

**RELACION DE LA RADIO Y TELEVISION CON ALGUNAS
MANIFESTACIONES COMPORTAMENTALES DE LOS ADOLESCENTES,
DE LOS COLEGIOS MIXTO CARLOS ALBORNOZ DE ANCUYA Y TECNICO
AGROPECUARIO ETNOPEDAGOGICO «CUMBE»
(MUNICIPIO DE CUMBAL)**

**DALILA ESCOBAR V.
YACELY ESCOBAR V.
EDGAR MERA
JOSE MORALES R.**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
ORIENTACION Y DESARROLLO HUMANO
SAN JUAN DE PASTO
2001**

**RELACION DE LA RADIO Y TELEVISION CON ALGUNAS
MANIFESTACIONES COMPORTAMENTALES DE LOS ADOLESCENTES,
DE LOS COLEGIOS MIXTO CARLOS ALBORNOZ DE ANCUYA Y TECNICO
AGROPECUARIO ETNOPEDAGOGICO «CUMBE»
(MUNICIPIO DE CUMBAL)**

**DALILA ESCOBAR V.
YACELY ESCOBAR V.
EDGAR MERA
JOSE MORALES R.**

**Proyecto de investigación para optar el título de especialista en
Orientación Educativa y Desarrollo Humano.**

**Asesor
Profesor: LUIS ERNESTO SANZ E.**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
ORIENTACION Y DESARROLLO HUMANO
SAN JUAN DE PASTO
2001**

PAGINA DE ACEPTACION

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO

JURADO

San Juan de Pasto, Noviembre de 2001

DEDICATORIA

Por más que pretenda acumular congratulaciones, en torno a quien con su voz de aliento, sus consejos y sobre todo por su presencia; siempre habrá una razón para decirnos que el amor es invaluable y nos hace verdaderos humanos.

Una persona nunca es feliz si no pagando el precio de salir de la ignorancia.

DALILA

DEDICATORIA

A mi hijo Diego Armando quien con su ternura, alegría me dio la fuerza, para vencer todas las dificultades.

A mi familia porque en ellos encontré la verdadera sabiduría: Por su sensibilidad, por su motivación y fuerza; porque siempre con sus acertados consejos me ayudaron a alcanzar mis anheladas metas.

Sin esfuerzo no hay conquistas y sin conquistas no hay placer.

YACELY

DEDICATORIA

A MIS PADRES

Que con la flacidez de sus manos, colmaron mis viajes de bendiciones. Y la ternura de sus besos estampados en mis mejillas, me llenaron de fortaleza para continuar con este desafío.

A MI ESPOSA GUADALUPE

Quien soporto con paciencia muchas jornadas de ausencia. Y su sueño junto a la noche se convirtieron en cómplices de mis desvelos. Ella y su esperanza fueron mis mejores alicientes para verme galardonado con el triunfo.

A MIS ESTUDIANTES

Quien son el motivo de mi superación

A TODA MI FAMILIA

Quienes infundieron moral para evitar mi desfallecimiento.

EDGAR

DEDICATORIA

A mi Dios, como el único Dios de todo el universo y de todos los seres, porque con él, todo es posible y el me ha permitido cosechar un nuevo triunfo en mi vida.

A mis hijos Alexander, Marcell, José Fernando y Lorenita que han sido, son y serán la razón de mi existencia.

A Florecita quien me alentó, me comprendió y me dio la fuerza que en estos momentos tan difíciles he necesitado.

A la memoria de mi difunta Madre, a mi Padre y a todos mis Hermanos.

A Gloria, quien pudo soportarme durante 29 años, la primera etapa de mi vida.

A Luis Ernesto Zans, de quien recibí su comprensión y su colaboración, para llegar a un feliz término con este trabajo.

Con cariño

Jose

ABSTRACT

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar las relaciones existentes entre radio y televisión y algunas manifestaciones comportamentales que se dan en los adolescentes entre 14 y 16 años de los colegios: Mixto “Carlos Albornoz Rosas” de Ancuya y el colegio “Técnico Agropecuario Cumbe” del municipio de Cumbal

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar el tiempo que dedican los adolescentes a mirar televisión y a escuchar radio.
- Establecer el medio de comunicación que más incide en el comportamiento de los adolescentes, destacando aspectos positivos y negativos.
- Determinar los programas radiales y de televisión que los adolescentes prefieren.
- Identificar el tipo de información que el adolescente busca en los programas radiales y de televisión.
- Identificar las palabras que los adolescentes imitan de la televisión y la radio.

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA – DESCRIPTIVA.

