todos los programas, aquellos que contengan un contenido útil para formarse educativa y culturalmente.

Es obvio que en el mundo que vivimos apenas nadie hace un buen uso de la televisión excepto aquellos que ni hacen ni buen ni mal uso, simplemente lo desconectan.

2.9 Los niños los más perjudicados

Los niños son sin duda las mayores victimas de la programación descontrolada y desnaturalizada.

Los primeros años de un niño son decisivos en la formación de su personalidad y su carácter, son los años que más aprovecha un niño a nivel formativo, ya que es una "tierra sin labrar" y absorbe las enseñanzas casi sin esfuerzo.

Es la televisión la que diseña estrategias para captar la atención de los más pequeños como en las campañas de Navidad que bajo lemas de alta curiosidad para el público de menor edad, se lanzan por medio de las cadenas como una ofensiva comercial de tendencia galopante que tan sólo se detiene en la víspera de reyes para la que no existen defensas. El niño ignorante de su vocación comercial, lo acepta como un entretenimiento al que no quiere renunciar.

Otro tema que hay que tener en cuenta es la ración diaria de sexo y violencia que deben soportar, incluso en los dibujos animados. Es conocido que un niño queda profundamente impresionado por aquello que se sale de los límites de lo que es

normal para él y que en su mayoría se ofrece por medio de la televisión, entonces ¿por qué los medios de comunicación juegan con las mentes de los más pequeños para beneficio propio?

2.10 La reestructuración de la televisión

Positivamente podemos afirmar que poco a poco vemos que se están incorporando los programas de televisión educativa en nuestro país, si bien sólo cumplen las cadenas públicas esta función docente.

Actualmente este tipo de programas se emiten a tempranas horas y cuentan con cuota de pantalla del 10%, están dirigidos a un grupo minoritario que buscan continuar o ampliar sus estudios. Su presupuesto es bajo. Nacen con la vocación de ser útiles y forman parte de un convenio entre las distintas televisiones y el Ministerio de Educación y Ciencia. Su objetivo también es común y no es otro que el de ofrecer un sistema de apoyo que hacen para los alumnos de estos programas.

Por tanto debemos aprovechar este servicio destinado a todos aquellos que tienen interés de aprender y no disponen del tiempo necesario para acudir a centros especializados.²⁸

2.11 La TV: una escuela paralela

El desarrollo tecnológico en materia de información y comunicación ha supuesto cambios tan acelerados en los últimos años, que han afectado profundamente la conformación social y política del mundo actual. Los medios de comunicación, tradicionales o innovadores, encierran un enorme potencial de creatividad y de desarrollo personal, lo cual hace de ellos elementos muy significativos del proceso educativo.

La radio y la televisión, por ejemplo, constituyeron en sí mismas una esperanza para modificar los medios de aprendizaje. Se pensó que estos instrumentos iban a producir una auténtica revolución en el sistema educativo, pero muchas de sus ventajas no se han utilizado de forma adecuada ni en el sistema escolar ni en el extra-escolar. Más bien, se ha generado una nueva escuela paralela que emerge con fuerza en nuestras

²⁸ <http://html.rincondelvago.com/influencia-de-la-television-en-la-sociedad.html>

sociedades y que, sin proponérselo, compite con la institución escolar. Una escuela que conlleva riesgos indiscutibles que trascienden a la capacidad del propio medio educativo para su respuesta global.

Estos medios de comunicación desarrollan condicionamientos a través de un vocabulario, categorías conceptuales y actitudes. Los programas generan normas, valores y contenidos ideológicos, explícitos o implícitos, que tienden a relacionarse con el modelo cultural y económico dominante por cuanto participan en la estructura del poder social, y que, además, pueden crear cambios en el modelo social vigente. La imagen y el sonido cautivan nuestra pasividad. Nadie deja de reconocer que la televisión ha significado un avance tecnológico de primera magnitud que, para bien o para mal, ha cambiado nuestros hábitos, ha puesto al alcance de la vista el instante de lo que sucede en el mundo, ha acompañado la crisis de la soledad de las sociedades más avanzadas y se ha introducido en lo más recóndito de nuestra vida privada.

Pero estos medios no se han integrado en el sistema educativo formal. No se ha aprovechado su potencial instructivo y apenas constituyen un medio de aprendizaje decorativo en la gran mayoría de las escuelas del mundo. Se ha dejado construir, sin intencionalidad, una escuela paralela, la de la radio y la televisión, especialmente la de ésta última, que ensalza y refuerza la violencia, los atractivos físicos superficiales, el deseo de acumular, la importancia de los bienes materiales sobre los del espíritu.

Una nueva escuela que ignora a las minorías y pone en gravísimo riesgo la mayor riqueza que tiene nuestro mundo, es decir, su propia diversidad cultural como eje de libertad, de creatividad, de transformación y de progreso. Todo ello, sin contar con el hecho de mezclar ficción y realidad, sin discriminar contenidos, lo que induce muchas veces al aprendizaje de errores, con lo que enseña a la población infantil y a los adultos de menor formación intelectual unos conocimientos inexactos, magnificados por la credibilidad en el mensaje del propio medio.

Es decir, la televisión de masas lanza estímulos permanentes de forma indiscriminada que compiten, por versatilidad y plasticidad visual, con la escuela convencional, donde se aprende cada vez menos y los alumnos se aburren cada vez más. La escuela formal ha sido depositaria de la tradición, ha enseñado a conservar y no a cambiar. Nos encontramos con un desarrollo electrónico que ha revolucionado las «distancias»,

«los tiempos» y la diseminación de la información. El hombre, al no estar preparado para el cambio, se inclina más a adaptarse a la dictadura de los medios y de los instrumentos que a modificar los patrones de conducta que ellos le imponen o a obtener de ellos el beneficio apropiado y justo.

La escuela tendría que enseñar a discriminar de forma científica, humanista y estética los mensajes de los medios. Es una nueva realidad que exigen los tiempos modernos. La escuela tiene que dirigirse a ayudar a pensar a la persona; a enseñar a aprender; a inculcar amor profundo por la idea de conocer; más que a dar información, a saber dónde buscarla y cómo seleccionarla e interpretarla; a promover la educación afectiva y psicomotora; a crear conciencia de comunidad, de participación, de respeto, de tolerancia, de flexibilidad.

La escuela tiene que romper con el papel de informadora y de promotora de la actividad de la memoria. La reforma educativa es una actividad permanente de la sociedad y no de cambios espasmódicos que inciden en nuevas legislaciones, nuevas estructuras, nuevos medios, nuevos contenidos. La auténtica ley de la educación es aquella cuyo único articulado la obliga a cambiar sin pausa y no a ir por detrás de los cambios, como vagón de cola del tren del progreso socio-político, económico, científico y cultural. Únicamente así dejaríamos de tener escuelas paralelas, pues la formación y la información trabajarían conjunta y convergentemente. La educación, como impronta de la sociedad, adquiriría su potencial anticipatorio; permitiría formar un hombre capaz de comprender el vertiginoso mundo de su tiempo, adaptarse a él y transformarlo.

Esa educación anticipatoria necesita una nueva dimensión en el proceso de aprendizaje. Para Freire, el mejor alumno de física no es el que mejor conoció y memorizó las fórmulas, sino el que percibió su razón. Agregaría que el mejor alumno de filosofía no es el que diserta sobre Platón, Aristóteles, Russell o Hegel, sino el que piensa críticamente sobre todos ellos y corre, además, con el riesgo de pensar. La nueva escuela tiene que correr ese riesgo si aspira a poner a los medios a su servicio.²⁹

²⁹ http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_32/nr_351/a_4542/4542.html

2.12 Falta de comunicación en las familias

Hoy día el televisor es mucho más que un mueble con vida propia para muchas familias, es casi el nuevo altar laico. Es el centro de referencia espacial de la casa, en torno al cual se organiza, iba a decir la "vida familiar", creo que sería más propio decir la "contigüidad familiar". Hay todo un ritual ante la televisión. Cada miembro de la familia tiene sus posturas frente a la pequeña pantalla, sus pequeños hábitos -hay quien come pipas o quien se sirve una bebida-; cada persona en la casa tiene sus programas que tiranizan no sólo a él, sino a todos los demás.

Los dioses del hogar ancestral, los lares o manes romanos envidiarían la autoridad que este nuevo altar tiene: "lo que dice la televisión es infalible como si se tratara de la voz de Dios. No cabe duda que cualquiera pasa más tiempo al mes ante el televisor que en la iglesia durante toda su vida. Se recurre a ella cuando necesitamos ayuda para paliar un mal estado de ánimo o reponernos de cualquier problema, se mira y se escucha en silencio, suele tener nuestra confianza porque nos inspira credibilidad, aunque sólo nos ofrezca trivialidades, y la escasa información que nos proporciona la vivimos como si se tratara de la ciencia infusa que proporciona a los apóstoles el Espíritu Santo".

No, no son unas palabras de algún documento de la Conferencia Episcopal. Son siempre palabras de nuestra realizadora, productora, guionista de televisión y autora del libro que vengo citando, Dolores Rico Oliver. No se mostraba menos crítico Gadamer, hablando de la televisión en una entrevista periodística concedida al diario comunista L'Unità: "A nuestro sistema de comunicaciones le falta espontaneidad. Todos son pasivos. La función política de la televisión consiste en domesticar las masas, en adormecer la capacidad de juicio, el gusto, las ideas. Es una de las formas de burocratización de la sociedad anticipadas por Max Weber".

El mismo Popper advertía en su testamento intelectual que "la televisión se ha convertido en un poder político colosal, potencialmente se podría decir incluso que el más importante de todos, como si fuese Dios mismo quien habla (...), un poder demasiado grande para la democracia. Ninguna democracia puede sobrevivir si no se pone fin al abuso de este poder".

Mi generación no nació con la experiencia del televisor como un mueble más del hogar donde se crió, cosa que debemos no tanto al sentido educativo de nuestros progenitores cuanto al hecho de pertenecer a la prole del primer Plan de Desarrollo. Sin idealizar el pasado, al menos no demasiado, pienso que nuestros recuerdos estén poblados de aromas de estrecha convivencia familiar -a veces verdaderamente estrecha-; de tradiciones de relatos y cuentos propios de una cultura todavía oral en buena parte, como se puede apreciar en el magnífico film "El árbol de los zuecos" de Olmi.

Y de veladas de lecturas hasta bien entrada la noche, sobre todo esas largas noches de verano, donde los adolescentes de la generación del primer plan de desarrollo consumía, y consumaba, los sobados ejemplares de las bibliotecas municipales -la mayoría de las familias no tenían recursos para hacer una nutrida biblioteca propia-.

Eran horas robadas al sueño con la complicidad, cuando no con el "mal ejemplo", de los padres de familias. Esta carencia de ocio teledirigido a precio del tiempo de audiencias millonarias, ignorantes del valor de sus horas de ocio, consintió a la mayor parte de esa generación gozar de mundos ficticios, imaginativos, que no visuales, muy variados, tan variados como los propios intereses: Julio Verne, Enid Blyton, Salgari, primero; Mark Twain, Bécquer, John le Carré, el Padre Brown, Dostoievski después; y así hasta hoy.

El "daño" ya estaba hecho y, gracias a Dios, era irreparable. Kafka, que nunca llegaría a ser el contable que su padre había soñado, escribió en su pequeño diario estas palabras: "jamás le haremos entender a un muchacho que, por la noche, está metido de lleno en una historia cautivadora, jamás le haremos entender mediante una demostración limitada a sí mismo, que debe interrumpir su lectura e irse a la cama". Ignoro cuál será el recuerdo de la infancia de los niños y jóvenes de la generación de la abundancia, pero no puedo sustraerme a la temible inquietud que las cifras ya mencionadas me causan: cada semana 57 asesinatos, 45 escenas de sexo, 16 adulterios, 22 escenas de abuso de menores,... Jerry Mander, estudioso de la comunicación social, ha publicado un libro cuyo título es bien elocuente: Cuatro buenas razones para eliminar la televisión. No pretendo privar a nadie del placer de su lectura, resumiendo esas razones.

Tampoco se puede negar que la televisión tenga algún aspecto positivo; como ha dicho Juan Pablo II en el Mensaje con motivo de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, "la televisión puede enriquecer la vida familiar. Puede unir más estrechamente a los miembros de la familia y promover la solidaridad con otras familias y con la comunidad en general. Puede acrecentar no solo la cultura general, sino también la religiosa, permitiendo escuchar la palabra de Dios, afianzar la propia identidad religiosa y alimentar la vida espiritual y moral".

Es verdad que son "puedes", "ojalá", y que alguna vez, aunque rara, se cumplen esas funciones. No es menos cierto que y son palabras del mismo Juan Pablo II- "la televisión puede también perjudicar la vida familiar al difundir valores y modelos de comportamiento falseados y degradantes, al emitir pornografía e imágenes de violencia brutal; al inculcar el relativismo moral y el escepticismo religioso; al dar a conocer relaciones deformadas, informes manipulados de acontecimientos y cuestiones actuales; al transmitir publicidad que explota y reclama los bajos instintos y exalta una visión falseada de la vida que obstaculiza la realización del mutuo respeto, de la justicia y de la paz".

Curiosamente, ya algunos pensadores de la Escuela de Frankfurt hablaban de la televisión desde un punto de vista crítico, y además daban algunas razones que podrían servirnos para entender mejor este fenómeno:

El objetivo de una buena parte de los trabajos de la Escuela Crítica es el análisis crítico de la sociedad moderna y de varios de sus componentes. Mientras la teoría marxista inicial se centró específicamente en la economía, la Escuela Crítica viró hacia el nivel cultural a la luz de lo que consideraba las realidades de la sociedad capitalista moderna. Es decir, defendía que el *locus* de la dominación en el mundo moderno se había trasladado desde la economía al reino cultural. Por tanto, uno de los objetivos de la Escuela Crítica es analizar la represión cultural del individuo en la sociedad moderna.

La Escuela Crítica considera que en la sociedad moderna la represión creada por la racionalidad, ha desplazado a la explotación económica como problema social dominante. De acuerdo con los teóricos críticos la racionalidad formal se define irreflexivamente como adecuación de los medios más efectivos a cualquier propósito

determinado. Ello se considera una muestra de «pensamiento tecnocrático», cuyo objetivo es simplemente encontrar los medios más efectivos para alcanzar cualquier fin importante para los que están en el poder. El pensamiento tecnocrático se opone a la razón, que es, para los teóricos críticos, la gran esperanza de la sociedad. La razón implica la valoración de los medios en términos de los valores humanos fundamentales de la justicia, la paz y la felicidad.

A pesar de la aparente racionalidad de la vida moderna, la Escuela Crítica cree que en el mundo moderno abunda la irracionalidad. Esta idea puede etiquetarse con el término de irracionalidad de la racionalidad formal. Como señaló Herbert Marcuse, aunque parece imbuida de racionalidad, «esta sociedad es irracional en su conjunto». Es irracional el hecho de que el mundo racional destruya a los individuos y a sus necesidades y capacidades; que la paz se mantenga mediante la amenaza constante de guerra y que, a pesar de la existencia de medios suficientes, sigan existiendo personas pobres, reprimidas, explotadas e incapaces de realizarse.

La Escuela Crítica dirige sus críticas principalmente hacia una forma de racionalidad formal: la tecnología moderna. Marcuse, por ejemplo, criticó duramente la tecnología moderna. Pensaba que la tecnología de la sociedad moderna llevaba al totalitarismo. De hecho, consideraba que ofrecía métodos de control nuevos, más eficaces e incluso más «agradables». El principal ejemplo era el uso de la televisión para socializar y amansar a la población (otros ejemplos los constituían los deportes de masas y el sexo). Rechazaba la idea de que la tecnología fuera neutral en el mundo moderno y la veía como un medio de dominación. Es eficaz porque parece neutral cuando, en realidad, es esclavizadora. Sirve para suprimir la individualidad. La tecnología moderna ha «invadido y cercenado» la libertad interior del actor. El resultado es lo que Marcuse denominó la «sociedad unidimensional», en la que los individuos perdían la capacidad de pensar de manera crítica y negativamente sobre la sociedad. Marcuse no creía que la tecnología constituyera un enemigo, sino que la sociedad capitalista moderna la utilizaba en su provecho. Marcuse sostenía la idea original de Marx de que la tecnología no era intrínsecamente un problema y que podía utilizarse para desarrollar una sociedad «mejor».

El diálogo se ahoga, puesto que es precisamente lo que se ha fomentado, ya que el diálogo puede llevar al pensamiento crítico, y este no interesa al poder. De esta

manera el que en más del 40% de las familias exista poca o nula comunicación es una victoria para los que procuran mantener el orden actual de las cosas. Lo que a su vez supone una dura derrota para quienes estamos sometidos a ese poder. Aún así, el que también existan familias en las que se fomente el diálogo y la comunicación, incluso en ocasiones crítica, me hace mantener la esperanza en que algún día seremos libres.

Como dijo “*El del cable (Jim Carrey)*” en la película “*Un loco a domicilio*”, hay que matar a “*la niñera (la televisión)*”.³⁰

2.13 Los Prototipos

La televisión genera una influencia de la perfección de la imagen del cuerpo femenino y masculino como algo imprescindible para surgir, lo que se ve reflejado en el incremento de los trastornos de la alimentación en edades cada vez más tempranas. En esto se puede ver un aspecto de la dependencia hacia esta imagen como modelo del ser, en donde lo destacado no es desde una producción que hace la persona, sino una imagen que hace a la persona, pasando por lo tanto del lugar de sujeto de la acción a posicionarse en el de objeto de la mirada. El ejemplo más claro son todas los modelos –mujeres y hombres- que aparecen en la televisión con cuerpos perfectos, esbeltos, sanos, irradiando positivismo y energía, pero a la vez imponiendo un estereotipo para la sociedad, donde ser lindo es sinónimo de ser exitoso. Por lo tanto el niño trata de imitar a estos estereotipos de la televisión y hay es donde nadie lo detiene, porque está tan hipnotizado e influenciado por la televisión que sólo piensa en alcanzar su objetivo; ser igual que ellos.

Pero no sólo todos los estereotipos del medio de comunicación más masivo son malos. Los niños piensan en sus integrantes como sus ídolos y tratan de imitarlos; ya sea bailando, vistiéndose como ellos, creando propios grupos musicales y esto mantiene a la mayoría de ellos alejados de las drogas, el alcohol y las malas influencias.

³⁰ <http://www.slynation.com/2006/12/06/falta-de-comunicacion/>

Los comerciales de TV, proyectan estereotipos en relación a aspectos raciales, sociales, culturales, sexuales, así como también hábitos alimentarios.

Según estadísticas norteamericanas un total de 23 comerciales por hora, representan el 60% de avisos que sugieren cereales, galletas refrescos y golosinas. Ese excesivo número de comerciales que sugieren alimentos, ha sido ligado a la obesidad infantil.

Además 70 % de los comerciales contienen información errónea, engañosa o ambas, que los niños creen como verdadera. De tal manera que, la TV no sólo ofrece sino que impone experiencias, condicionamiento a nuestros niños pues ellos son el principal blanco hacia el cual van dirigidos la mayoría de los anuncios comerciales.

2.14 La vida sin televisión

“Un experimento sobre la ausencia de la televisión fue conducido en Alemania, donde 184 voluntarios recibieron una compensación por dejar de ver la televisión durante un año. En un principio, los participantes manifestaron que pasaban más tiempo con sus hijos, iban al cine con mayor frecuencia y participaban en un mayor número de juegos, además de visitar amigos y familiares más asiduamente que antes de dejar de ver televisión.