Esta investigación es cualitativa descriptiva , tiene como características referirse a un suceso complejo que fue descrito con el apoyo de la entrevista semiestructurada, permitiendo revitalizar esta área investigativa, a medida que se recogió la información; las interpretaciones parciales, permitieron ampliar los objetivos originales, buscar nuevos informantes y hacer nuevas preguntas para lograr identificar la relación que puede tener o no los medios masivos de comunicación (radio y televisión) en las manifestaciones comportamentales de los adolescentes entre 14 y 16 años, de los colegios “Técnico agropecuario Etnopedagógico Cumbe” de Cumbal y el colegio “Carlos Albornoz Rosas” de Ancuya.

RESULTADOS

El adolescente harto de ser manejado y sometido a sus tutores comienza a avivar en su interior el deseo de independencia y autodeterminación . Empieza a configurar su identidad y lucha generalmente de una forma sana, para hacer valer su personalidad. La forma más sencilla en principio , es la imitación de un modelo ya elegido ; el adolescente Cumbe y Albornocino , se ve en la imperiosa necesidad de autoafirmar su personalidad en el gusto por la música, es así que los programas radiales donde presentan una gran variedad de ballenatos y en su afición por sus letras de contenido romántico son de su preferencia y asimismo gustan de programas televisivos de contenidos muy juveniles.

Sin embargo, pese a la diferencia sociocultural entre una y otra institución, algunos adolescentes buscan su autoafirmación frente al mundo de los adultos y dejan ver bien claro que El es distinto y al mismo tiempo necesita sentirse integrado a su propio grupo. Se sienten bien llevando unos zapatos extravagantes, la camisa suelta, accesorios y maquillajes diferentes que les permita encontrar un puesto en la sociedad. La forma de vestir, actuar y hablar permite a un adolescente descubrir la identidad social y diseñar su propia conducta, estos aspectos están íntimamente vinculados con las interacciones de la sociedad.

CONCLUSIÓN

El adolescente albornocino al igual que el joven Cumbe, han demostrado ser protagonistas importantes de un consumismo sin medida, producto del gusto y la afición por algunos medios de comunicación. Su vocabulario, el vestuario, el peinado y el gusto por cierto tipo de música, son elementos culturales que han calado entre los jóvenes dejando de lado la peculiaridad cultural con la que se identificaba. Parece ser que todo lo nuestro, lo autóctono y tradicional de nuestros pueblos han sido superados por otro tipo de elementos culturales que fueron plagiados con el fin de aproximarse a un sujeto diferente a su idiosincrasia. Poco les interesa enorgullecerse de su cultura, la globalización ha pasado por encima de lo nuestro borrando la posibilidad de distinguirse del habitante de otras regiones. Pese a las diferencias topográficas, climáticas y culturales de Ancuya y Cumbal los jóvenes han adoptado idénticas manifestaciones culturales permitiendo confusión entre unos y otros.

OBJECTIVES

GENERAL OBJETIVE

To analyze the existent relationships among radio and television and some manifestations comportamentales that are given in the adolescents between 14 and 16 years of the schools: Mixed Carlos Albornoz Rosas of Ancuya and the Agricultural Technical school Cumbe of the municipality of Cumbal

SPECIFIC OBJECTIVES

- to Identify the time that the adolescents dedicate to look at television and to listen radio.
- to Establish the means of communication that more it impacts in the behavior of the adolescents, highlighting positive and negative aspects.
- to Determine the radial programs and of television that the adolescents prefer.
- to Identify the type of information that the adolescent looks for in the radial programs and of television.
- to Identify the words that the adolescents imitate of television and the radio.

METHODOLOGY

TYPE OF QUALITATIVE INVESTIGATION - DESCRIPTIVE.

This investigation is qualitative descriptive, he/she has as characteristics to refer to a complex event that was described with the support of the interview semiestructurada, allowing to revitalize this investigative area, as the information was picked up; the partial interpretations, allowed to enlarge the original objectives, to look for new informants and to ask new questions to be able to identify the relationship that can have or not the massive means of communication (I radiate and television) in the manifestations comportamentales of the adolescents between 14 and 16 years, of the schools agricultural Technician Etnopedagógico Cumbe of Cumbal and the school Carlos Albornoz Rosas of Ancuya.

RESULTS

The adolescent fed up with being managed and subjected to their tutors it begins to vivify in their interior the desire of independence and self-determination. It begins to generally configure their identity and fight in a healthy way, to make be worth their personality. L to simpler form in principle, is already the imitation of a model elect; the adolescent Cumbe and Albornocino, leave in the imperious autoafirmar necessity their personality in the pleasure for the music, it is so the radial programs where they present a great variety of calves and in their liking for their letters of

romantic content are of their preference and also they like of television programs of very juvenile contents.