Pero en el lapso de unas semanas las cosas empezaron a cambiar. Aun cuando se le pagaba por no ver televisión, un hombre abandonó el proyecto después de tres semanas. Nadie duró en él más de cinco meses. ¿Por qué? Las tensiones, pleitos y disputas incrementaron en las familias sin televisión. Cuando el experimento fue dado por concluido, estos efectos negativos desaparecieron.

Entonces ¿la televisión tiene también efectos positivos? ¿Por qué no? Pero Schrank, el relator de esta nota, lo interpreta en otro sentido: “La televisión dice es como una droga. Los televidentes habituales son adictos a ella y necesitan una dosis diaria para salir adelante. Cuando no cuentan con la televisión, los adictos se tornan nerviosos, inquietos, irritables”.³¹

³¹ VILLAMARIN José, “Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo”. Editorial Radmandí, 1997.

CAPITULO III

3. Crítica a los contenidos televisivos

“Ante este marco, la televisión se ha convertido en los últimos 20 años, en un medio en el que se dirimen discursos, posiciones políticas y visiones de la realidad de los distintos grupos que manejan los medios. Por lo general, tanto los noticieros como los programas de opinión periodística, documentales y de ficción, acompañan a los estereotipos dominantes en lo que se refiere a la concepción y construcción de la realidad.

“El estereotipo pretende ante todo facilitar una interpretación cómoda y reconfortante de la realidad que a menudo se presenta amenazadora, compleja, ambigua, contradictoria. Tanto en los informativos como en la ficción, el uso de los estereotipos ayuda a reducir la incertidumbre, ya que contribuyen a potenciar la sensación de que se controla la realidad, de que esta puede ser conocida, entendida, explicada, dominada.”

Pero esta visión de Ferres es complementaria al mecanismo opuesto, al que también acuden los medios: potenciar, exacerbar ciertos acontecimientos o procesos sociales, a tal punto que parecen dominantes absolutos en la realidad cotidiana. Por ejemplo, si un noticiero de una hora de duración se encarga de narrar una noticia con el estilo de una crónica policial, cuatro o cinco hechos delictivos que suceden en una ciudad de 15 millones de habitantes, transmitirá la sensación de que la sociedad toda se halla amenazada por la delincuencia, sin tener en cuenta si esto es una muestra de una estadística mayor o simples casos aislados.

De acuerdo con Marshall McLuhan, “todo lo que no es inmediato es de alguna manera invisible, como el agua para el pez., nadie sabe por dónde ni cuando comenzó la metamorfosis, pero desde entonces nada es igual: los acontecimientos son lejanos y sólo tenemos de ellos versiones de versiones.

Desde el punto de vista la enunciación, algunos noticieros pronuncian discursos cargados de adjetivos calificativos como ser, “un grupo de mal vivientes ocasionan destrozos la vía pública” o “jóvenes violentos queman los bancos del colegio Mariano Moreno”. Esta carga valorativa sobredimensiona el acontecimiento, fija el sentido a través de titulares y no informa la problemática que deviene de un contexto social.

Teniendo en cuenta que la violencia es uno de los ejes sobre los que se monta la angustia colectiva, podemos percibir que en este mecanismo oscilatorio entre apaciguar las incertidumbres o exacerbarlas, es donde suele residir la acción de manipulación de los medios de comunicación (un fino hilo que divide a la sensación de estar seguro de la sensación de sentirse amenazado).³²

El ingeniero escocés John Logie Baird (1926) jamás pensó que su invento traería a las futuras generaciones grandes adelantos a nivel científico y social, su invento permitió que la T.V. pasara de una utopía a una realidad y creara objetivos y fines colocados en función del desarrollo de la humanidad y de los pueblos. Su influjo es innegable; la comunicación social, el desarrollo y conocimiento de las culturas, la información y el entretenimiento son unos de los atributos dados a este medio.

Hoy, pareciera que el hombre del siglo XXI ha perdido el timón de un medio que surge con fines tan nobles y dignificantes para la sociedad, un medio con una influencia acentuada en todos los niveles culturales actuales y que nos lo han convertido en un monstruo doméstico. Tal vez, John Logie Baird (1926) no pueda contener sus lágrimas al ver el monstruo en el que han convertido los adelantos televisivos, a lo mejor llore al enterarse de los objetivos y fines que ahora persigue la T.V.

¿Sabemos cuál es el objetivo y el fin que persigue la T.V.? ¿Qué medios utiliza para alcanzarlos? Tal vez no, porque con los ojos vendados por la vanidad, el consumismo, la moda, la pornografía, el individualismo, el amarillismo, los anti valores, la cultura de la muerte, etc.; muy difícilmente podemos ver objetivos claros y fines admirables en este medio. Estamos convertidos en marionetas de hombres egoístas que a costa de controlar y manipular conciencias, presentan modelos de conductas insostenibles,

³² valeria.figueras@gmail.com

modos de pensar con valores declinados y formas de concebir una vida al borde de la muerte y el riesgo, que buscan como objetivo: destruir al hombre, sus valores, cultura y su familia por entradas multimillonarias de dólares y colocarse como un poder dentro de una sociedad carente de identidad.

“Queremos presentar un panorama real, el que usted vive, y al que usted inconscientemente defiende, queremos quitar la venda de sus ojos no tan solo para que observes la TV. con sentido crítico, sino para que observes y detectes problemas que en los diversos núcleos familiares son latentes producto de la influencia irresponsable de quienes manejan la TV. a su antojo.

Los anti valores son un hecho, son reales están ahí, en nuestra casa, a nuestro lado, en nuestras mentes, cada día los defendemos como "buenos e inofensivos" y los hacemos realidad en nuestra vida. Detente y mírate, mira a tus hijos, tu esposo o esposa, tu familia y pregúntate ¿qué queremos? ¿Qué esperamos? ¿De qué hablamos? ¿Qué intereses nos mueven? ¿Qué valoramos? y luego detecta los problemas.

Quizá te sorprendas al ver que tu niño (a) es uno más de los millones de aquellos que viven enfrascados en un mundo irresponsable, con instintos suicidas, deseosos de venganza, con un autoestima bajo, preparando un noviazgo prematuro que traerá como consecuencia la maternidad y paternidad adolescentes sin bases sólidas y con conceptos erróneos de amor, familia y libertad, donde el aborto se les muestra como única alternativa.

Yendo al mundo juvenil (16 a 25 años) quizá te enteres de que tu hijo(a) es uno de los que imitando los modelos televisivos tiene como objetivo de su vida la diversión como una obsesión, asuma la moda como opción, tiene un lenguaje chabacano y un índice cultural muy bajo con valores como el saber, el ser, la moral y las buenas costumbres metidos en el bolsillo y en sus mentes y ante sus ojos droga, violencia y pornografía dirigiéndose a un profundo abismo.

Puede ser que descubras que en tu hogar y en los cercanos al tuyo la infidelidad y el divorcio estén carcomiendo la familia. Quizá seas tu una de esas personas que sufren porque su cónyuge le es infiel y no responde a su vocación de padre y madre,

producto de una degeneración de los términos matrimonio y familia producida por la telenovelas, series y matrimonios de artistas donde se presenta el sacramento como un convencionalismo social y no como una opción de vida que exige la fidelidad y el amor mutuo.

Finalmente debes enterarte que lo anteriormente expuesto no es una invención de quien escribe sino una realidad en la que estás sumergido a diario y donde tú eres el protagonista. Cuando la televisión apareció era un medio bastante admirable (y aun lo es, pero mas común), alrededor de él la familia se reunía y podían reír, descansar e incluso aprender con el cuidado de transmitir valores que enaltecieran al ser humano.

Entre todas las cosas que la Tv de hoy puede ofrecer: diversión, cultura, etc.; lastimosamente se han quedado sólo con la diversión. No es que el entretenimiento sea dañino, es bueno; en la medida que sirva para aliviar el cansancio y el desgaste producido por el esfuerzo; pero es perjudicial cuando se deja ver como una necesidad y la vida se orienta hacia ello como su fin último.

Para nadie es un secreto que no son sólo comiquitas, películas, series, musicales para dar entretenimiento, sino que peligrosamente transmiten ideas, estilos de vida, superficialidades, que avasallan valores como: amor, matrimonio, vida, religión, etc.

Hay que sumar las técnicas subliminales para enviar mensajes escondidos sin que sean captados conscientemente por las personas, la repetición tan abundante produciendo irremediabilmente condicionamientos, lavando cerebros y manipulando la mente de los televidentes que no tienen suficientes criterios para hacer un análisis de lo que ve y oye.

Sencillamente nuestra Tv es un negocio y lo que importa es vender y hacer dinero sin importar en ningún momento que tipo de ideas se comunican. Obedeciendo al principio maquiavélico: "El fin justifica los medios"

En esta edición de Camino pretendemos ofrecerte, un análisis de la Tv con el único objetivo que la próxima vez que te sientes a ver televisión lo hagas en familia, para que con la debida orientación y crítica veas más allá de lo que muestran; y como diría San Pablo "examinenlo todo y quédense con lo bueno" (1 Tes. 5,21)

Si bien es cierto que la humanidad no puede ni debe mantenerse al margen de los cambios tecnológicos y científicos para lograr buenos y necesarios resultados en las diferentes áreas de su desarrollo, también es bien cierto que no todo lo novedoso es bueno y necesario.

Así mismo, hoy día hay T.V. en las naves espaciales, hubo en la Luna, en Marte, en los satélites meteorológicos diurnos y nocturnos; ella también se ha utilizado en satélites para realizar estudios de cosechas, recursos minerales y uránicos.

Perfecto, todo ello es posible que sea necesario para obtener verdaderas informaciones, verdaderos estudios, para realizar la comunicación que diariamente requiere el hombre con sus semejantes pero, no es justo que el entorno esté ocupando el lugar del esposo, la esposa, los hijos, los padres, familiares y amigos, y del más importante de nuestras vidas, Dios: Padre, Hijo y Espíritu Santo. No podemos seguir admitiendo que ésta rompa el diálogo, la intimidad de la pareja, la intimidad de cada familia. La misión y objetivo de la T.V. como medio de comunicación desde sus inicios fue planteado para mantener entre toda la humanidad una efectiva comunicación de todo el acontecer mundial en los diferentes aspectos donde se desarrolla ésta, tales como lo cultural, social, educativo, religioso, económico, político; que una u otra sociedad nacional diera a conocer sus diferentes valores y características. Pero por la posición mercantilista y comercial, por las circunstancias del "rating", hoy la T.V. muestra de manera irracional y antieducativa la violencia que sucede en las diferentes culturas y sociedades del mundo; muestra de manera incorrecta la actitud anti-valores, anti-familia, anti-sociedad, la anarquía; muestra como se vive por hacer corrupción, por traficar con drogas, con armas; las denigrantes acciones de la prostitución infantil y juvenil.

Todo ello logra romper con el principio individual de formación de caracteres, de la personalidad positiva; la T.V. además aliena, dependiza y coarta la posibilidad de un desarrollo armónico del cuerpo y mente, de espíritu y afectividad de todo ser humano. Todo esto es un fenómeno creciente que el hombre acepta por sentirse conforme, "tranquilo", "descansado"; sin embargo, podemos y estamos a tiempo de unirnos en la mejor y más agresiva campaña en contra de esa barata "lección", engorde del ocio, malsana diversión, pasividad mental y creativa.

Según el manual pastoral de comunicación social del CELAM. En Latinoamérica "los estudios realizados respecto a la programación de T.V., los que tienen mayor cabida en este medio son los programas de entretenimiento (series, show, telenovelas, etc.), y los anuncios comerciales. Los llamados programas "culturales" son muy escasos se estima que sólo el 1% y el 6%... Los espacios noticiosos ocupan el 5%... Entre un 45% y el 48% del espacio total está dedicado a la publicidad comercial y si sumamos esta proporción con la dedicada a los programas de entretenimiento, se tiene casi un 85% del espacio total, lo que significa que la programación está prácticamente destinada a la evasión y a la promoción de productos..."³³

3.1 Programas para niños

“El mirar televisión es uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en la vida de niños y adolescentes. Los niños miran la televisión durante un promedio de 22 a 25 horas semanales de TV. En los preescolares esa cifra llega a un promedio de 54 horas por semana, lo que significa de 7 a 8 horas diarias. Para el momento en que se gradúan del colegio habrán pasado más tiempo mirando televisión que en la sala de clase. Mientras la televisión puede entretener, informar y acompañar a los niños, también puede influenciarlos de manera indeseable.

El total de tiempo dedicado a ese medio de comunicación es a veces tan elevado, que aparentemente, queda poco tiempo para comer, ir a la escuela o dormir. Esto se debe a que los niños ven televisión mientras almuerzan o cenan, mientras leen un libro o hacen sus deberes.

TV transmite y forma estereotipos sociales en los cuales se presentan directa o indirectamente, mensajes que conforman una actitud, siendo esta influencia mayor en los niños quienes son moldeados en muchos aspectos por estos mensajes de televisión.

La violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza y de género y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión. Los niños impresionables pueden asumir que lo que se ve en televisión es lo normal, es seguro y

³³ <http://www.angelfire.com/sc/santisimo/influencia8.html>

es aceptable. Por consecuencia, la televisión también expone a los niños a tipos de comportamiento y actitudes que pueden ser abrumadores y difíciles de comprender e incluso influye de manera trascendental en su vida.

Además de las motivaciones personales, podríamos agregar un factor situacional externo al niño. El niño ve Televisión porque le es impuesta por el medio, la ve porque no le queda otro remedio. Le es ofrecida en el ambiente del hogar y se le refuerza la conducta de contemplación por los padres. En muchos casos constituye la única compañía del niño y a veces se convierte en una especie de niñera.

La observación de la realidad adquiere un significado especialmente agudo, si nos referimos a los menores de edad entre los 2 y 6 años que es cuando en él se perfilan los sentimientos preferenciales hacia la madre, padre, familiares y otra personas significativas; a través de este proceso el niño adquiere habilidades y formas de comportarse en la sociedad.

Es a partir de los 4 a 5 años de edad, que se establecen los hábitos permanentes y las características emocionales, jugando un papel decisivo la imitación y la identificación. Entendemos por identificación la adopción de pautas de conducta y actitudes de sus padres y otras personas significativas para él: maestros, familiares o bien algún personaje de la TV; esto ocurre en forma inconsciente. En tanto que la imitación es consciente.

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

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

¿Cuántas veces cuentan los chicos de qué se trata Pokemon, Dragonball, Power Rangers o Los caballeros del Zodíaco? Se saben cada capítulo al pie de la letra.

Estos dibujos animados, en su mayoría, muestran pura violencia y no dejan ninguna moraleja, ni enseñanza para el menor; ¿sólo lo entretiene o lo induce también?

Son muchos los investigadores que han planteado una hipótesis de agresión inducida por programas de TV en niños. El hecho de ver en la pantalla de TV conductas agresivas, inducirá una conducta similar en los niños los que la aprenderán por imitación".

Cuando hablamos de violencia en TV debemos tener presente dos aspectos importantes: "violencia real" como un reflejo del medio social que se difunde a través de noticieros y reportajes de noticias y "violencia ficticia o representada" que es la que con mayor frecuencia llega al público a través de casi toda la programación.

Los contenidos "violentos" se refieren a "escenas que impliquen la destrucción, lesiones o daño (tanto físico como psicológico) a personas, animales o cosas o que muestren aspectos delictivos. La concepción de representación de la violencia parte de una idea en movimiento. La acción de los intérpretes, los movimientos de la cámara, el ritmo de montaje y el desarrollo argumental constituyen cuatro poderosos medios, que "pueden ser empleados de tal modo en una escena, que quizás nos pareciera ficticia en la vida real, llegue a adquirir en TV una desproporcionada fuerza de impacto, hasta el punto de que, en mayor o menor grado, se pueda tomar por real lo ficticio".

Los niños pueden aprender conductas agresivas a través de la observación de modelos simbólicos presentados por la pantalla de TV. Los niños que ven con frecuencia programas de TV de contenido violento, se convierten en apáticos a la violencia de la vida real. Los niños también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables.

En promedio hay seis veces más violencia durante una hora de TV infantil que en una hora de programación de TV para adultos. En nuestro país no se han realizado estudios serios con respecto al contenido de episodios o escenas violentas en los programas infantiles o de adultos de manera que nos disponemos de cifras que nos guíen en este sentido.

No obstante, los niños también pueden aprender de la TV muchos valores sociales, como cooperación y ser amables con los demás y aspectos relacionados con su escolaridad. De hecho en muchos niños "en desventaja" se recomienda 2 horas diarias de TV para de esta forma ayudar en el aprendizaje.

El niño posee una actitud que es más abierta, más curiosa y también, más ingenua. Como posee un repertorio más reducido de conductas, aumenta su capacidad de aprender nuevos modelos de comportamiento y posee menores recursos críticos para filtrar lo que incorpora. En suma: es más vulnerable frente a la pantalla.

La televisión genera una falta de iniciativa, tendencias a la pasividad, dificultad para manejarse con autonomía y resolver situaciones con criterio propio e incluso a comunicarse. Son pocos los capaces de considerar el análisis de una situación desde distintos puntos de vista y desde ya, son contados aquellos que pueden aportar una mirada original.

Cuando se mira televisión, si lo que se está haciendo es mirar, más que pensar o reflexionar, si no se miran cosas distintas el telespectador se aburre porque no tiene qué mirar, puesto que ya lo vio todo. No se trata de criticar a una muy buena fuente de entretenimiento como lo es la TV, pero no es tan buen instrumento para conocer la realidad.

Por ejemplo si en un programa X se está realizando una entrevista a un personaje Y, y la conversación genera un alto "rating", se trata de mantener a esta persona hablando. En el caso contrario, ocurre todo lo contrario. Esta manera de "hacer televisión" se refleja en los programas infantiles también, los que presentan a las caricaturas más conocidas (POKEMON, DRAGONBALL Z, etc.) sin importar el contenido de las mismas. Al parecer la filosofía de la televisión sería; mientras suba de rating, pongamos lo que sea... Lamentablemente (para los niños) ningún canal de televisión preferiría ni enseñar ni culturizar mediante programas de ese estilo, si no diera buenos resultados; es decir popularidad o sintonía. Además la "gama" de programas que tiene el niño para elegir es muy reducida. Si cambia de canal en canal son exactamente los mismos "monitos", que los dan en un canal a una hora y en el otro a otra. Incluso si el menor contara con televisión por cable vería el "CARTOON NETWORK" que son los episodios más avanzados de los capítulos que dan en nuestros canales nacionales,

además de otras caricaturas más modernas, pero del mismo estilo. El menor se idiotiza al ver televisión. De ahí el nombre de caja idiota al televisor. Entonces si al niño no le gusta la programación de uno de estos canales (aunque lo dudo), comienza a ver programas para adolescentes. El más popular en nuestro país es "BAILANDO POR UN SUEÑO". Un programa que muestra a gente bailando, sin ninguna importancia y con cero aportes culturales ni educacionales. Pero es él que tiene mayor sintonía. ¿Por qué? Por que muestra a mujeres muy hermosas y jóvenes, con cortas faldas, de hombres musculosos sin camisa bailando. A nadie que ve el programa le interesan los concursos, ni el animador, ni nada; solo ver a las mujeres y a los hombres y los bailes, "entrevistas", etc. que ellos realizan.

La creencia de que "El mundo es lo que veo ".Todo lo que se ve es lo que existe. Se considera la TV ventana al mundo tomando engañosamente la parte por el todo, no se piensa en aquello que no se ve, ya que no existe.

La TV explota comercialmente a los niños más pequeños. Los fabricantes de juguetes ganan más de cuarenta millones de dólares al año por lanzar al mercado sus productos para niños. Los sábados en la mañana, particularmente, se han convertido en un nuevo terreno a explotar con comerciales de juguetes, para vender más sus productos. ¿Por qué a los niños? Debido a que el menor desea tener el juguete de moda, el álbum de su caricatura preferido, zapatillas con luces y sonidos, ropa de sus artistas preferido y sus discos compactos, etc. y todos esto se lo piden a sus padres de forma insistente, que al final terminan por comprarle todo (cuando pueden).

No es justo, achacar a un solo medio de difusión de información y de recreo, lo que puede también ser culpa, primera, del medio social y en segundo lugar se expresa a través de todas sus manifestaciones.

Pareciera que las televisoras preocupadas solamente por un mejor rating, se olvidaran de la calidad de la programación y el horario establecido para la programación infantil, de tal manera que hoy en día, son muchos los programas de adultos que han invadido esos horarios.

Recientemente, con la transmisión de unos dibujos animados no aptos para niños (Dragonball, Power Rangers, etc.), vuelve a repetirse lo que en otra oportunidad

sucedió cuando se incluyó en la programación matutina infantil la caricatura Los Simpsons. Se cuestiona el objetivo de la programación, se analiza y se observa y transmiten al niño una gran cantidad de "anti valores", pero sin embargo, algunos programas no salen de transmisión, aun cuando son dibujos animados para ser transmitidos en horario de adultos.

Los niños que ven mucha televisión tienen peores hábitos nutricionales porque se acostumbran a comer mientras la ven. Ello deriva en trastornos de los hábitos alimenticios y el consumo de alimentos con poco valor nutritivo, ya que los modelos que ven en la pantalla son otros niños consumiendo productos no siempre adecuados para una dieta sana.

Se estima que la agresividad también tiene una relación significativa con la televisión. Hay una asociación entre la exposición habitual a programas violentos y las conductas infantiles agresivas. La violencia se transforma en una compañera habitual, en una forma normal de vida. Asimismo, se critica la relación entre la TV y la imaginación y la creatividad. Los niños que se exponen a largas horas frente al receptor suelen participar menos en juegos que le ayuden a cultivar la capacidad para idear soluciones creativas a los problemas de su diario vivir.

El papel de los medios de comunicación como agentes de socialización es conocido: junto a la familia, la escuela, los grupos de amigos, o la iglesia, transmiten los patrones culturales y las pautas de comportamientos que posibilitarán al individuo convivir con los otros. Pero la televisión es un agente formador que se infiltra en el hogar, apelando a la emociones, utilizando un lenguaje accesible y asumiendo el maquillaje del espectáculo. Su comprensión no requiere de talentos, destrezas ni habilidades especiales. Ni siquiera exige esfuerzo o concentración. Y logra eludir el control de los padres.

La televisión aventaja a la familia en la capacidad de mostrar modelos de comportamientos expuestos en situaciones diferentes. Puede repetir y esquematizar sus mensajes. Y masifica, uniforma, prestigia hábitos y conductas poco ideales para el

niño. En cambio la familia ofrece una socialización personalizada, conforme a las características individuales, únicas, de cada niño.³⁴

3.2 Dibujos animados

Se trata de un perro y un gato ambos machos, conviven como una pareja normal, mostrando abiertamente tendencias homosexuales, (si bien hay que considerar que esto ocurre entre humanos, también es cierto que no se debe promocionar), hechos normales como comer, asearse etc. se muestran de modo grotesco, promocionando amor por lo sucio y desagradable.

Un grupo familiar donde muestran irrespeto de los hijos hacia los padres, los manipulan para obtener lo que desean, como por ejemplo diciéndoles "te amo" y al obtener el beneficio desaparecen, burlándose de lo tonto de sus padres quienes presentan flojera e irresponsabilidad en su trabajo.

Otros destacan la ley del "ojo por ojo y diente por diente" como por ejemplo el comics de un perro y un gallo, un gato y un ratón etc.; mientras mas daño le hagan al otro más divertidos son, los súper héroes combaten el mal con violencia y nunca lo erradican por completo. La mente de los niños está en peligro, Cuidémosla.

Un show hecho por niños en horas de la tarde: En una serie (novela infantil) que pasan dentro del show observamos lo siguiente: niñas con sensualidades en su forma de vestir, gestos; conflicto de noviazgo que se dan a temprana edad (10 a 14 años) conductas irresponsables y desvalorización de la amistad, lo importante es el dinero y el físico, empobrecimiento del vocabulario, nunca se les observa ayudando a sus padres en los quehaceres domésticos, ni estudiando. Los niños que tienen actitud de buen estudiante, aparecen como tontos, aburridos, estúpidos, feos y nada populares.

3.3 Películas

De éste genero, quedemos sólo con ésta pregunta ¿cuál y cómo es la actitud de los buenos?, lo es siempre el protagonista, siempre gana, es tan violento o más que el "malo", experto en matar y asesina mucha gente sin importarles nada, no tiene

³⁴ <http://html.rincondelvago.com/influencia-de-la-television-en-ninos.html>

compasión del mal, es vengativo, rencoroso, irreligioso, inmoral, desordenado, desobediente con la autoridad, con un cuadro familiar desordenado, vicioso, vive como puede.

Amigos no es suficiente con ser "bueno", hay que ser Santo; ésta clase de bueno no trasmite bondad, Dios nos quiere libres totalmente. Por eso Jesucristo es el único modelo realmente bueno que debemos imitar.³⁵

³⁵ <http://www.angelfire.com/sc/santisimo/influencia8.html> Dcno. Gerson Adrián Duque Pérez

CAPITULO IV

4. Programas para adolescentes, jóvenes y adultos.

“Hoy, claramente, el problema no pasa por la inteligencia, sino por la falta de voluntad. Hoy no tenemos tecnología para educar la voluntad. Antes se respetaban los horarios de las comidas, de las salidas, de irse a la cama y, aunque hoy puedan parecer ejemplos estúpidos, lo cierto es que eso iba educando el carácter desde la casa. Ahora todo debe ser rápido, como las respuestas mediáticas. Entonces los chicos, cuando tienen hambre, van a la heladera. Antes, tener que esperar la hora de la comida era una forma de educar la voluntad. Antes, a las 10 de la noche los padres te mandaban a la cama y te ibas, te gustara o no. Hoy los chicos ven televisión hasta la 1 o 2 de la madrugada y después duermen toda la mañana arriba del banco, viven tirados, todo les cuesta un terrible esfuerzo.

En los Estados Unidos, un estudio explica que los determinantes de la "Generación Y" son: los 16 millones de chicos que navegaban en Internet en 1998, el hecho de que el 54% de los niños tiene un televisor en su cuarto, la emergencia de la sociedad de la información y la crisis de la familia (15 millones de madres solteras y 80 millones de personas que combinan hijos de más de un matrimonio). Esta "Generación Y" está integrada por chicos que no dejan de tener las características propias de la etapa de la niñez, pero que son más autónomos, más sofisticados y revalorizan el conocimiento.

Las transformaciones familiares se encuentran asociadas a los cambios del mundo laboral... (Antes) las madres establecían una regulación del tiempo libre de sus hijos, pautando el uso de los medios.

Giovanni Sartori, autor del libro *Homo videns*. La sociedad teledirigida, afirma que «antes de proclamar que la privatización mejora las cosas, es bueno tener presente que para los grandes magnates europeos de hoy -los Murdoch o los Berlusconi- el dinero lo es todo, y el interés cívico o cultural es nulo. Y lo irónico es que Berlusconi y Murdoch, en su escalada hacia los desmesurados imperios televisivos, se venden como demócratas». «La TV produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y toda nuestra capacidad de entender». «Si el periódico llega a decir, todos los días, que lo que la televisión hace es estúpido,

falso y que no sirve para nada, esto podría mejorar la situación. El diario debe combatir y no seguir a la TV.

Debe ridiculizarla, porque el cansancio de la gente existe». «La democracia es, según creo, un gobierno de opinión, y la opinión la da la televisión. Esto es un círculo vicioso donde la opinión depende de la TV, la cual dice que refleja la opinión del pueblo. Pero esto no es cierto, porque la opinión del pueblo es un reflejo de la televisión. La opinión tele-creada termina siendo menos informada y peor informada que antes. Esto puede ser manipulado en forma notable por la televisión, porque ella juega con las emociones de la gente, y la excita para todo uso.

El modelo consecuencia de esta opinión pública es una democracia populista plebiscitaria, que se mueve sobre la base de olas emotivas, a menudo dementes». El crecimiento de las crónicas emotivas y locales perjudica el conocimiento sobre el mundo. Allí se ve la culpa de la televisión. Cuando la influencia de la TV no existía, los diarios contenían más información del mundo. Si las madres se convencen de que la televisión hace mal a los chicos, entonces allí pueden tener más cuidado. Si yo fuera el doctor Spock escribiría un libro para explicar que la TV puede hacer a un niño tan malvado y violento como para matar a su madre. Bastaría para convencerla. El chico no puede aprender a conocer el mundo por imágenes si antes no aprendió a leer.

En el video-niño no se desarrolla nada, menos un sentido crítico. De un niño idiota surge un adulto idiota. Hay que regresar a la educación que contribuye a desarrollar el pensamiento abstracto, porque el sentido crítico depende de él. Cuando Nicholas Negro ponte hace sonar la trompeta para anunciar que el mundo digital es grandioso, de infinitas posibilidades y de infinitas libertades, estas son tonterías graves. El hombre es un burro nunca visto. Quienes hacen la televisión son analfabetos.

Costantin Costa Gavras, productor de cine: Me impresiona la vulgaridad de la TV. La locura del *rating*, esa carrera en la que más de uno necesita desembarazarse de la mochila de la ética para llegar más rápido. La TV no es más que un objeto y el problema no está en los objetos, sino en los hombres y en lo que ellos hacen con esa herramienta. Que puede ser buena pero también diabólica. Para atraer al público, a menudo se utilizan los medios más bajos, más vulgares. La vulgaridad es aún peor que la violencia. Es más fácil de imitar. Creo que, actualmente, terminamos

pareciéndonos a lo que miramos. Cuanta más vulgaridad haya en la tele, más vulgares seremos todos.

Jesús Quintero, notable periodista sevillano, hizo un impactante análisis sobre la mediocre pantalla actual: La TV está llena de bufones... En la Argentina sólo estoy oyendo hablar de *rating*. ¡Y a mí qué me importa eso! Yo no hago televisión para *zapping*. Yo sé, por los años que llevo en la televisión, cuáles son los recursos para tener más *rating*. Pero no es honrado que nos transformemos en vulgares mercaderes. Yo no suelo analizar la política. Una vez, un periodista le preguntó a Kissinger, 5 días antes de derrumbarse el Muro de Berlín, si había alguna posibilidad de que el Muro cayera, y Kissinger respondió que el Muro iba a permanecer todo el tiempo del mundo. A la semana, ese periodista llamó a Kissinger para decirle: "¿Qué me dice usted ahora?", y él le dijo que nunca más iba a hacer un análisis político.

Pedro Simoncini, ex presidente de Telefé, sostiene que «el horario de protección al menor es un excusa dialéctica que los operadores de medios utilizan para justificar todas las cosas inconvenientes que se instalan en la televisión antes y después de esa franja horaria. No es posible evitar que los chicos tengan acceso a contenidos inconvenientes, ni siquiera con el control de los padres ni con el famoso chip electrónico de Clinton. La única manera de evitarlo es que los empresarios no los transmitan y que los anunciantes no los respalden.

Guillermo Jaim Etcheverry, médico, docente e investigador: Una gran parte de los que hablan desde la pantalla son ignorantes, y ni siquiera saben que lo son.

Alfredo Sáenz, SJ, afirma que: El imperialismo de la imagen va demoliendo el reino de la palabra y de la inteligencia, con el consiguiente acrecentamiento de la estupidez y de la necesidad. Un aspecto no desdeñable es el influjo de la televisión en el seno de la familia. De hecho, la televisión hace poco menos que imposible la comunicación familiar. El interés se traslada a sucesos o personas lejanas, de modo que el televidente se va convirtiendo en un ciudadano global, ciudadano del mundo, dispuesto a apasionarse por causas totalmente remotas y hasta descabelladas. A principios de 1997, toda Norteamérica se movilizó para salvar a un perro labrador de ser muerto con una inyección. Dicha comunión con lo remoto fomenta a veces el desinterés por las cosas más cercanas, por la propia familia, justamente en una

sociedad caracterizada por el desarraigo. El hombre queda reducido a ser pura relación, pero una relación apartada de las relaciones naturales, una relación vacía que comunica vacío.

Alexander Solzhenitsyn, gran escritor ruso, con su habitual agudeza, dice: Y nuestra vida cotidiana gris es iluminada por el centelleo azul de las pantallas de televisión, promesa de vida y de cultura, único lazo real entre las personas en un país que cae hecho pedazos. ¿Pero qué nos ofrece que sirva para reconfortarnos y saciar nuestro apetito? Vulgaridad, vulgaridad y aun más vulgaridad. Publicidad seductora que muestra la "vida bella"... ¡y para el 98% de la población es tan real como la vida en Marte! Una sucesión de imágenes confusas y agitadas. "Series" importadas de baja calidad. Sucedáneos del espíritu. Estupideces en las que se asfixia la cultura. El culto



televisadas.

de la ganancia y la prostitución. ¡Esos banquetes insensatos donde los afortunados de la capital se muestran ante el país hundido en la miseria, la jactancia de los millonarios! O esas payasadas chillonas de las auto felicitaciones

Ya se sabe: *Cuando la carne está podrida, de nada sirve sazónarla*. Es para vomitar: el pueblo detesta la "caja", pero no puede estar sin ella.

Se advierte con claridad acerca de la nefasta influencia de los medios de comunicación sobre distintos aspectos de la vida:

Sobre las familias: No raras veces al hombre y a la mujer de hoy día, que están en búsqueda sincera y profunda de una respuesta a los problemas cotidianos y graves de su vida matrimonial y familiar, se les ofrecen perspectivas y propuestas seductoras, pero que en diversa medida comprometen la verdad y la dignidad de la persona humana. Se trata de un ofrecimiento sostenido con frecuencia por una potente y capilar organización de los medios de comunicación social que ponen sutilmente en peligro la libertad y la capacidad de juzgar con objetividad.

Viviendo en un mundo así, bajo las presiones derivadas sobre todo de los medios de comunicación social, los fieles no siempre han sabido ni saben mantenerse inmunes del oscurecerse de los valores fundamentales y colocarse como conciencia crítica de esta cultura familiar y como sujetos activos de la construcción de un auténtico humanismo familiar. Éste es, pues, el drama: los instrumentos modernos de comunicación social están sujetos a la tentación de manipular el mensaje, falseando la verdad sobre el hombre. El ser humano no es el que presenta la publicidad y los medios modernos de comunicación social. Es mucho más, como unidad psicofísica, como unidad de alma y cuerpo, como persona. Es mucho más por su vocación al amor, que lo introduce como varón y mujer en la dimensión del "gran misterio".

Sobre la falta de justicia entre las relaciones de los pueblos: Los Países subdesarrollados, en vez de transformarse en Naciones autónomas, preocupadas de su propia marcha hacia la justa participación en los bienes y servicios destinados a todos, se convierten en piezas de un mecanismo y de un engranaje gigantesco. Esto sucede a menudo en el campo de los medios de comunicación social, los cuales, al estar dirigidos mayormente por centros de la parte Norte del mundo, no siempre tienen en la debida consideración las prioridades y los problemas propios de estos países, ni respetan su fisonomía cultural; a menudo, imponen una visión desviada de la vida y del hombre y así no responden a las exigencias del verdadero desarrollo.

Sobre la pérdida del sentido del pecado y la moralidad: La pérdida del sentido del pecado es, por lo tanto, una forma o fruto de la negación de Dios: no sólo de la atea, sino además de la seculariza. Si el pecado es la interrupción de la relación filial con Dios para vivir la propia existencia fuera de la obediencia a Él, entonces pecar no es solamente negar a Dios; pecar es también vivir como si Él no existiera, es borrarlo de la propia existencia diaria. Un modelo de sociedad mutilado o desequilibrado en uno u otro sentido, como es sostenido a menudo por los medios de comunicación, favorece no poco la pérdida progresiva del sentido del pecado.

La conciencia moral, tanto individual como social, está hoy sometida, también a causa del fuerte influjo de muchos medios de comunicación social, a un peligro gravísimo y mortal, el de la confusión entre el bien y el mal en relación con el mismo derecho fundamental a la vida.

Sobre su importancia en formar la cultura: El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad y transformándola como suele decirse en una "aldea global". Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. Las nuevas generaciones, sobre todo, crecen en un mundo condicionado por estos medios.

Quizás se ha descuidado un poco este areópago: generalmente se privilegian otros instrumentos para el anuncio evangélico y para la formación cristiana, mientras los medios de comunicación social se dejan a la iniciativa de individuos o de pequeños grupos, y entran en la programación pastoral sólo a nivel secundario. El trabajo en estos medios, sin embargo, no tiene solamente el objetivo de multiplicar el anuncio. Se trata de un hecho más profundo, porque la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo. No basta, pues, usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta "nueva cultura" creada por la comunicación moderna.

Sobre influir a favor de la cultura de la vida: Grande y grave es la responsabilidad de los responsables de los medios de comunicación social, llamados a trabajar para que la transmisión eficaz de los mensajes contribuya a la cultura de la vida. Deben, por tanto, presentar ejemplos de vida elevados y nobles, dando espacio a testimonios positivos y a veces heroicos de amor al hombre; proponiendo con gran respeto los valores de la sexualidad y del amor, sin enmascarar lo que deshonra y envilece la dignidad del hombre.

Sobre la manipulación de la opinión pública: la manipulación llevada a cabo por los medios de comunicación social, cuando imponen con la fuerza persuasiva de insistentes campañas, modas y corrientes de opinión, sin que sea posible someter a un examen crítico las premisas sobre las que se fundan.

Hace años recordábamos: La televisión, que por amenazar "los diques saludables con los que la sana educación protege la tierna edad de los hijos", de tal manera destruye que "no se podría imaginar cosa más fatal para las fuerzas espirituales... que puedan

sacudir y arruinar para siempre toda una construcción de pureza, de bondad y de sana educación individual y social".

¿Habrá algo que exalte más la codicia, la ira, la comodidad, el mundanismo, la venganza, la impureza y la violencia vicios todos diametralmente opuestos al espíritu de las bienaventuranzas evangélicas, que la televisión en particular y los medios de comunicación social en general? Hoy, muchos hijos ven y oyen más a la TV que a sus padres. Así saldrán: serán hijos...de la TV."³⁶

4.1 Series de la televisión

Una serie de televisión es una obra audiovisual que se difunde en emisiones televisivas sucesivas, manteniendo cada una de ellas una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran. Aunque el término se emplea popularmente para designar a la ficción seriada, otros géneros son susceptibles de ofrecerse en serie, como el documental (por ejemplo, *Walking with Dinosaurs*, *Caminando entre dinosaurios*).

4.1.1 Series de ficción

4.1.1.1 Estructura narrativa

El rasgo principal que define a una serie de ficción es que sus capítulos constituyen una unidad narrativa independiente en sí mismos, lográndose la continuidad entre uno y otro a través de los personajes, los escenarios o los temas. A diferencia de los seriales, que dejan abiertas las tramas de un episodio para otro, en las series éstas se resuelven dentro del propio capítulo.

Sin embargo, existen producciones que no cumplen este requisito y, pese a ello, son consideradas como series, por su factura, proceso de producción y forma de programación. Es el caso de *Lost* (*Perdidos*).