However, in spite of the sociocultural difference between an and another institution, some adolescents look for their autoafirmación in front of the world of the adults and they allow to see very undoubtedly He is different and at the same time he/she needs to be integrated to their own group. They feel well taking some extravagant shoes, the loose shirt, accessories and different make-ups that it allows them to find a position in the society. The form of dressing, to act and to speak allows an adolescent to discover the social identity and to design their own behavior, these aspects are intimately linked with the interactions of the society.

CONCLUSION

The adolescent albornocino the same as the young Cumbe, they have demonstrated to be important main characters of a consumerism without measure, product of the pleasure and the liking for some media. Their vocabulary, the wardrobe, the hairstyle and the pleasure by the way music type, they are cultural elements that have soaked among the youths leaving aside the cultural peculiarity with which was identified. It seems to be that all him ours, the autochthonous and traditional of our towns has been overcome by another type of cultural elements that you/they were plagiarized with the purpose of approaching to a fellow different to their idiosyncrasy. Little it interests them to be proud of their culture, the globalization has passed above it ours erasing the possibility to be distinguished of the inhabitant of other regions. In spite of the topographical, climatic and cultural differences of Ancuya and Cumbal the youths have adopted identical cultural manifestations allowing confusion between some and others.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	10
1. PROBLEMA	14
1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA	14
1.2 DESCRIPCION DE INVESTIGACION	14
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION	16
2. OBJETIVOS	18
2.1 OBJETIVO GENERAL	18
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	18
3. JUSTIFICACION	20
4. MARCO TEORICO	24
4.1 ANTECEDENTES	24
4.2 MARCO CONTEXTUAL	29
4.3 MARCO CONCEPTUAL	34
5. METODOLOGIA	80
5.1 TIPO DE INVESTIGACION	80
5.2 POBLACION	81
6. ANALISIS DE RESULTADOS	82

6.1	INFLUENCIA DE LA RADIO Y TELEVISION	82
6.1.1	TELEVISION	82
6.1.1.1	Tiempo dedicado a mirar televisión	82
6.1.1.2	Programas de televisión preferidos	87
6.1.1.3	Palabras que incorporan al lenguaje	97
6.1.1.4	Personajes que imita de la televisión	101
6.1.1.5	La moda	103
6.2	LA RADIO	106
6.2.1	Tiempo dedicado a escuchar radio	106
6.2.2	Programas favoritos de la radio	107
6.2.3	Personajes que prefieren de la radio	113
6.3	COMPARACION ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, RADIO Y TELEVISION	114
6.4	RELACION ENTRE LAS INSTITUCIONES COLEGIO MIXTO CARLOS ALBORNOZ DE ANCUYA Y EL COLEGIO TECNICO AGROPECUARIO CUMBE DE CUMBAL	116
6.5	TEORIZANDO SOBRE LOS RESULTADOS	124
7.	CONCLUSIONES	133
8.	RECOMENDACIONES	139
	BIBLIOGRAFIA	141
	ANEXOS	143

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. Entrevista

ANEXO B. Glosario de palabras adoptadas por los adolescentes entre 14 y 16 años de los colegios técnico mixto Carlos Albornoz de Ancuya y técnico agropecuario etnopedagógico «Cumbe» (Municipio de Cumbal)

INTRODUCCION

La investigación sobre la relación de la radio y televisión en algunas manifestaciones comportamentales de los adolescentes, de los Colegios Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y Técnico Agropecuario Etnopedagógico Cumbe del Municipio de Cumbal, busca identificar y analizar algunos cambios de comportamiento de los adolescentes en su contexto social.

Se observa que la influencia de los medios de comunicación se han convertido en herramientas manipuladores que permite el adolescente asuma ciertos roles dándole menor importancia a su identidad cultural; si bien es cierto, que este fenómeno se ha generalizado no puede excluirse sectores del País que ha pesar de estar localizados en los rincones más inhóspitos, no se descarta la posibilidad que de una u otra forma reciban la influencia de los avances tecnológicos de la comunicación.

La televisión y la radio, medios de comunicación de masas han alcanzado mayor difusión, por ser más populares un gran número de personas tienen acceso a éstos. Su poder es difícil de valorar, pero sin lugar a dudas su influencia es inevitable; prácticamente en todos los hogares existen estos aparatos de comunicación y en muy contadas excepciones no tienen acceso a estos electrodomésticos hogareños.