³⁶ Conferencia pronunciada por el p. Carlos N. Vuela en el salón de actos de la parroquia San Maximiliano Kolbe (San Rafael) en 1999 paginas 1-40

4.1.1.2 Producción y programación

Elenco protagonista de la producción española *Los Serrano*, ejemplo de serie de largo recorrido. Fue producida por Globomedia y emitida por Telecinco entre las temporadas 2003/04 y 2007/08.

Por norma general, las series de ficción son producciones mucho más costosas que los seriales. Ello se debe a que suelen plantearse para cubrir los horarios de mayor consumo televisivo o *prime time*, mientras que los últimos se destinan a las bandas diurnas o *day time*, donde los niveles de audiencia son menores.

Debido a su considerable coste, se programan una vez a la semana (ocasionalmente, dos o tres) y casi nunca en tira diaria (en inglés, *strip*), que es como suelen emitirse los seriales.

Una serie suele concebirse de forma cerrada, con final previsto, pero dejando abierta la posibilidad de ampliar la producción, en función de los resultados de audiencia. Lo más habitual es que se realice una primera tanda de trece episodios y, si el éxito acompaña, es muy probable que la serie regrese con nuevas entregas.

Los Serrano



Elenco protagonista de la primera temporada.

De izquierda a derecha, Eva (Verónica Sánchez), Tete (Natalia Sánchez), Carmen (Julia Gutiérrez Caba), Lucía (Belén Rueda), Diego (Antonio Resines), Curro (Jorge Jurado), Santiago (Jesús Bonilla), Marcos (Fran Perea) y Guille (Víctor Elías).

Título	Los Serrano
Género	Comedia familiar
Creado por	Daniel Écija Álex Pina
Reparto	Antonio Resines Belén Rueda Jesús Bonilla Verónica Sánchez Fran Perea Natalia Sánchez Víctor Elías Jorge Jurado Antonio Molero Nuria González Alejo Sauras Goizalde Núñez Alexandra Jiménez Julia Gutiérrez Caba
Sintonía de cabecera	<i>Uno más uno son siete</i> (Fran Perea)
País de origen	España
Duración	80 minutos aprox.
Idioma/s	Español
Temporadas	8

Episodios	147 (Lista de episodios)
Producción	
Producción ejecutiva	Daniel Écija Álex Pina Begoña Álvarez Rojas Pablo Olivares Olga Salvador
Producción	Globomedia
Guión	Daniel Écija Álex Pina Laura Belloso José Castillo Pablo Alén Mariano Baselga Matías Basso
Localización	Madrid
Emisión	
Cadena original	Telecinco (España)
Calificación por edades	T (España)
Fechas de emisión	22 de abril de 2003 17 de julio de 2008

4.1.1.3 Tipología

Sitcoms o comedias situacionales. Desde el punto de vista de la producción y la programación, se definen por una duración entre 20 y 30 minutos, por sus limitados

escenarios (uno o dos y casi siempre interiores) y porque se graban con la asistencia de público.

- **Teleseries o series de largo recorrido.** Cada capítulo dura entre 50 y 60 minutos, si bien, en algunos países, como España, los metrajes pueden ser muy superiores. Poseen diferentes escenarios, tanto interiores como exteriores. Se distinguen entre dramas, comedias y *dramedias*.
- **Antología.** Se trata de un tipo de serie que, en cada capítulo, cambia de personajes, de escenarios e, incluso, de equipo de producción. La continuidad entre uno y otro se consigue mediante el tema, el mismo para todos los episodios. Un ejemplo es la producción española *La huella del crimen*, que, en cada entrega, abordaba un caso criminal distinto, basado en hechos reales. La producción argentina *Mujeres asesinas* es también una antología.
- **Miniserie.** Es un tipo de producción a medio camino entre las teleseries y los telefilmes (en inglés, *TV Movie*). Suelen plantearse para al menos tres episodios, con una duración, cada uno de ellos, de aproximadamente 90 minutos, esto es, el estándar que la industria televisiva estadounidense tiene asignado a los telefilmes.

4.2 Series documentales

El género del documental puede ser objeto de una emisión seriada en televisión, así como sus distintas variantes, surgidas a partir de un proceso de incorporación de técnicas características de otros géneros. Es el caso de los *docudramas*, en los que se aborda la realidad con recursos narrativos propios de la serie de ficción, como la guionización a partir de tramas e, incluso, personajes. Un ejemplo de *docudrama* seriado es la producción española *Vivir cada día*, emitida por TVE1 entre 1978 y 1988.

Otra variante del documental es el *docu-soap* (*docu*, de documental; *soap*, de *soap opera*), aunque, en este caso, las técnicas narrativas utilizadas no proceden de las series de ficción, sino de los seriales televisivos. Como en éstos, las tramas quedan abiertas de un capítulo a otro. La producción española *Bellvitge Hospital*, ofrecida por la televisión autonómica catalana TV3, es un ejemplo de *docu-soap*.³⁷

³⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Serie_de_televisi%C3%B3n

4.3 Series televisivas de los años 70 y 80

El nombre del sitio es "Retro Junk" y te lleva atrás en el tiempo por una basta base de datos de las series televisivas de los 80. Te acuerdas de "Las Tortugas Nijas"(1990), "El show de los Muppets" o el siempre simpático "ALF"(1986), bueno podrás encontrar una muy variada gama de shows.

A mi una en particular que me gustaba mucho eran "Los Magníficos"(1983) o su nombre en ingles "The A-Team" con el imponente "Mr. T" que no le gustaba viajar en avión y el gracioso "Murdok". También recuerdo "21 Jump Street"(1987) que la daban muy tarde y a veces me dormía esperándola, en la cual trabajaba "Johnny Depp".³⁸

4.3.1 La influencia de las series

La televisión es la gran pasarela globalizada seguida por millones de televidentes. ¿Dónde nacen las tendencias? ¿En las pasarelas de las Semanas de la Moda de Nueva York y París? Parece que no. Los episodios de las series televisivas norteamericanas tienen más influencia en la moda que cualquier mega desfile con vocación internacional. Según un informe que la consultora de moda ATTEX Communications & Consulting presentó en la sección cultura de la oficina española del Parlamento Europeo, hoy la televisión es la gran pasarela globalizada. Esta consultora con sedes en Roma y en Chicago trabaja con más de 100 organizaciones, repartidas por todo el mundo, relacionadas con la moda.

La televisión transforma las ideas en objetos de consumo. Hay una identificación del público con cierto personaje, una afinidad emocional y de ahí surge la imitación de su estilo de vida, que se refleja en el vestir. El personaje por excelencia de este fenómeno fue Carrie de la serie Sex and the City. En un episodio llega a tener 50 cambios de vestuario. Su impacto es superior a un desfile. Amas de Casa Desesperadas que en cada episodio tiene en total 100 cambios de ropa y cada personaje, su look. También la serie CSI tiene su hito fashion: una marca lanzó una camiseta que venía con un código para participar en la resolución de los casos que investigan sus personajes.

³⁸ <http://wappy.ws/series-televisivas-anos.html>

Fue un éxito de venta. Y por primera vez, una prenda formó parte del argumento de una serie de TV³⁹

4.4 Novelas

Según muestran dos estudios recientes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), “Telenovelas y Fertilidad: Las Evidencias de Brasil” y “Televisión y Divorcio Evidencias de las Novelas Brasileñas” podrían tener importantes implicaciones para los gobiernos de las naciones en desarrollo. Ambos estudios analizan la influencia de la televisión y las telenovelas en propiciar los dramáticos cambios ocurridos en Brasil en relación con las tasas de fertilidad y divorcio en las últimas tres décadas.

Las tasas de fertilidad descendieron más del 60 por ciento en el país, desde la década del setenta, y las de divorcio se multiplicaron más de cinco veces desde la década de los ochenta. En el mismo período, la disponibilidad de equipos de televisión se multiplicó más de diez veces, llegando a penetrar hasta más del ochenta por ciento de los hogares. Todo esto, en un contexto donde las telenovelas brasileñas son famosas por mostrar playas espectaculares, personajes carismáticos y representaciones realistas de las vidas y aspiraciones de la clase media.

Robert W. Kubey, profesor de universidad de Nueva Jersey, hizo un estudio entre espectadores de Norteamérica y llegó a la conclusión de que la televisión es el recurso más cómodo y barato porque no presenta ideas complejas, es como si se diera el mensaje digerido y lo que quiere el público es ver cosas fáciles de entender, como las telenovelas.

Las telenovelas tienen una fuerte carga moral, imponen valores de amor eterno, recompensa de la virtud y castigo del pecado, son como una guía para el público, les dice lo que se debe hacer y lo que no y esto les da seguridad a la hora de afrontar los problemas porque tienen un modelo a seguir.⁴⁰

³⁹ <http://www.clarin.com/suplementos/mujer/2008/05/03/m-01663571.htm>

⁴⁰ <http://emisordigital.bligoo.com/content/view/459521/>

Telenovelas_brasilenas_tienen_impacto_en_comportamientos_sociales.html

4.4.1 En Ecuador su influencia

La Biblia del adulterio" Este pecado en la gran mayoría se presenta como la gran trama, van mostrando estrategias, mentiras que se pueden decir para tapar, es demasiado fácil y no sólo eso; también se presenta como la gran actitud de los "modernos" con el atractivo de que son los más bonitos y bonitas quienes lo cometen. Los que defienden el matrimonio son tontos y hasta perversos; los que son infieles son muy "avispados" y "buenos"

Presencia fuerte de brujería, astrología, espiritismo; cayendo en el pecado de idolatría, el más aborrecido por Dios. "No tendrás otros dioses fuera de mí. No te postres ante esos dioses, ni les des culto, porque yo Jehová, tu Dios, soy un Dios muy celoso" (Ex 20,3-5). Dios no quiere que sus hijos practiquen estas cosas. "Que no haya en medio de ti nadie que haga pasar a su hijo o a su hija por el fuego; que no haya adivinos ni nadie que consulte a los astros, ni hechiceros, que no se halle ninguno que practique encantamientos o consulte a los espíritus,.... Porque Jehová aborrece el que hace estas cosas y precisamente por esta razón los expulsa delante de ti" (Dt. 18, 10-12).

Al malo lo eliminan matándolo, él nunca se arrepiente de ser malo y más bien muere orgulloso y complacido de haberlo sido.

Los sacerdotes: los presentan como chismosos, enredados en cuentos, nunca se les ve en un trabajo propio de su oficio.

Dios: es una caricatura, sin mandamientos, un esclavo para que cumpla los deseos. No tiene ninguna influencia en las personas. Normalmente son viejecitas sus únicas adoradoras, los protagonistas y los más destacados de la novelas son irreligiosos y más bien amigos de la astrología, espiritismo etc.⁴¹

4.5 Musicales

Un video musical, clip de video o vídeo clip es un cortometraje realizado principalmente para su difusión en video y televisión, que ofrece una representación visual de una canción.

⁴¹ <http://www.angelfire.com/sc/santisimo/influencia8.html>

Los videos musicales se suelen realizar con multitud de efectos visuales y electrónicos. Son producciones muy vivas que tienen por objetivo llamar la atención del telespectador.

Los videos musicales modernos se hacen y usan principalmente como técnicas de marketing con la intención de promocionar la venta de grabaciones musicales. Aunque los orígenes de los videos musicales vienen de mucho más lejos, su popularidad creció en los años 1980, con artistas como Michael Jackson, cuando el formato de MTV (Music Televisión) se creó alrededor de ellos.⁴²

4.5.1 La Influencia de la Música y de los Videos de Música

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

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

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

- La promoción y exaltación del abuso de drogas y de las bebidas alcohólicas
- Las representaciones y las palabras que presentan el suicidio como una "alternativa" o "solución"

⁴² http://es.wikipedia.org/wiki/Video_musical

- La violencia gráfica
- Las formas de sexo que enfatizan el control, el sadismo, el masoquismo, el incesto, a los niños que menosprecian a las mujeres y la violencia contra las mujeres.

Los padres pueden ayudar a sus hijos adolescentes prestándoles atención a lo que ellos compran, lo que ven en su computadora, lo que escuchan y lo que ven y ayudándolos a identificar la música que puede ser destructiva. Una discusión abierta libre de crítica puede ser de ayuda.⁴³

4.6 Televisión y entretenimiento musical

Televisión y entretenimiento es un binomio inseparable en la actualidad, ya que el medio audiovisual es la fórmula más habitual de acceso tanto a la información como al divertimento. La televisión desde su nacimiento ha ido evolucionando a saltos agigantados, tanto es así que la forma de hacer y de entender la televisión se ha adaptado a la sociedad y a las necesidades de ésta, que son a todas luces cada vez más cambiantes y exigentes.

Los programas musicales de televisión comenzaron en el horario diurno en la década de los cincuenta, cuando Kate Smith presentó el primer espacio de variedades de la NBC emitido por la tarde. En esa época, la mayor parte de los programas musicales de televisión eran similares a los de radio; consistían en una serie de canciones populares y conocidas dirigidas a una audiencia no segmentada.

Sin embargo, sólo unos años después tanto los programadores de radio como los de televisión se dieron cuenta del valor que tenía clasificar las diferentes canciones según diversos grupos demográficos. Y sobre todo, fueron testigos de la aparición de una nueva tendencia musical (llamada Rock'n Roll) que creó un objetivo de mercado completamente nuevo compuesto por adolescente y jóvenes adultos.

⁴³ Website" de la "AACAP" American Academy of Child Adolescent Psychiatry. (www.aacap.org).

El sencillo programa American Bandstand (ABC) se convirtió en uno de los pilares básicos de la televisión para la audiencia más joven, siendo la clave de su éxito sus productos atractivos y su pinchadiscos televisivo Dick Clark.

Se dio cuenta de que la naturaleza de una actuación de rock en directo no podía trasladarse fácilmente a la pantalla pequeña y limitada de la televisión. Aunque eran maestros en su música, la mayoría de los cantantes de Rock eran verdaderos novatos a la hora de proyectar cualquier tipo de escenificación visual o física para la televisión (además de moverse con agitación). Clark proporcionó la orientación y el control necesario para que esta tendencia se estabilizara.

También se dio cuenta de la necesidad de situar al Rock'n'Roll en un ambiente más seguro y más accesible para el consumo general. En sus programas, Clark siempre estaba vestido de forma impecable, arreglado, amable y suelto. Habitualmente se ocupaba de las figuras menos controvertidas como Fabián.

Jorge Caldera Serrano Tipología y gestión documental en la televisión temática musical.

Este programa se hizo tan popular que de contar con un horario matinal pasó a prime time con gran éxito, surgiendo muchos y buenos programas que trataban de imitarlos. A mediados de los años setenta este formato audiovisualmente o género musical (también denominado variedades o «de baile») va perdiendo audiencia. La televisión fragmentada potenciada por la difusión por cable hace posible que en el año 1981 nazca lo que se ha convertido en todo un hito, mito y copia de la televisión temática musical: la MTV, cadena que emitía 24 horas música o información musical.

Esta cadena se convirtió rápidamente en toda una revolución. Fragmentó la audiencia y fragmentó la temática. En la MTV se podían ver a los cantantes favoritos interpretando sus canciones más populares ya fuera por medio de videoclips o de conciertos: además se contaba con entrevista y noticias de famosos cantantes.

Esta moda y utilidad hizo necesario que muchos grupos y solistas se vieran obligados a contar con el formato videoclips como fórmula de marketing de sus productos

musicales, es decir, la adaptación de material sonoro a una realidad absolutamente visual, modificando por tanto la industria televisiva y también la discográfica.

Actualmente la programación fragmentada y el consumo de obras audiovisuales musicales se ha estandarizado y fijado, seguramente por que ha conseguido estabilizar la audiencia que sin ser pretenciosa es fiel y consigue que estas cadenas puedan no solo mantenerse sino obtener beneficios. En el caso español la cadena musical Sol Musical como la adaptación televisiva de 40 principales funcionan en audiencia y rentabilidad económica. La televisión temática musical se ha forjado un lugar entre la audiencia al igual que la emisión televisiva temática deportiva, junto con aquellas cadenas destinadas a la emisión de producciones cinematográficas.

Los videoclips son en muchos casos auténticas obras de arte creados por publicistas y cineastas con el fin de atraer al público hacia la compra del producto sonoro, obras muy espectaculares que según capacidad económica cuenta con mayor calidad técnica.

El videoclip cuenta con una falta de sincronía a veces alarmante al contar historias diferentes la banda imagen y la banda sonido; otras sin embargo el intento de sincronía entre la historia y la canción desde un punto de vista temático viene acompañado por una sincronía visual.⁴⁴

4.7 Publicidad y sociedad, ¿realmente no podemos hacer nada?

La publicidad se ha ganado su mala fama. Pero ¿quién tiene realmente el poder, el publicista o el consumidor?

La intrusión de la publicidad en nuestras vidas es una de las grandes características del nuevo milenio. Hace más de 60 años que la cultura del consumo se ha ido arraigando en nuestra civilización y la publicidad ha sido parte del círculo mercantil que va conformando la sociedad actual.

⁴⁴ jcalser@alcazaba.unex.es

La publicidad nunca ha tenido muy buena reputación, las teorías de la publicidad subliminal tampoco le han ayudado a quitarle el estigma de manipuladora. Sin embargo la publicidad no siempre es tan efectiva como las agencias de comunicación desearían. De la inmensa avalancha de publicidad que recibimos día a día, la mayor parte los mensajes son anulados o no llegan siempre a la “audiencia meta” que se esperaba. Los resultados finales en las ventas tampoco son infalibles (y saber eso es uno de los grandes temores de toda agencia). Hoy mismo no existe ninguna evidencia científica certera que indique que la publicidad subliminal funcione, amén de que en alguna década la paranoia sobre el tema generó innumerables restricciones y legislaciones para evitar la manipulación no consiente del consumidor. Entonces, si la publicidad no es tan efectiva como se supone, no es capaz de manipular como sus creadores lo desean, ¿significa que no hay de qué preocuparse? El asunto no es tan simple.

“Los publicitarios seleccionan los valores y actitudes a ser fomentados y alentados; mientras promocionan unos ignoran otros”. Durante muchos años los publicistas han dicho que su trabajo es simplemente reflejar a la sociedad, lo cual no es cierto. La publicidad afecta los valores culturales y sociales. Cuando un adolescente observa la publicidad del último teléfono celular es bombardeado con todo un conjunto de mensajes en los que el hedonismo, la posición social y la admiración de sus amigos juegan un papel crucial. El problema de la publicidad es que no solamente vende el teléfono celular en cuestión, sino valores que afectan a la sociedad. Cuando esto ocurre con todos los productos y servicios imaginables, el resultado social puede ser devastador.

Los seres humanos tenemos un conjunto de inclinaciones que nos hacen frágiles. Nuestro desprecio por el sufrimiento, la vejación o el dolor de cualquier forma son importantes aliados de cualquier publicista sin escrúpulos. Nuestra poderosa atención a la sexualidad es otro elemento frecuentemente explotado: todo publicista sabe que el sexo vende, punto. Efectivamente, la publicidad no puede manipularnos al grado que sus creadores desean, pero la influencia de los mensajes es, a pesar de todo, poderosa.

La publicidad apelará a modelos estética y socialmente deseables (sofisticación, lujo, pelo rubio, piel blanca, desprecio por características étnicas regionales) y

frecuentemente pierde de vista a la persona como un ser de dignidad inviolable para convertirle en “los apetitos de placer y poder de otros”. En otros casos (más frecuentes cada día), la publicidad simplemente apela a formas sutiles de pornografía, y en este sentido cada vez es más corriente atentar contra la dignidad de la mujer para convertirla en objeto.

El dilema moral de la publicidad es muy simple: “O ayudan a la persona humana a crecer en su conocimiento y práctica de lo que es verdad y bueno o son fuerzas destructivas en conflicto con el bienestar humano”. Desde una descarada mentira (muy común en la publicidad de las décadas entre los 50's y 60's) hasta la explotación, corrupción y uso de métodos de persuasión con motivos corruptos, la publicidad sí tiene una cara oscura.

Para los publicistas existe un compromiso moral. La publicidad no es intrínsecamente mala, pues juega un papel importante en el proceso económico, fomentando el crecimiento económico al servicio del desarrollo humano. La publicidad ayuda al mantenimiento económico de publicaciones, programas y productos que contribuyen a una mejora en la calidad de vida.

Existe publicidad de excelente calidad estética e intelectual. También puede ser una fuerza inspiradora e incluso alegrar la vida mediante el ingenio, buen gusto y diversión que puede brindar. La publicidad también puede ser un medio poderoso para propagar el bien.

Ha quedado clara la responsabilidad de los publicistas. Pero, ¿dónde queda el consumidor? ¿Está destinado a ser un mero receptor de mensajes? ¿Su posición es la de la pasividad? Nada más lejos de eso. De hecho, quien tiene el verdadero poder no lo tiene la publicidad contra lo que podría parecer, sino el consumidor final. No hay nada que aterrice más a un publicista o a sus clientes que una campaña que fracasa.

Cuando estamos en un hipermercado, en una farmacia o en una tienda de ropa de un centro comercial tomamos decisiones. La publicidad intenta influir en esas decisiones, procura impactar la imaginación y la memoria para que el consumidor recuerde una marca y la asocie a un sentimiento. Pero quien toma la última decisión es el

consumidor. La publicidad no es omnipotente, siempre requiere de un acto de la voluntad: el acto de compra.

El consumidor tiene el poder de no comprar los productos cuya publicidad es poco ética, explota a la persona humana o, mediante su mal gusto, es chocante. El consumidor es la parte vital de la economía, de los ciclos de ventas, es en realidad el principio y el fin del publicista. Un publicista que detecta que sus campañas de mal gusto no venden deja de hacerlas. El consumidor no es un ente pasivo, tiene el gran poder de rehusarse, de decir no a los productos que intentan ser vendidos de manera chapucera, poco moral o descaradamente perversa.

La publicidad se analiza como necesaria y propia de una empresa para financiarla, y por tanto también de la televisión como empresa que es, en el libro “La televisión y los españoles”.

La publicidad puede ser positiva cuando es de calidad y se realiza con rigor. Según algunos experimentos, la influencia de la publicidad es menor de lo que se cree porque las reacciones de los espectadores cuando hay anuncios son, en un 60% dejar de prestar atención a la televisión, en un 20% salir de la sala, y en un 10% hacer zapping.

Según una agencia francesa, los países donde hay más publicidad son Italia Reino Unido y España. La media de exposición diaria a la televisión en los países europeos es de 3 horas y 20 minutos, lo que contrasta con la hora y 40 minutos de televisión que ven los finlandeses al día. Por tanto la exposición a la publicidad es proporcional al tiempo dedicado a ver la televisión.

La publicidad hace que compremos bienes materiales y con eso creemos superar nuestras frustraciones, problemas e insatisfacciones. La publicidad hace que creamos que necesitamos adquirir algún objeto y que vamos a conseguir elevar nuestro nivel de vida y ser más felices.

La mujer se utiliza en la publicidad como objeto sexual y es muy rentable para los intereses publicitarios, degradando habitualmente la imagen femenina.⁴⁵

⁴⁵ www.encuentra.com, informa@tvoecuador.org

CAPITULO V

5. LA TELEVISION EN EL PUYO

5.1 Ciudad de Puyo, Ecuador ⁴⁶

Breve Historia.

La ciudad de Puyo se fundó en 1899 por el explorador hispano, Fray Álvaro Valladares. Aquí se produjo un intenso proceso de colonización y conversión al cristianismo de sus pobladores nativos llevando a muchas etnias originales su extinción o fusión con otras mayores. La Producción del caucho, la fruta de la caña de azúcar y naranjilla han marcado el desarrollo de esta ciudad a través de la historia, sin olvidar la explotación maderera.



Puyo, que significa Neblina en el idioma nativo, es recorrida por el río Pastaza, navegable hasta su desembocadura en el río Amazonas.



El Puyo, capital de la provincia de Pastaza, es una ciudad moderna, con una capacidad hotelera de más de 2.000 habitaciones. Enclavada en la Selva Amazónica, tiene un clima agradable de 18 a 20 grados centígrados.

Realidad Actual.

Esta puerta de acceso a la selva es un próspero centro de comercio de los productos del sector como: Caña de azúcar, naranjilla, té, café, yuca, etc.; además lugar de descanso para sentir la selva y su agradable clima lleno de humedad, pudiendo hacer cercanas caminatas en la espesura, en la que se puede jugar con largos bejucos para ir de un lado a otro, cruzar puentes colgantes o tarabitas y oler el típico aroma de la tupida vegetación; todo esto en el cruce del río Puyo, un paseo controlado por la municipalidad y sin peligro alguno.

⁴⁶ Información tomada de: Revista Gente., Guía Turística del Ecuador, ABC del Viajero

En la ciudad de El Puyo se han adecuado parques recreacionales junto al río y complejos deportivos. Los ríos ofrecen sitios de paseo y balnearios. Las ferias semanales también se prestan para la distracción y el conocimiento de las costumbres propias de los lugares en los que se efectúa.

Para complementar el entorno, hay artesanías y otras muestras de las culturas indígena: Shuar, Achuar, Huaorani y Alama. La empresa privada ha respondido al resto del turismo con la dotación de infraestructura hotelera, de restaurantes u otros servicios. Vías terrestres, fluviales y algunos aeropuertos conectan a esta provincia con ciudades de la sierra o de la misma Amazonía.

Esta ciudad es una de las más comerciales de la región oriental del Ecuador y centro de paso obligado hacia el resto de ciudades amazónicas como Macas, Tena, Palora y otras. Sus carreteras asfaltadas y caminos vecinales bien cuidados facilitan el acceso a la ciudad, a la vez que impulsan el comercio y desarrollo a nivel regional y nacional.

Desarrollo Turístico.

Puyo en los últimos tiempos se ha desarrollado a nivel turístico de manera asombrosa. El turista podrá disfrutar de varias actividades étnicas, culturales, ecológicas y de aventura.

- Paseo de los Monos, Puyo
- El Parque Acuático Morete Puyo
- Parque Etno-Botánico OMAERE, Puyo
- El Orquideario de Puyo
- Paseo Turístico del Río Puyo
- El Museo Étnico y Arqueológico de Puyo
- Parque Real, Puyo - aves exóticas



5.2 CANALES TELEVISIVOS DE PUYO

Uno de los canales mas apegados a la ciudad del puyo puesto que es el único canal que cubre emisiones de carácter local y regional. Ubicado en el barrio la Merced se constituye en un medio muy influyente en lo familiar, social, económico y político.



SONOVISIÓN, un canal de televisión que nace el 11 de Enero de 1989 de con derecho privado, con fines de servicio y apoyo al desarrollo social, dentro de sus principios fundamentales de entretener, educar, orientar e informar.

En este contexto y tomando en consideración nuestra ubicación geográfica, y densidad poblacional dispersa; la actividad de la comunicación como eslabón principal en la comunidad requiere de ingentes recurso humano, técnico y financiero.

Los medios de comunicación social privados financian sus actividades por el servicio que presta y los productos comunicativos que se difunde a la comunidad, fomentando la educación ambiental y turística, como base de apoyo y de interés de desarrollo provincial y regional, dentro de la ética, el respeto al credo, y un pluralismo a las corrientes políticas y sociales.

Por lo expuesto, SONOVISIÓN, con sus estudios y matriz en la ciudad de Puyo en el Canal 7 TV, y una repetidora en la provincia de Morona Santiago en el Canal 5 TV.

Ofrece a nuestros televidentes toda una gama de programas de entretenimiento educativo, desarrollo personal, diversión, entretenimiento pero sobre todo información oportuna y veraz de los principales acontecimientos suscitados en nuestra Provincia a través de nuestro informativo SONOVISON ES NOTICIA horario estelar de las 19h00

5.2.1 PROGRAMACIÓN:

07H00 a 08H00	Informativo SONOVISION ES NOTICIA
08H00 a 09H00	Espacio Infantil “Los Aventureros”
09H00 a 10H00	Salud SI
10H00 a 12H30	Videos Musicales SONO Clips
12H30 a 13H00	Informativo SONOVISION ES NOTICIA
13H00 a 15H00	Documentales “Maravillas del Mundo”
15H00 a 17H30	Espacio Infantil “Los Aventureros”
17H30 a 18H00	Palabra e Imagen
18H00 a 19H00	Dibujos Animados “Fiesta Infantil”
19H00 a 20H00	Informativo SONOVISION ES NOTICIA
19H00 a 20H00	Programa Informativo OPINION – sábados
20H00 a 22H00	Programa Musical “SENTIMIENTO AMAZÓNICO”
22H00 a 22H30	Cine Selecto

SONOVISION, cubre las provincias de la Región Amazónica en:

CANAL 7 TV: PUYO
MERA
SHELL

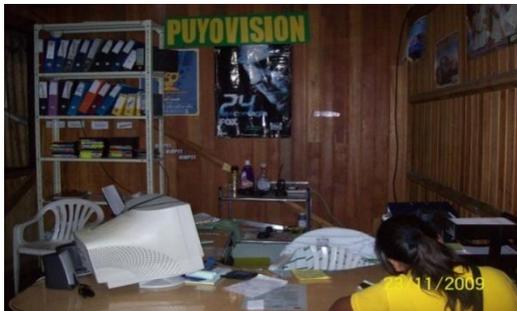
CANAL 5 TV: MACAS
SUCUA
HUAMBOYA
PALORA

5.2.2 SERVICIOS DE TV CABLES



Puyo cuenta con dos compañías de tv cable la primera: **American Cable** sus servicios cubre los costos quince dólares lo que corresponde a la instalación y doce dólares la mensualidad, la instalación se la hace de un día para otro aunque si hay problemas de red el usuario debe esperar 48 horas para tener en casa su tv cable.

Este sistema de cable brinda 40 canales



La segunda es **Puyo visión** el costo va de veinte dólares por servicio de instalación lo que abarca 20 metros de cable y si el usuario desea mas cable por cada metro le cuesta 80 centavos de dólar, la compañía entrega su servicio para el siguiente día . Las mensualidades son de 12,50 ctvs. De dólares

para un solo televisor si el cliente requiere para un segundo o tercer televisor adicional por cada uno deberá cancelar 2, 20 ctvs. De dólares.

Cuenta con 53 canales su servicio de cable cubre lo que es la ciudad del Puyo y parte de lo rural como: Veracruz, Primavera, Santa Rosa por el momento ya que piensan expandirse por mas lugares con su sistema de cable.

Otro de los canales que influye en la ciudad es el canal 2 barro tv televisión por cable dirigido por el Señor Leighton Zarria.

Barro tv canal 2, es un proyecto de cooperación entre la empresa privada y las iniciativas particulares con vocación en el servicio a la comunidad.

Desde septiembre de 2008, hasta septiembre 2009, funciono con un programa noticioso "Spacios" dirigido por Luis Velastegui, después tomo impulso con una renovación en el nuevo planteamiento de Leighton Natanael Zarria A.

En la actualidad, plantean proyectos en programas deportivos, noticiosos, juveniles. Y en idiomas nativos como el Shuar, Quichua entre otros.

Barro Tv, pertenece a Mauro Barrera, y está ubicado en Shell, una ciudad amazónica en el Cantón Mera de la Provincia de Pastaza.

Barro Tv canal 2, está cambiando sus oficinas con el objetivo de brindar mayor atención al cliente. Su gerente habla de construir un estudio de TV de donde se emitirá la programación del canal. Riqueza de biosfera en Shell, de 18h00 a 19h00 los días lunes y con reprises los viernes escuche y vea el primer programa en Shuar, Quichua y español "LOS PUEBLOS pluricultural", dirigido por Klever Mashiant. De 20h00 a 21h00 de lunes a viernes escuche y vea el Noticiero "HECHOS" dirigido por Leighton Natanael Zarria. A.

Mas programas como:

"**EL SOMNIFERO**" Show con Roberto Rubio Valencia, los días sábados de 20h00 a 21h00 con reprises el martes.

"**SHELLF CHICOS**" dirigido por Iván Peñafiel.

Buscamos desmitificar la tele y nos convertimos en escuela

NUEVOS AMAZÓNICOS

Un programa que encierra la problemática de la pluriculturalidad de la Amazonia, tratado desde el punto de vista amazónico.

Conducido por Klever Mashiant.

"**NO APTO PARA CRISTIANOS**" dirigido por Diego Ramos. Los días viernes de 18h00 a 19hoo

Con el objetivo de llegar a la teleaudiencia con un mensaje fresco que involucre a la juventud a tener dignidad frente a una sociedad que se ha olvidado de los valores morales y divinos. Diego Ramos enfrenta a la problemática con un llamado a la acción. Porque "la verdad nos hace libres".

En un programa de un hora en conversación con los jóvenes y adolescentes hará del tiempo en el fin de semana divertido y lleno de conocimientos.

5.3 ENTREVISTAS

5.3.1 ENTREVISTA 1



Estas son las opiniones vertidas por él Director de Barro tv. Leighthon Zarria las preguntas que le realice...

1. En este siglo XXI ¿que opinión tiene sobre el rating en televisión de colocar lo que sea por mantener a la teleaudiencia pegada al televisor, olvidándose de educar a las masas?

Es como tomar un atajo en el cuento de la caperucita roja, sabiendo que tenemos que llegar a un punto que es de construir información con fluidez basado en la realidad y la verdad. En vez de eso, pues buscamos lo fácil que es utilizar el poder, a través de una manipulación psicológica y esta el desvió, buscamos tener mas audiencia porque supuestamente eso nos da un mayor mercado que potenciaría las ventas y ahí no pesa otro interés de vender mas, por lo tanto llegar a un grupo mayoritario de influencia a través del medio, perdiendo totalmente lo rico de la comunicación que es: generar unidad, vida en el termino que una sociedad, una familia, una persona esta consciente e informada de que lo rodea.

No todos estamos tan cerca para conocer lo que pasa, pero si un medio logra tener una cobertura, entonces mi concepto de lo externo va ser más fácil entender y eso seria lo elemental. Una muestra de la deficiencia cultural puede ser; por que si una comunidad que apaga cuando cree que no esta bien ese programa entonces eso también va hacer entendido de los que generan la producción o el producto televisivo ya no va a progresar mas.

2. ¿Cree usted que la publicidad de televisión daña las conductas en los jóvenes?

A los niños, los veo jugando en las esquinas de las calles a matarse, porque están viendo el programa x en televisión, siempre están tomando pistolas de fantasías e irreales pero te están matando, pero la intencionalidad que crea en la persona es de eliminar al otro por un lado, o simplemente puede ser algo menos agresivo. Aparentemente el de la competencia a toda costa para ganar y ganar eso se aprende de pronto en la televisión por influencia propia.

En los jóvenes, el caso de las telenovelas que incitan al desamor que hay que jugar con uno que otro sentimiento, aprenden esos parámetros, esos patrones en la vestimenta, igual donde se dejan influenciar por el tipo de ropa que esta vestido el animador o protagonista de un programa x y comienza a influir, dejando a un lado su propia personalidad, porque que el ser humano tiene su propia personalidad, para ser inteligente e independiente, autónomo, y real consigo mismo, pero desafortunadamente habido mucha publicidad que a incitado a la perdida de valores, o a cometer acciones violentas por motivación de la propia televisión.

3. ¿Las imágenes de violencia afecta a las familias de la ciudad del Puyo?

En cuanto a la violencia en la televisión no hay medida, pero es probable que inconscientemente una ama de casa piense, si bien por celos, o por falta de confianza en una pareja, esta pueda hacer acciones similares a lo que sale en las telenovelas, y de pronto hasta asesina, y podría registrarse como un acto por influencia de la televisión.

Aunque no hay medida de esto, pero no se descarta la posibilidad de que en un cabeza, sin mucho argumento puede ser fácil influir de esa manera.

4. ¿Qué opinión tiene usted sobre la siguiente expresión: la televisión es como tener un cuchillo unos lo utilizan para cortar pan y otros para matar?

Hasta que no aprendamos apagar, o ha prender la televisión. Hablo en el sentido de que si es bueno programa lo miro, si es malo lo apago, si no hay esa madurez suficiente puede ser convertida en un cuchillo que corta, y que produce heridas, sino puede ser una gran herramienta de producción en la educación, e innovación en esa fluidez de la información por ejemplo: en conocer el mundo externo que le rodea, puede ayudar a que sea positivo;

pero sino hay esa condición capaz que sigue siendo la televisión, por lo menos un filo de cuchillo, aunque no sea; una herramienta totalmente de mal. Hay que aprender a utilizar.

5.3.2 ENTREVISTA 2

Luis Constante Director general de la corporación radio MIA – Sonovisión canal 7

1. ¿En su opinión cree que la televisión, daña las buenas costumbres de las familias del Puyo, ejemplo: el diálogo a la hora de comer?

La televisión como televisión lo ha mirado mucha gente, y muchos tratadistas dicen que si, que si a cambiado muchas costumbres, pero mas vale estar sujeto a que, los padres y los hijos puedan discutir alguna problemática, que a veces los hijos que son los mas críticos, les hacen preguntas en donde los padres no alcanzan a contestar, ni a conducir el diálogo.

La criticidad entonces es uno de los problemas que, a tenido que sortear la televisión en alguna forma, pero actualmente la televisión es como una persona mas dentro de la mesa de comer, mas bien nos trae temas para discutir: tanto políticos, sociales, económicos, culturales, deportivos, mas vale el momento donde se discute, los jóvenes y adultos sobre esa problemática, porque ahora gracias a la televisión los tienen bien informados, entonces ya pueden tener un criterio mas lógico y no lo que sucedía antes.

Pero han pasado los tiempos hoy son otros tiempos, el joven también en alguna forma los adultos pues saben coordinar, llevar los temas y hacerlo tanto lo que se va viendo en la televisión como en la mesa de acuerdo a sus experiencias, también su sector porque en esto juega mucho tanto las costumbres, geografía, climas en fin esto va moldeando de acuerdo a lo que cada uno de los televidentes van viviendo.

2. ¿Cree que la televisión crea estereotipos y que afecta la personalidad de las personas?

Bueno en alguna forma si, habido incluso accidentes de los niños por creer ser Mac guiver, que se yo, se han lanzado de una ventana. Es cierto que algunos niños han tratado de

imitar a ciertos personajes, pero en alguna forma esas también han sido experiencias que ha tenido que soportar la sociedad, y ahora los jóvenes también tienen otra visión aparte de que ellos tienen en la actualidad los iPhone, con ellos ven que todo es un juego, pues ya no es lo que ven en la televisión, hoy tienen otro criterio. Estamos viviendo otra época, gracias a la tecnología, ellos tienen y pueden manejar a sus muñequitos de la forma que quieren.

3. ¿Se sienten comprometidos con la familia como canal 7 Sonovisión inculcar valores a través de sus programaciones?

El reto y uno de los objetivos ha sido crear si se quiere una práctica de hablar por televisión, de interactuar en la televisión.

Dentro de ello vamos cumpliendo un rol importante, y no solo en el caso de los políticos, de los líderes, ciertos sectores sociales o deportivos, sino con toda la gente, entonces ya no es el canal de televisión que de pronto, y uno de los grandes problemas y visiones que el gobierno actualmente tiene, es que ciertas cadenas en alguna forma manipulaban, la información o lo que ellos decían, pues el pueblo se creía.

Hoy la gente sabe muy bien es muy crítica, comprende que lo que se ha difundido a través de la televisión, gran parte es real y gran parte es un show, entonces eso ha sido un desarrollo.

Sobre la educación, nosotros estamos pasando muchos dibujos animados muy educativos, y creativos. El caso del piolín, que ven en un inocente piolín, una avecita tan pequeña, le engaña aun gato feroz, que quiere comerle, que le tiene dentro de su boca, pero el con su sobriedad, inocencia le dice gatito lindo por ejemplo, y le suelta, eso tiene un mensaje profundo para los niños, saben que una ironía, una fuerza ante otra fuerza, no lleva a nada, al contrario tiene que ser magnánimo.

Nosotros no pasamos mensajes que crean violencia, porque en alguna forma, es cierto que crean estereotipos, en los niños de pronto no tienen un cierto grado lógico, pero en todo caso, nosotros vamos cumpliendo nuestro rol como medio de comunicación, de trabajar para la comunidad.

El gobierno quiere hacer lo que nosotros hemos venido haciendo durante mucho tiempo atrás, de hacer hablar a las personas, a los mandantes, a la gente humilde, a la gente que necesita hablar. Entonces no es ninguna cosa nueva, que el gobierno dice: hoy si vamos ha crear canales públicos, donde puede hablar todo mundo, y resulta que no es así, ese canal es para que hablen los ejecutivos y el gobierno.

Quienes hacemos los medios de comunicación alternativos privados en los pueblos y radios pequeñas, somos los que cumplimos ese rol social. Los grandes medios es cierto que no los cumplen porque ellos tienen otros objetivos, otra visión del asunto.

Si bien nosotros vivimos de nuestros servicios, de la comunicación, de la publicidad en fin, los grandes medios los tienen, pero de quien los tienen, de las grandes empresas, nosotros lo tenemos de las pequeñas empresas.

4. ¿Qué les diría a las familias de Puyo, que están mirando tanto canales nacionales como sistema de tv cable, cuál seria su consejo en el sentido critico de mirar la televisión?

Mirar la televisión con el criterio abierto, de acuerdo a su experiencia lo vayan recibiendo ese mensaje, y vayan pensando si es cierto lo que ven de tal o cual medio, todos los ecuatorianos debemos tener una buena memoria histórica de todos los acontecimientos que han pasando en la república, para que ciertos personajes entre “políticos” no nos vuelvan a mentir que no se a una repetición de la mentira. Que los identifiquen bien, que sepan discernir el mensaje que puede ser real o irreal.

La política es lo que se sabe ahora, el acomodo de lo que seda entre ellos, no para la mayoría. Una autoridad no puede ser el presidente de la república, que a todo mundo nos habla que el es el único impecable. Una autoridad tiene que ser respetable frente al más pequeño como al más grande.

Por eso en nuestro medio no hay bandería política, no nos alineamos con ningún bando político, aquí entran todos los políticos; de ahí que la ciudadanía de un buen criterio de quien es el que hablo y que dijo.

5.3.3 Entrevista 3

Monseñor Rafael Cob Obispo del Vicariato Apostólico de la Ciudad del Puyo.

1. ¿Puede la televisión influir en los jóvenes a consumir o adquirir hábitos malos para su área física o espiritual?

Es importante saber valorar lo que la televisión nos ofrece, para que a la vez nosotros con criterio discernir todo lo que ella nos da, muchas veces nos ofrece productos que no son sanos, que perjudican verdaderamente e inducen a un comportamiento no responsable, no moral, pienso que la televisión influye en el comportamiento de nuestros jóvenes a la hora de su actuar, tendríamos que saber formar a los jóvenes para que tengan una opinión crítica a lo que la televisión nos ofrece.

2. ¿La televisión puede dañar el comportamiento o conducta del hombre y su familia?

La televisión esta influyendo para que nuestras familias se destruyan, y muchas veces hay imágenes, producciones como novelas que proponen modelos por una parte que no son objetivos, en lo que se refiere al comportamiento de la pareja, la infidelidad que tantas veces vemos en las películas o novelas no son prototipos a seguir, y por otra parte parece que los espectadores pueden ir creando en su mente como que fuera una propuesta de comportamiento, como si la televisión fuera la palabra de Dios o la ley moral para un comportamiento, eso esta perjudicando grandemente para que nuestras familias se dividan, o no sean fieles en su matrimonio.

Además es importante ver que todas esas producciones televisivas; pues a veces son nocivas cuando no hay un criterio en la gente adulta, en la concepción de la familia cristiana del proyecto que Dios realizo cuando creo la pareja.

Es importante que tengamos nuestros criterios desde nuestra moral ética en la que veamos en que si la familia es una institución por naturaleza a vivir en unidad, en fidelidad entonces no podemos aceptar estas otras propuestas que la televisión nos pueda hacer, contrarias a la ley natural y a la ley cristiana.

3. ¿Qué papel debería tomar la iglesia en este sentido, frente al bombardeo de imágenes televisivas, ejemplo: de adulterio, sexo libre, drogas, alcohol etc.?

La tarea importante de la iglesia debe ser la de formar las conciencias de sus fieles, saber instruir a la gente desde los niños, los jóvenes. Hay textos que la iglesia ha sacado para la formación sexual de los niños y de los jóvenes, y se están dando en las escuelas desde la perspectiva cristiana porque también se esta dando otra formación que no va acorde con los principios cristianos, lo mismo en las parejas; la iglesia esta dando formación, talleres para que las parejas sepan vivir esos valores importantes del matrimonio, de la sexualidad, del comportamiento en pareja y esta es la tarea principal que podemos hacer como iglesia: formar, instruir, iluminar desde la fe desde la palabra de Dios.

Y viendo los resultados de las parejas que viven en fidelidad por la palabra de Dios y a las que viven a su libre albedrío vemos que en definitiva llegan a un fracaso total, entonces es importante que la postura de la iglesia sea la formación.

4. ¿Cuál sería su consejo desde su punto de vista para las familias del Puyo al momento de ver todo lo que pasa en la televisión?

Cuando nosotros estamos viendo algo tengamos a otra persona con la que compartir y decir bueno esto que estamos viendo esta bien o esta mal por ejemplo los niños que si se les deja frente al televisor sin ningún criterio pues lo que van a recibir simplemente van a tolerar imágenes que se van a clavar como crises en su mente y quizá no es lo importante y deberían tener una persona adulta para poder explicarle.

A veces puede haber programas que no son propios para su edad, es bueno que los padres en la casa acompañen a la hora de un espacio televisivo.

Por otra parte ver la programación y saber elegir programas formativos, algo que en verdad nos ayude a nuestra vida en familia, a vivir los valores permanentes del ser humano y es bueno saber elegir y discernir , para con una actitud critica saber que no todo lo que dice la televisión es verdad. En definitiva debemos vivir en una coherencia con nuestra fe, si yo soy cristiano tengo que responder ante Dios y ante mi conciencia de llevar una vida coherente con lo que creo.

5.4 LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN PUYO



La ciudad del Puyo va siendo lisiada por la televisión dentro de conductas propias de cada habitante de este lugar del país. La presencia de programas televisivos ha generado en cierta forma cambios por así decirlo en muchos sectores de las familias, desde aquellos que se ganan un sueldo diario: como los señores del volante de las cooperativas de transportes reina Cumanda y Alpayan que buscan calidad en su servicio, dando como resultado que el usuario alimente su gusto por la televisión.

El televisor ya no solo esta en las sala de los hogares sino que es un pasajero mas que llama la atención de todos durante el recorrido, puesto que la fisonomía de la tv son grandes efectos especiales y diálogos de todo tipo que envuelven a muchos a cortar conversaciones que nacen con personas extrañas que se van conociendo en el trayecto. La televisión ha roto allí también con su presencia las buenas costumbres.

El televidente de la ciudad del Puyo no solo ha visto la tv como un pasatiempo sino que la ve como si tratara de un ser querido, le presta toda su atención, analiza cada detalle que ella pueda entregar y luego voltea a la realidad con comportamientos sacados de las diferentes tomas y ambientes que la televisión le da.

El lenguaje a sido en cierta forma cambiado por los jóvenes de mi ciudad. Es diferente ahora, el estilo gira entorno al mundo de las series, películas, de las telenovelas juveniles del momento. Y mas allá de eso, en el convivir diario con la gente de la ciudad del Puyo, se puede diferenciar en su mayoría diálogos chabacanos o fresco como se los conoce.

La teleaudiencia se ha quedado pegada al sistema de la ventana al mundo, al momento de comprar tengo que ver que se puso mi actor o actriz del momento para yo también buscar esa prenda que se asemeje para ser parte de la moda que se vive en esa telenovela y de esta forma ser parte de la onda en la escuela, colegio, universidad.

Esto no solo ha llegado a incidir en las familias sino que a sido fomentador de copias para abrir nuevos espacios educativos semejantes a lo que miro en la televisión, este es el caso de la UEPA una unidad educativa particular de la Amazonia que en su momento se baso en la telenovela juvenil RBD para iniciarse como medio educativo en la provincia, no digo que este mal la educación sino que en lo que se refiere a la influencia de la tv, esta institución es el fiel reflejo en su uniforme de esta telenovela juvenil.

En el tiempo que se desarrollaba esta investigación la provincia de Pastaza celebró un aniversario más de su provincialización, que estuvo marcado por múltiples eventos culturales y como es costumbre en el Ecuador dentro de estos: se realizan los pregones y desfiles folklóricos.

De este panorama sin darnos cuenta la tv ha dejado huellas de influencia: primero en quienes realizan las diferentes comparsas que de una manera profesional como se llama, copian modelos de coreografías o danzas que se ven en determinado canal de televisión para hacerlo realidad con su grupo de baile.

Cabe decir que el público que goza de estos momentos que son de sano esparcimiento, no solo han sido afectados en su casa por las programaciones televisivas , sino que al momento de mirar una comparsa se recuerdan en donde la vieron y surge un dialogo con los que fueron a ver el evento por las fiestas del Puyo.

La publicidad en la televisión ha influenciado al consumo de bebidas alcohólicas como: vive con el alma (cristal), cerveza pilsener que son las que nunca faltan en festividades de este tipo “para alegrar la fiestas”. Conociendo que el beber alcohol ha sido el causante de peleas, maltratos físicos dentro del hogar y lo que es lamentable accidentes de tránsito, que han dejado como consecuencia muertes en las calles de la ciudad del Puyo.

La publicidad ha atrapado al consumismo sin sentido critico, una marca de telefonía celular tengo que tenerla sino que dirán mis amigos entre mas caro mejor para estar a la altura de la situación, una necesidad secundaria la convertimos en una prioridad vital que debe estar con nosotros.

La televisión y la publicidad parecen dos amigos inseparables, que se mueven y dejan hábitos insanos dentro de las mentes de las personas, para en forma camuflada influir en las vidas de cada uno de nosotros.

Como decíamos en cierta forma al inicio, la televisión no solo esta ahora en casa sino que parece un ciudadano de la ciudad del Puyo que goza de derechos y deberes; esta por todas partes en los locales comerciales entre ellos: farmacias, hoteles, restaurantes, bares, discotecas, etc.

Esto es la muestra de que la televisión aunque no camina sola pero esta en casi todo lugar a donde la familia va. Aparece cuando venos se la espera, sin necesidad de verla pero claro, llama la atención a todas las edades y esta allí cautivando e impartiendo en su mayoría, modelos de comportamientos equivocados para la educación moral de la gente del Puyo.

CAPITULO VI

6. METODOLOGIA

6.1. Participantes

Para esta investigación hemos trabajado con personas comunes de la ciudad de Puyo de la provincia y cantón Pastaza, a continuación describiré brevemente a esta ciudad y su gente.

Materiales

Para esta investigación hemos utilizado:

- Dos encuestas generales: la primera nos sirvió para recopilar criterios de sobre la influencia de la televisión en la vida social de las personas; y la otra nos dio perspectivas del nivel de audiencia de ciertos canales en la ciudad de Puyo
- Entrevista a la psicóloga, la que permitió establecer principios científicos a los resultados obtenidos en las encuesta y a los criterios vertidos en este trabajo investigativo.

Se utilizó además: la cámara fotográfica, el celular como medio de comunicación.

El modelo de la encuesta y las preguntas de la entrevista se encuentra en la parte de los anexos (ANEXO1, ANEXO 2).

Además de que con los datos obtenidos lo que queremos es:

- Desarrollar el sentido crítico del espectador para que pueda juzgar las diversas programaciones televisivas y a su vez que pueda emitir acertadamente sus propios criterios.
- Analizar los diferentes daños que causa la presencia de la televisión en las familias.
- Determinar el tiempo que se dedica el ser humano a la televisión, para buscar soluciones reales, que permitan la comunicación familiar.
- Utilizar de manera correcta la televisión dentro de las familias.
- Reconocer los daños que producen la presencia de la televisión dentro de los hogares.
- Tomar conciencia de que no todo en televisión es agradable al espectador.

- Tener bien en claro cual es la función específica que realiza la televisión dentro del hogar.
- Argumentar porque la televisión siempre ha sido un tema de debate.

6.2. Diseño y procedimiento

a. TIPO DE ESTUDIO

En este tema desarrolle un tipo de estudio descriptivo razón por la cual me va permitir describir las causas que produce el mal uso de la programación televisiva.

b. MÉTODOS

El tipo de investigación utilizado son de varios tipos:

- Descriptivo, cuya implementación le facilitó demostrar la orientación metodología del objeto de investigación.
- Analítico, con el cual se logró la desestructuración del objeto de estudio en todas sus partes y la explicación de la validez de los conocimientos de cada uno de sus elementos.
- Sintético que permitió ir del todo a las partes, asociando juicios de valor, abstracciones, conceptos y valores que incrementarán el conocimiento de la realidad que facilitarán la comprensión del objeto de estudio.
- Histórico, que ayudó al cumplimiento de los objetivos propuestos, para evidenciar el aporte y la influencia histórica de la televisión en la humanidad.
- Inductivo, permitió configurar el conocimiento desde los hechos particulares a las generalizaciones, en comparación con los supuestos de trabajo que sirvieron de base para la investigación, siempre buscando el fortalecimiento de los conocimientos existentes a la luz de los aportes de las ciencias y de la tecnología, en nuestro caso particular la televisión.
- Deductivo, para la generalización de los hechos particulares del objeto de estudio. Ambos métodos ayudaron a generalizar lógicamente los datos empíricos que se obtuvieron en el proceso de investigación.
- Hermenéutica, se utilizará para realizar la interpretación bibliográfica, desde los lineamientos del aporte teórico conceptual que permitirá el análisis de la

información empírica a la luz del aporte teórico de los autores consultados.

- Estadístico, como herramienta que permitió organizar en tablas estadísticas la información obtenida de la aplicación de los instrumentos de investigación (encuestas). Este procedimiento facilitó la objetivización y comprensión de los datos para finalmente realizar la verificación de los supuestos planteados en la planificación de la investigación.

6.3. Forma de comprobar los supuestos

Los supuestos y la forma que se utilizó para comprobarlos se redacta a continuación:

SUPUESTO UNO

- ® Los programas de televisión sirven como una forma de entretenimiento y distracción en las familias de la ciudad de Puyo, esto a permitido que en la actualidad invadan campos que afectan a la comunicación familiar debido al interés desmedido que causa en los individuos y a la cantidad de tiempo que ocupa el divisarlos.

Se consideró como un impacto positivo si existiesen porcentajes sobre el 80%.

SUPUESTO DOS

- ® Al estar expuestos diariamente a un programa televisivo en especial, se crean en las personas los mismos estereotipos que acostumbran a ver frecuentemente en sus programas preferidos, neutralizado de alguna manera su personalidad propia y ocasionando el cambio de su comportamiento.

Se consideró como un impacto positivo si existiesen porcentajes sobre el 80%.

6.4 Análisis y discusión de los resultados

Para sustentar, analizar y discutir los resultados nos fundamentaremos en parte en la entrevista realizada a: la Doctora Lucy Aguayo, psicóloga de la ciudad del Puyo, Monseñor Rafael Cob Obispo el Vicariato Apostólico de Puyo, y demás entrevistas realizadas.

6.4.1. VERIFICACIÓN DEL SUPUESTO 1

a. Enunciado.

Los programas de televisión sirven como una forma de entretenimiento y distracción en las familias de la ciudad de Puyo, esto a permitido que en la actualidad invadan campos que afectan a la comunicación familiar debido al interés desmedido que causa en los individuos y a la cantidad de tiempo que ocupa el divisarlos.

b. Argumentos.

Se consideró como un impacto afirmativo a este primer supuesto si existiesen porcentajes sobre el 80% en la tabla 6 en la opción del si.

c. Conclusión.

	f	%
si	25	83,33
no	5	16,67
no contesta	0	0,00
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

Analizando los resultados obtenidos en esta tabla nos damos cuenta que más del 80% de las personas encuestadas concuerdan en que, la televisión definitivamente afecta la comunicación familiar; la Psicóloga Lucy Aguayo menciona: que estar mucho tiempo frente al televisor “puede provocar una conducta de aislamiento ya que sus actividades las remplazará por estar frente al

televisor, esto es muy peligroso porque su vida gira alrededor de mirar la televisión como cualquier otro vicio...”

En su entrevista Monseñor Rafael Cob indicaba que la televisión de alguna manera quiebra la unidad y la comunicación en los hogares y que muchas de las imágenes o parte de las telenovelas se repiten en la vida de las familias. Además hemos palpado que las familias en la ciudad del puyo están siendo afectadas debido al uso excesivo de la tv, ya que dentro del hogar cada quien tiene su televisor lo que provoca la perdida de comunicación.

Por lo que podemos decir que este supuesto se verifica.

6.4.2. VERIFICACIÓN DEL SUPUESTO 2

a. Enunciado.

Al estar expuestos diariamente a un programa televisivo en especial, se crean en las personas los mismos estereotipos que acostumbran a ver frecuentemente en sus programas preferidos, neutralizado de alguna manera su personalidad propia y ocasionando el cambio de su comportamiento.

b. Argumentos.

Se consideró como un impacto afirmativo si existiesen porcentajes sobre el:

- 80% en las tablas 1 en la opción del si.
- 80% en las tablas 4 en la opción del si considero.
- 80% en las tablas 7 en la opción del si.

c. Conclusión.

¿Puede el ser humano ser atrapado por los estereotipos que se reflejan en la televisión?

Depende la formación previa que tenga cada persona y de allí hablamos de personas que no han definido su personalidad, quienes tienen mayor dificultad en optar aprendizajes y comportamientos inapropiados que van a terminar perjudicando su labor ya sea esta en lo social, familiar en lo personal mismo....

(Lucy Aguayo Psicóloga)

Tabla N° 1		
	Cree usted que la tv. Influye en el comportamiento de las personas	
	f	%
si	26	86,67
no	4	13,33
no contesta		0,00
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

Tabla N° 4		
	Considera Ud. Que es necesario clasificar los programas para la familia en general	
	f	%
Si considero	28	93,33
No considero	1	3,33
no opina	1	3,33
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

Tabla N° 7		
Cree que la excesiva información de casos de violencia domestica en los medios de comunicación especialmente en la tv.		
	f	%
Si	29	96,67
No	1	3,33
no contesta	0	0,00
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

Es importante saber valorar lo que la televisión nos ofrece para que a la vez nosotros con criterio busquemos discernir todo lo que ella nos da. Hay muchas veces que nos ofrece productos que no son sanos, que perjudican verdaderamente, inducen a un comportamiento no responsable, no moral y por eso pienso que la televisión influye en el comportamiento de nuestros jóvenes a la hora de actuar. Tendríamos que formar a los jóvenes para que tengan una opinión crítica de la televisión y lo que ella nos ofrece...

Monseñor Rafael Cob

Esta investigación nos lleva a descubrir que las telenovelas en los jóvenes, incitan al desamor, a la falta de respeto, al no sentirse estables en una relación sentimental, al igual se dejan influenciar por el tipo de ropa que viste el animador o protagonista de un programa. Dejando de lado su propia personalidad.

Observamos en las tablas que los porcentajes que confirman este supuesto superan el 80%, por lo que concluimos que verdaderamente los programas televisivos están afectado al comportamiento de las personas en la ciudad de Puyo.

6.5 CONCLUSIONES:

La televisión tiene una influencia muy grande, ya que podemos ver que buena parte de nuestras ideas y creencias provienen de algo que hemos visto en la televisión.

Durante el desarrollo de esta investigación y a través de los resultados obtenidos en las encuestas hemos llegado a concluir que lamentablemente gran parte de las familias de la ciudad de Puyo, son afectadas por las diferentes programaciones televisivas que emiten: imágenes, diálogos, conductas o ambientes que resultan atractivos de imitar, esto ha hecho que se pierda la identidad cultural, el valor de la convivencia plena entre los miembros de la sociedad y las familias.

En las entrevistas realizadas , cada uno de los participantes están de acuerdo que la televisión es un medio informativo e instructivo, pero lamentablemente la competencia abierta entre canales y la no restricción a ciertos programas que se transmiten en horario familiar, ha permitido que tanto niños como adolescentes estén expuestos a lo que los canales ofrecen sin supervisión, esto ha hecho que formen su personalidad reflejada en la moda televisiva sin discernir lo bueno de lo malo por el simple hecho de estar en onda como ellos dicen.

En las declaraciones emitidas por La Psicóloga y el Obispo de Puyo en las entrevistas realizadas a ellos, encontramos que no solo los niños y los adolescentes son afectados por los programas televisivos, sino también las amas de casa ya que gran parte de ellas se ven reflejadas en muchos personajes de las telenovelas y sus reacciones están pre-dispuestas antes de que el hecho suceda.

La televisión es uno de los mejores inventos de la humanidad, pero lamentablemente hoy hace más daño que bien, dentro de los habitantes del Puyo que son atrapados por este medio que ha perpetrado como uno de sus pasatiempos favoritos llegando inconscientemente, en cierta medida a cambiar sus conductas y comportamientos.

6.6 RECOMENDACIONES:

Debe existir una discusión de aquello que se esta viendo lo que puede ser real o irreal para que se cree un criterio positivo en los que ven, y aun los que no tengan un criterio formado puedan lograr cosas positivas y sobre todo coger lo bueno y rechazar lo malo que pueden estar viendo. Además en el hogar siempre deben existir reglas, horarios claros para que todos puedan utilizar de forma consciente y clara la televisión, y de esta forma garantizar el buen uso de las diferentes programaciones que se emiten dentro de la televisión.

Recomiendo que en los centros educativos se impulsen el desarrollo de talleres, seminarios, debates para orientar a los jóvenes sobre el uso adecuado de la televisión.

Promover campañas masivas donde se pueda reconocer los beneficios y perjuicios sobre la influencia de la televisión en las familias de la ciudad de Puyo.

Deberíamos tomar conciencia y formar nuestro criterio como espectadores de lo que la televisión muestra a través de las diferentes programaciones que emiten los canales locales, nacionales e internacionales, para que de esa manera logremos un balance de lo que miramos.

GLOSARIO.

Audio. Es el sonido en la producción de televisión.

Antología. Sección de fragmentos de obras literarias o musicales.

Areópago. Grupo de personas con autoridad para resolver ciertos asuntos.

Burocratización. Dar a una administración los caracteres de la burocracia.

Cable coaxial. Cable telefónico constituido por uno o más tubos.

Cámara de estudio. Cámara muy pesada, de alta calidad y con lente zoom que no puede ser manejada adecuadamente sin el apoyo de un pedestal, tripié o algún otro soporte de cámara.

Cámara de grabación (camcorders) ENG. Cámara portátil para producciones de campo con alta calidad.

Canal. Camino por el cual viaja un mensaje del emisor al receptor.

Comunicación. Acción y efecto de comunicar. Trato, correspondencia entre personas.

Comercial. Negociar comprando y vendiendo o permutando géneros.

Cultura. Valores comunes, conductas, actitudes y creencias que mantienen unida a una sociedad.

Contracultura. Movimiento social surgido en los Estados Unidos de América en la década de 1960, especialmente entre los jóvenes, que rechaza los valores sociales y modos de vida establecidos.

Documental. Son películas que representan hechos tomados de la realidad.

Encuesta. Averiguación o pesquisa.

Endocrinóloga. Persona que es parte de la ciencia biológica que estudia la formación, función y efecto de las glándulas endocrinas.

Entretenimiento. Divertir, recrear el ánimo de uno.

Erotismo. Amor sensual, gusto por las satisfacciones sexuales.

Estrés. Situación de agotamiento físico general de un individuo, producida por un estado nervioso.

Estereotipo. Opinión muy simplificada de algo o de alguien.

Familia. Personas emparentadas entre sí que viven juntas. Conjunto de ascendientes, descendientes, colaterales y afines de linaje.

Formato. Programación regular diseñada para atraer a ciertos segmentos de público.

Frustración. Dejar sin efecto, malograr un intento.

Hedonismo. Doctrina ética que identifica el bien con el placer y que propugna evitar todo dolor.

Iluminación. Manejo de luces que provee la cámara de luz adecuada para lograr imágenes técnicamente aceptables, capaces de decirnos cómo de se ven efectivamente los objetos en la pantalla y de establecer la atmósfera general del acontecimiento.

Grabadora de video. Todas las grabadoras de video (análogo y digital) que graban o almacenan información en la cinta de video.

Imagen. Conjunto de elementos luminiscentes (puntos y líneas) que en una pantalla reproducen un objeto.

Incesto. Relación sexual entre parientes de primer grado.

Infornívoro. Devorador de información.

Mensaje. El producto físico real que codifica la fuente en el proceso de comunicación.

Maquillaje. Cosméticos que se emplean para mejorar, corregir o cambiar la apariencia.

Misceláneos. Obra o escrito en que se tratan muchas materias inconexas, y mezcladas.

Micrófono de condensador. Micrófono cuyo diafragma consiste en un plato condensador que vibra con la presión del sonido contra otro plato condensador fijo, denominado plato trasero.

Micrófono dinámico. Micrófono cuyo mecanismo de registro de sonido consiste en un diafragma que se incorpora a una espiral móvil.

Micrófono inalámbrico. Sistema que transmite las señales por el aire, en lugar de hacerlo a través de cables.

Micrófono lavalier. Micrófono pequeño que se sujeta al vestuario.

Micrófono de listón. Micrófono cuyo dispositivo de registro de sonido consiste en una cinta que vibra bajo la presión de los sonidos dentro de un campo magnético.

Micrófono de mano. Micrófono que sostiene una persona para hablar o cantar.

Monitor. Audio: bocina que lleva el sonido del programa al aire, independientemente de la línea de salida. De video: equipo de televisión de alta calidad que se usa en los estudios de televisión y salas de control.

Nutrición. Acción y efecto de nutrir o nutrirse.

Pedestal. Soporte pesado que permite subir y bajar la cámara mientras se está en el aire.

Pléyade. Grupo de personas señas o distinguidas que desarrollan una actividad en la misma época.

Pornografía. Conducta o acción obscenas.

Publicidad. Anuncios dirigidos al público en general.

Psicología. Investigación de los factores de la audiencia relacionados con temas como los hábitos de consumo del comprador, valores y estilos de vida.

Producir. Significa buscar que una idea que vale la pena sea representada por televisión.

Programación. Conjunto de programas diarios de un centro de radio o televisión.

Prototipo. Ejemplar original o primer molde en que se fabrica una figura u otra cosa.

Retransmisiones. Volver a transmitir.

Reality shows. Son programas de televisión que muestran a individuos comunes en distintas situaciones de la vida real, espiados por cámaras, con o sin su consentimiento.

Sadismo. Trastorno psicosexual del que provoca su propia excitación cometiendo actos de crueldad en otra persona.

SECAM. Procedimiento de patente Fr. para la transmisión televisiva de imágenes a color.

Serie. Conjunto de cosas relacionadas entre sí y que se suceden unas a otras.

Sexualidad. Conjunto de condiciones anatómicas, fisiológicas y psicológicas que caracterizan a cada sexo.

Switcher. Consola que consiste en botones de selección y palancas de control que permiten la elección y combinación de señales de video entrantes para formar la imagen del programa final.

Sociológicas. Ciencia que estudia los fenómenos sociales.

Telégrafo. Aparatos y sistemas que sirven para transmitir despachos con rapidez y a larga distancia en forma de señales de cualquier índole.

Telenovela. Novela convertida en telefilme.

Telespectador. Persona que contempla la televisión.

Televisión. Transmisión de imágenes ópticas a distancia, valiéndose de ondas hertzianas.

Tripié. Base para la cámara de tres patas, a veces equipada con ruedas para facilitar el movimiento de la cámara.

Tipología. Ciencia que estudia los distintos tipos raciales en que se divide la especie humana.

Vídeo. Proceso de visión realizado con sistemas electrónicos, en particular, referente a la TV.

Videoclip. Breve grabación de vídeo usada para promocionar grabaciones musicales.

Videograbadora. Máquina de grabación magnética electrónica de señales de audio, video y pista de control en una cinta dentro de un casete.

Videoteca. Es una palabra compuesta: video es de origen latín y significa imagen, teca de origen griego, significa conjunto, videoteca es una recopilación de películas y demás imágenes grabadas en cintas, etc.

Violencia. Acción violenta o contra el natural modo de proceder.

Zapping. Costumbre de cambiar continuamente de canal.

ANEXO 1: ENCUESTAS

Mi nombre Diego Ramos alumno de la Universidad Técnica Particular de Loja me encuentro realizando una investigación, para las edades de 16 a 40 años.

Dígnese en contestar la presente encuesta, que servirá para obtener criterios sobre la influencia de la televisión en las familias de la ciudad del Puyo.

Las respuestas serán tratadas en forma confidencial y anónima, interesándonos solo la opinión global de los encuestados.

ENCUESTA

1. ¿Cree usted que la televisión influye en el comportamiento de las personas?

SI ()

NO ()

Porque.....

2. ¿Cuántas horas al día ve la televisión?

2 horas ()

4 horas ()

6 horas ()

8 horas ()

o mas ()

3. ¿Los programas de televisión que usted ve, alimentan sus valores personales?

SI ()

NO ()

Porque.....

4. ¿Considera usted, que es necesario clasificar los programas para la familia en general?

Si considero ()

No considero ()

No opino ()

5. ¿Podría usted vivir sin mirar programas de televisión?

SI ()

NO ()

6. ¿Cree que la presencia de la televisión afecta la comunicación familiar?

Si creo () No creo ()

7. ¿Cree que la excesiva información de casos de violencia domestica en los medios de comunicación, especialmente la TV, pueden incitar al conocimiento de estrategias e imitación de actitudes por parte de varios espectadores?

Si () No ()

8. ¿Cuál de estas actividades realizas con más frecuencia?

Ver TV. ()	Hacer deporte ()
Escuchar música ()	Leer ()
Navegar en Internet ()	Otras actividades. ()

9. ¿Está preparado para asimilar lo bueno y rechazar los mensajes negativos?

Si () No ()

10. ¿Cuál línea de programas es el de su preferencia?

Humor ()	novelas ()
Deporte ()	documentales ()
Series ()	Opinión ()
Noticias ()	Otros ()

ENCUESTA 2

Dígnese en contesta la presente encuesta. Las respuestas serán tratadas en forma confidencial.

- 1. ¿Qué programa ve, de 18h00 a 21h00?**
- 2. ¿En qué canal?**
- 3. ¿Junto a quién Observa la tv?**

ANEXO 2

ENTREVISTA

Muy buenos días me encuentro con la Doctora Lucy Aguayo, sicóloga de la ciudad del Puyo.

Mi nombre es Diego Ramos, alumno de la Universidad Técnica Particular de Loja en la carrera de Comunicación Social, me encuentro realizando un trabajo de investigación acerca del tema: La Influencia de la Televisión en las Familias del Puyo.

Conociendo que usted es la persona indicada que puede brindarme información al respecto, solicito de la manera más comedida responder a mis inquietudes.

Psicóloga Lucy Aguayo

1. ¿Cuál es hoy el poder real de influencia que tiene la televisión como uno de los medios de comunicación?

Es uno de los más influyentes hoy en día ya que la mayoría de los hogares tienen una televisión, esto se debe por la facilidad de adquisición que se tiene, por los precios que no son altos; obteniendo así información inmediata lo que sucede en todas partes del mundo.

Así como también la influencia es grande en los adolescentes ya que optan costumbres y aprendizajes diferentes que van acordes a los pueblos donde estos han crecido y así pierden la identidad cultural.

2. ¿Hasta dónde llega esta influencia?

La influencia sería en que los adolescentes optan modas, costumbres comportamientos aprendidos de otras culturas, así se pierde la identidad cultural de los pueblos, y cuando hablamos de adolescentes ellos están en una época difícil, de transformación, de cambio que aun no han adquirido una identidad formada, por lo cual es muy fácil aprender nuevas

costumbres y siempre estas costumbres no son las mas adecuadas, lo cual afecta enormemente en su personalidad en su comportamiento frente a sus familias.

3. ¿Contribuyen la TV a construir la realidad social y personal, en que sentido?

Lamentablemente muy poco lo que logra la televisión a contribuir la realidad social, ya que los programas y los pocos que existen sobre contribuir a la realidad social no alcanzan los rating adecuados para que puedan mantener esos programas es por eso que es de poco alcance la contribución que hacen a la realidad social.

4. ¿Es verdad que los programas de TV son los responsables de las actitudes de violencia en los chicos?

No podríamos generalizar y responsabilizar en un cien por ciento a los programas televisivos, ya que los padres tienen un gran porcentaje de responsabilidad, con esto no quiero decir que los programas de televisión sean confiables ya que existen programas con alto índice de violencia y como los niños no tienen la capacidad de discriminar la información; ya que están en una etapa en que el aprendizaje será a través de la imitación, pues ellos están aprendiendo de lo que ven y esto produce grandes dificultades en su personalidad.

5. Entonces, ¿Es malo o bueno que un chico o chica miren mucha TV?

Diría que los niños de tres hasta cuatro años no deberían ver televisión y si lo hacen debería ser por un tiempo limitado bajo supervisión y programación educativa.

6. Hablando en ese sentido, ¿En qué los afecta?

Las afecciones pueden ser varias como: conductuales y dentro de estas conductuales: agresividad, niños retraídos, tener un aprendizaje no adecuado. También el rendimiento escolar es uno de los más afectados ya que se pasan mucho tiempo en la televisión y no hay tiempo para dedicar al estudio.

7. ¿Un primer plano de por ejemplo: un hombre disparando, sacado de contexto, como afecta esta imagen a un joven?

Esto puede ser muy perjudicial si este joven ya tiene un historial conductual de agresividad lo va a ver como lo más normal, natural que él lo puede hacer cuando tenga la oportunidad, pues en su mente en su memoria va a quedar grabadas estas escenas y cuando él tenga oportunidad lo haría sin ningún cuidado.

8. ¿Puede el ser humano ser atrapado por los estereotipos que se reflejan en la televisión?

Depende de la formación previa que tenga cada persona y de allí hablamos de personas que no han definido su personalidad, quienes tienen mayor dificultad en optar por aprendizajes y comportamientos inapropiados que van a terminar perjudicando su labor ya sea esta en lo social, familiar o en lo personal mismo.

9. ¿La TV: llegaría a provocar una conducta de aislamiento en una persona frente a los demás?

Si puede provocar una conducta de aislamiento ya que sus actividades las reemplazará por estar frente al televisor, esto es muy peligroso porque su vida gira alrededor de mirar la televisión como cualquier otro vicio puede llegar muchas de las veces a causar obesidad bueno no podríamos generalizar pero eso sucede.

10. ¿La publicidad, que peso crea en la mente del ser humano?

Crea en las personas un alto nivel de consumismo a personas que por ejemplo estas no tengan ninguna necesidad de comprar una u otra cosa y por la influencia que esta ejerce tarde o temprano no va a terminar comprando a pesar de que esto implique no tener los recursos necesarios para saciar esa necesidad de consumismo.

Otro punto importante también produce un falso concepto en las personas con el fin de lograrles su demanda que es la venta del producto, porque digo un falso concepto ejemplo: te ofrecen un perfume de una marca X y te dicen en la publicidad si usas todos los chicos estarán a tu disposición pues crean algo falso en ti.

11. Para finalizar, la entrevista, ¿Qué alternativas cree que se deberían tomar dentro de los hogares?

En el hogar siempre deben existir reglas, horarios claros para que todos podamos tener en cuenta como funciona el hogar. Una buena comunicación, cuando se va a ver la televisión que exista discusión de aquello que se está viendo lo que puede ser real o irreal para que se cree un criterio positivo en los que vean, y aun los que no tengan un criterio formado puedan sacar cosas positivas y sobre todo coger lo bueno y rechazar lo malo que pueden estar viendo.

Sería bueno tener varias alternativas para hacer en la familia con todos los miembros de la familia como: deportes, paseos, etc.

Le agradezco por su colaboración.

ANEXO 3

TABULACIÓN DE DATOS.

Tabla N° 1		
Cree usted que la tv. Influye en el comportamiento de las personas		
	f	%
si	26	86,67
no	4	13,33
no contesta		0,00
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

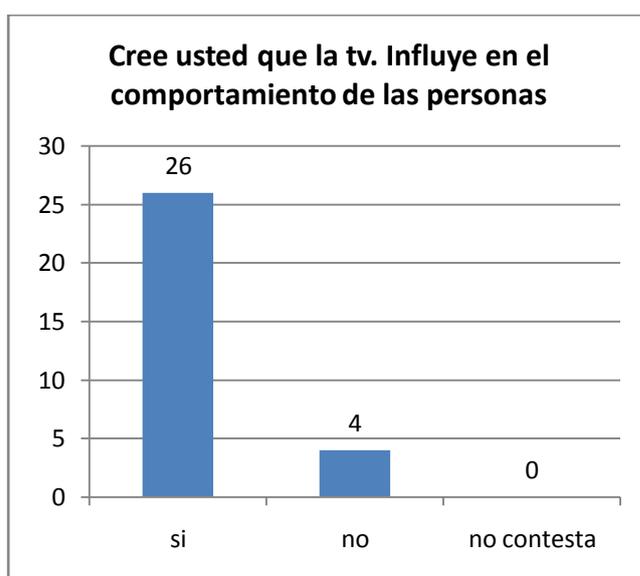


Tabla N° 3		
Los programas de televisión que usted ve alimentan sus valores		
	f	%
si	14	46,67
no	13	43,33
no contesta	3	10,00
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

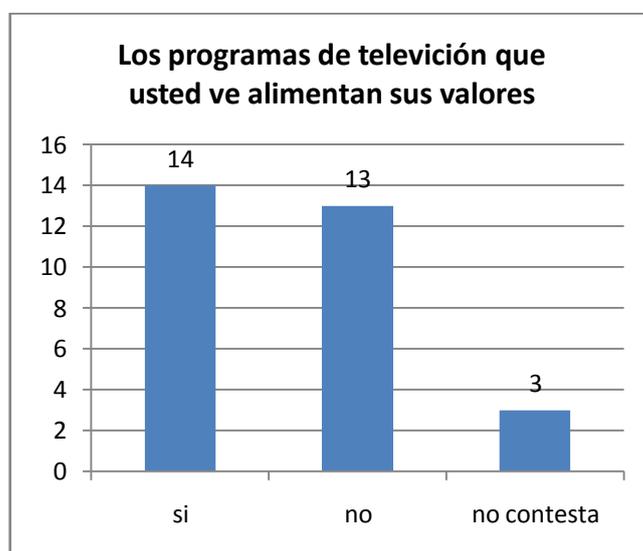


Tabla N° 2		
	Cuantas horas al día ve la televisión	
	f	%
2	18	60,00
3	8	26,67
4	1	3,33
5	1	3,33
mas	1	3,33
no contesta	1	3,33
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

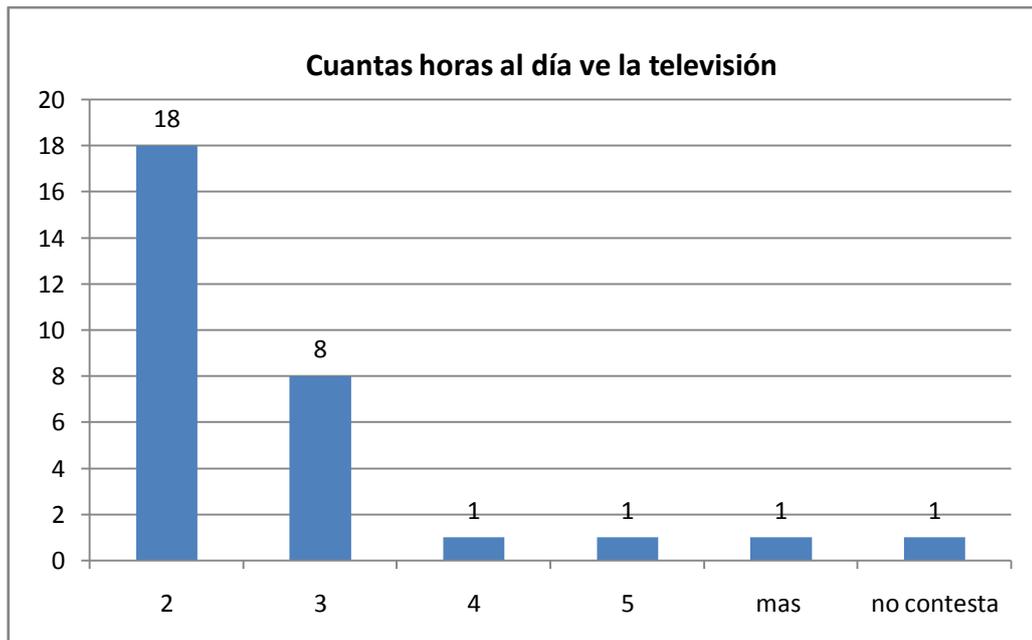


Tabla N° 4		
Considera Ud. Que es necesario clasificar los programa para la familia en general		
	f	%
si	28	93,33
no	1	3,33
no opina	1	3,33
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

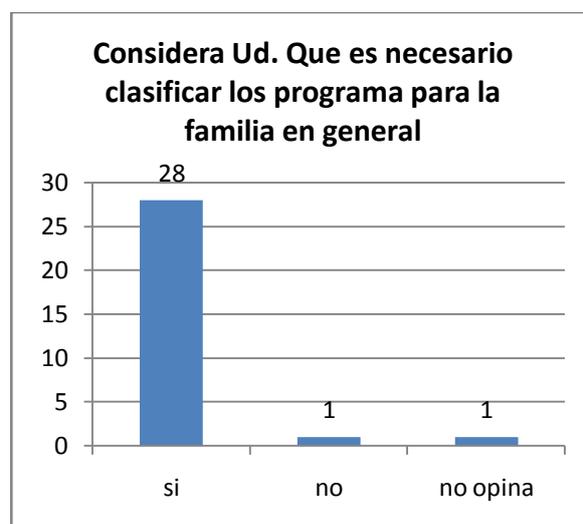


Tabla N° 5		
podría usted vivir sin mirar programas de televisión		
	f	%
si	19	63,33
no	11	36,67
no contesta	0	0,00
TOTAL	30	100,00

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos

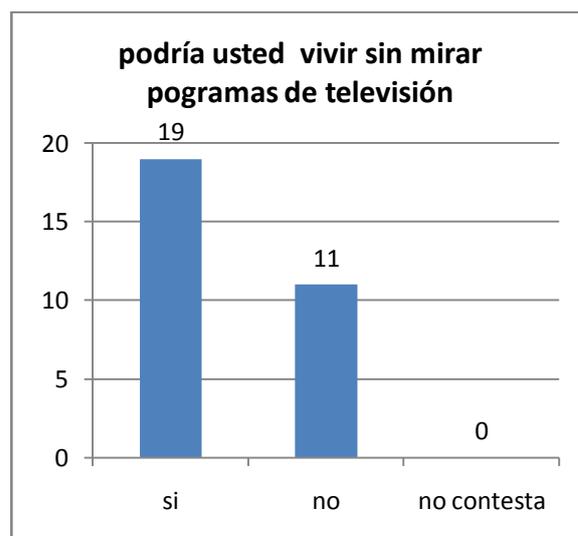


Tabla N° 6		
	Cree que la presencia de la televisión afecta la comunicación familiar	
	f	%
si	25	83,33
no	5	16,67
no contesta	0	0,00
TOTAL	30	100,00
FUENTE: Encuesta directa		
ELABORACIÓN: Diego Ramos		



Tabla N° 7		
	Cree que la excesiva información de casos de violencia domestica en los medios de comunicación especialmente en la tv.	
	f	%
si	29	96,67
no	1	3,33
no contesta	0	0,00
TOTAL	30	100,00
FUENTE: Encuesta directa		
ELABORACIÓN: Diego Ramos		



Tabla N° 8		
	cual de estas actividades realiza con más frecuencia	
	f	%
Ver tv.	9	30,00
escuchar Música	13	43,33
Navegar en Internet	3	10,00
hacer Deporte	11	36,67
Leer	8	26,67
Otras actividades	11	36,67
no contesta	0	0,00
TOTAL		
FUENTE: Encuesta directa		
ELABORACIÓN: Diego Ramos		

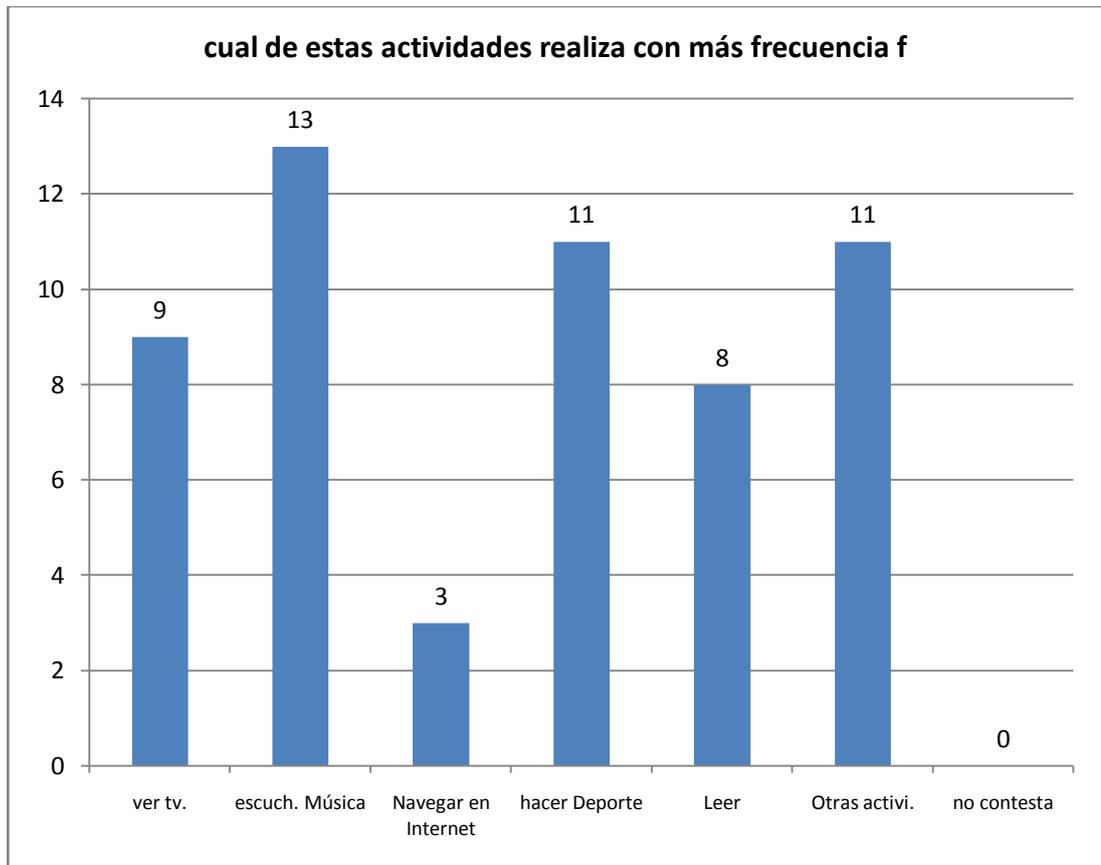


Tabla N° 9		
	Esta preparado para asimilar lo bueno y rechazar los mensajes negativos	
	f	%
si	26	86,67
no	4	13,33
no contesta	0	0,00
TOTAL	30	100,00
FUENTE: Encuesta directa		
ELABORACIÓN: Diego Ramos		

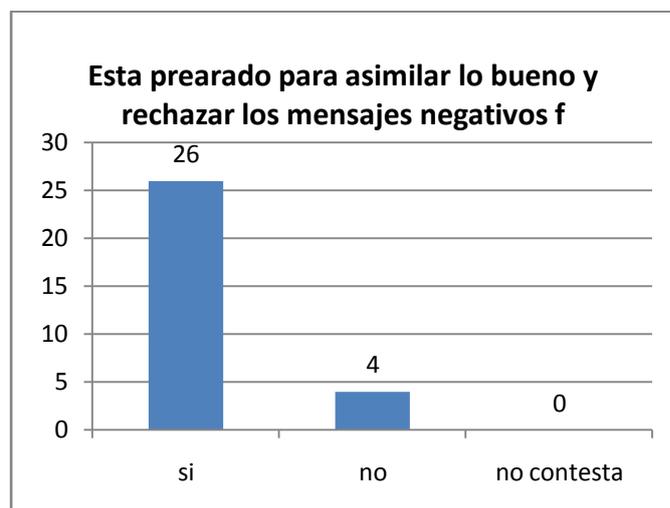
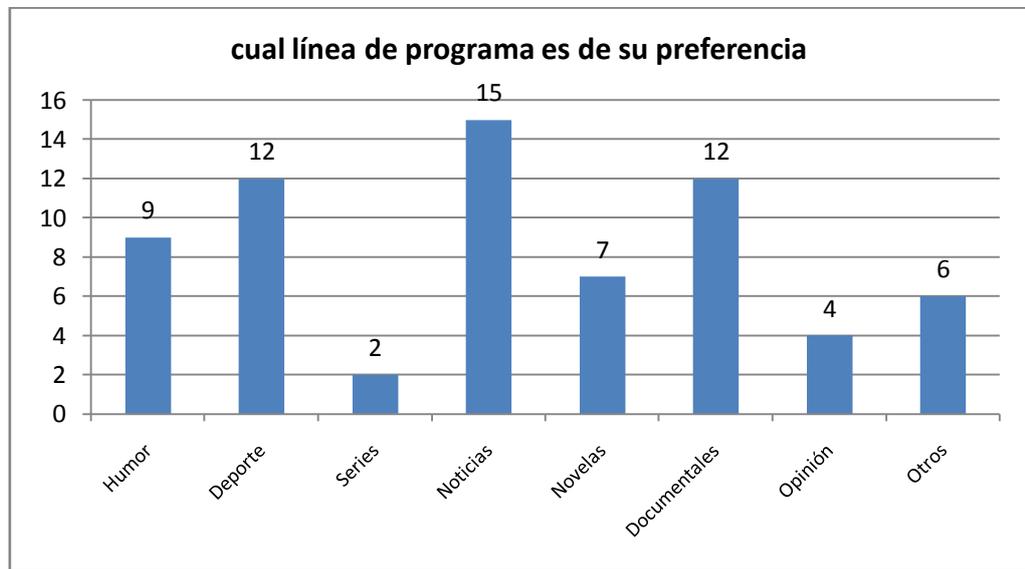
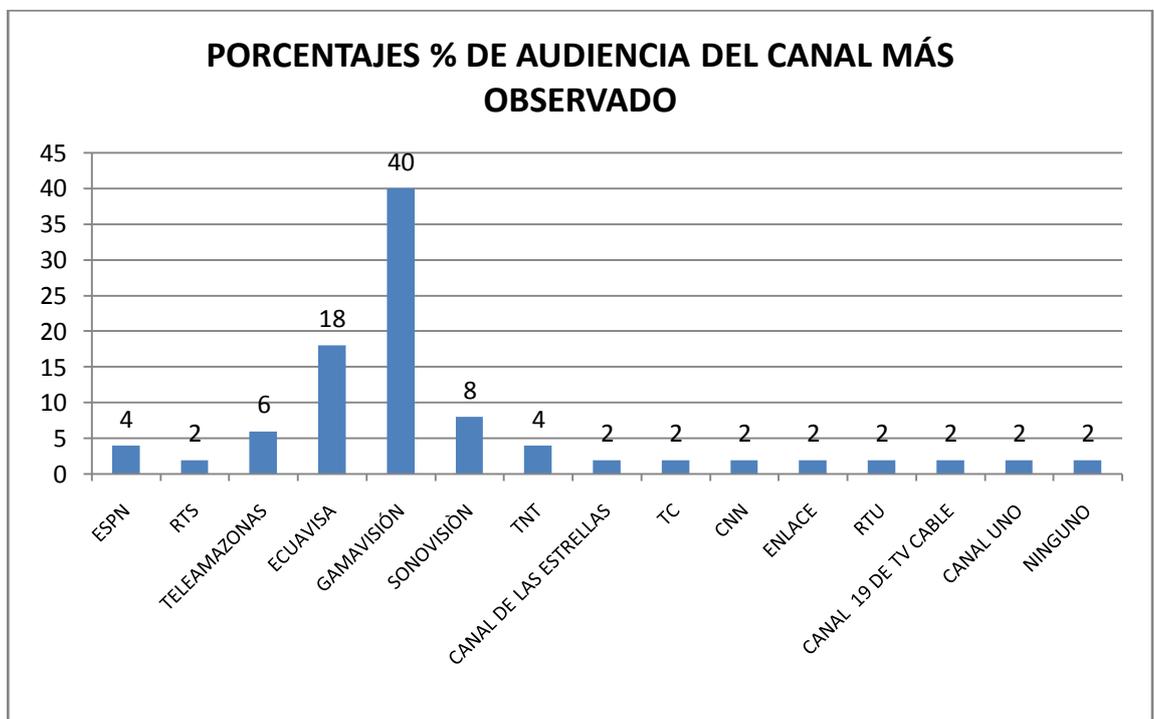


Tabla N° 10		
	cual línea de programa es de su preferencia	
	f	%
Humor	9	30,00
Deporte	12	40,00
Series	2	6,67
Noticias	15	50,00
Novelas	7	23,33
Documentales	12	40,00
Opinión	4	13,33
Otros	6	20,00
TOTAL		

FUENTE: Encuesta directa
ELABORACIÓN: Diego Ramos



CANAL QUE OBSERVA A PARTIR DE 18:H00 HASTA 21:H00	TELEVIDENTES	PORCENTAJES %
ESPN	2	4
RTS	1	2
TELEAMAZONAS	3	6
ECUAVISA	9	18
GAMAVISIÓN	20	40
SONOVISIÓN	4	8
TNT	2	4
CANAL DE LAS ESTRELLAS	1	2
TC	1	2
CNN	2	2
ENLACE	1	2
RTU	1	2
CANAL 19 DE TV CABLE	1	2
CANAL UNO	1	2
NINGUNO	1	2
Total de personas	50	100



ANEXO 4

FOTOS



FOTOS REALIZANDO
LA ENCUESTA.

FOTO DE LA ENTREVISTA
CON LA DRA. LUCY AGUAYO.



BIBLIOGRAFÍA

- CUESTA Ubaldo, “Psicología Social de la comunicación”, Editorial Cátedra (grupo Amaya, S.A.) Impresión 2000.
- GONZALES, María Lujan “Educomunicación” Editorial UTPL. Loja. Impreso 2003.
- HERRAN María Teresa, RESTREPO, Javier Darío “Ética para periodistas”. Editorial Norma. Bogotá. Cuarta edición 2005.
- KREIMERMAN Norma, “Métodos de Investigación para tesis y trabajos semestrales” Editorial Trillas. México. Tercera impresión 1996.
- MERCADO Salvador, “¿Cómo hacer una tesis?”. Editorial LIMUSA. México. Segunda impresión de la segunda edición. 1994.
- TOUSSAINT Florence “Crítica de la Información de masas”. Editorial Trillas. México .segunda edición 1981.
- ULLOA, Tapia “Apuntes de comunicación”, Editorial UTPL. Loja. Primera edición. 2006.
- DOMINICK, Joseph, “La dinámica de la comunicación masiva”, litografía Ingramex Centeno. México. Sexta edición 1996.
- VILLAMARIN José, “Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo”. Editorial Radmandí, 1997.
- MILLERSON Gerald, “Realización y producción en televisión”, Cuarta edición, 2001
- VILLASMIL Jonathan jhonnyvu@tutopia.com
- ZETTL Herbert, “Manual de Producción de televisión” Editorial: International Thomson Editores, 7ª. Edición, 2000.
- valeria.figueras@gmail.com Valeria Figueras, Estudiante de la carrera Lic. En Comunicación Social (cursando 4 últimas materias en 2006) Universidad Caece
- http://www.arandurape.edu.py/Ministerio_de_espana/Recurso_media/television/extras/soft.htm
- http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1194_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php
- <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque9/pag1.htm>
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/reality-shows-la-puerta-a-la-fama-302057-302057.html>

- <http://www.unav.es/capellania/fluvium/textos/documentacion/eti63.htm> por María Rosario G.Prieto
- http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1104009
- <http://www.angelfire.com/sc/santisimo/influencia8.html>
- http://www.isftic.mepsyd.es/padres/videojuegos/television_y_familia/
- webmaster@isftic.educacion.es Ministerio de Educación Instituto Superior de Formación y Recursos en Red para el Profesorado Información general :
- www.taconline.com
- info@familiayeducación.org
- <http://html.rincondelvago.com/influencia-de-la-television-en-la-sociedad.html>
- http://www.entelchile.net/familia/Educacion/erotismo_tv/ninos_erotismo_tv.htm
- http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_32/nr_351/a_4542/4542.html
- <http://www.slyndation.com/2006/12/06/falta-de-comunicacion>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Serie_de_televisi%C3%B3n
- <http://wappy.ws/series-televisivas-anos.html>
- <http://www.clarin.com/suplementos/mujer/2008/05/03/m-01663571.htm>
- http://emisordigital.bligoo.com/content/view/459521/Telenovelas_brasilenas_tienen_impacto_en_comportamientos_sociales.html
- <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1856122>
- <http://www.aacap.org/page.ww?section=Informacion+para+la+Familia&name=la+Influencia+de+la+Musica+y+de+los+Videos+de+Musica+No.+40>
- jcalser@alcazaba.unex.es
- www.encuentra.com
- informa@tvoecuador.org
- Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. Ética en la Publicidad. I, 3, Ídem, III, (c), Ibídem, IV, 14

FIN