La radio y la televisión son usados en los hogares como fuente de entretenimiento y esparcimiento para el uso del tiempo libre. Según los entrevistados el tiempo dedicado a mirar televisión esta entre dos y cuatro horas diarias distribuidos entre sus quehaceres escolares y demás actividades diarias. Sin embargo, hay casos excepcionales donde la televisión se ha convertido en un mal hábito, absorbiendo al televidente.

Esta investigación es de suma importancia desde el punto de vista pedagógica y humana; nuestra labor como docentes y la relación diaria con los adolescentes: los estudiantes, hijos, hermanos, amigos al conocer sus intereses, expectativas, su problemática personal, familiar y social es poder realizar un proceso de orientación en la atención de sus necesidades en él despertando una actitud crítica y reflexiva frente a lo que observan y escuchan.

El adolescente es el protagonista de su propia realidad, de su mundo interno y externo que se ven reflejados en su comportamiento emocional y físico; siendo en su momento verdaderamente valioso para el adolescente los medios de comunicación (radio y televisión) que influyen positiva o negativamente.

Este trabajo es de tipo cualitativo – etnográfico para lo cual se toma una unidad de trabajo conformada por un grupo de 84 estudiantes de 14 a 16 años de los colegios Mixto Carlos Albornoz y 60 estudiantes del Colegio Técnico Agropecuario Etnopedagógico “Cumbre” (Municipio de Cumbal).

Se recolecto la información a través de la entrevista semiestructurada realizada a los adolescentes entre 14 a 16 años de los grados 9-10-11. Se realizó un análisis de la información correspondiente, finalmente se llegó a una conclusión elaborada por último las recomendaciones pertinentes.

Básicamente el trabajo consta de los siguientes apartes:

- Tiempo dedicado a mirar televisión, donde los adolescentes manifiestan que hoy en día se ha vuelto una necesidad y por ende dedican un promedio de dos a cuatro horas diarias, en algunas otros casos manifiestan que tienen una afición de ocho o más horas diarias; casos contrarios sostienen que dedican un mínimo de tiempo.

Otro aspecto a que se refiere este trabajo son los programas de televisión preferidos por los adolescentes, en donde argumentan su preferencia por programas de tipo juvenil, en menor proporción han desarrollado el gusto por programas de tipo científico o documentales.

Esta investigación se refiere además a las palabras que los jóvenes han incorporado a su lenguaje cotidiano sustentan al respecto que quienes no hacen uso de las palabras de moda no son aceptados por su grupo de iguales; palabras como parece, escamoso entre otras hoy por hoy son comunes entre los adolescentes.

- Así mismo se centra en el análisis de la relación con la radio y algunas manifestaciones comportamentales en el adolescente “Cumbe” y “Albornocino”, quienes comentan que la radio es su compañero inseparable en sus jornadas de trabajo y tiempo libre, desarrollando una gran afición principalmente por los programas musicales que transmiten vallenata, sin descartar los demás ritmos musicales.

Cabe destacar entonces que el joven Cumbe y Albornocino por su afán de buscar identificarse en su grupo al cual pertenece han adoptado unas conductas comportamentales como: la moda (vestuario, peinado, accesorios), en su lenguaje ha incorporado palabras de moda extraídas de los medios de comunicación radio – televisión.

1. PROBLEMA

1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA

Qué relación existe entre la radio y televisión con algunas manifestaciones comportamentales de los adolescentes entre 14 y 16 años de los colegios Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y Técnico Agropecuario Etnopedagógico «Cumbe» (Municipio de Cumbal).

1.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

La tecnología ha permitido ampliar y hacer más sofisticados los instrumentos que forman parte de los medios de comunicación, y así el hombre se ha apoderado de ellos y de paso se ha adaptado a las nuevas formas de comportamiento frente a la utilización de los mismos.

A través de estos elementos de la comunicación, el hombre recibe información constante que le abre la posibilidad de reelaborar la realidad circundante. La realidad social, es fulminante atacada con informaciones de toda clase y de todos los estilos, que al final es una de las causas para que se desarrolle el fenómeno de adicción que domina y absorbe al hombre como si se tratara de unos entes

vivos quienes dan la orden tajante de quedarse totalmente quietos, como si se estuviera hipnotizados o como si habitaran en otras esferas del espacio.

Después de una larga sesión frente a los aparatos que facilitan la comunicación, surgen los nuevos personajes y héroes extraídos de la fantasía de los productores, pero con la marcada diferencia de que estos personajes ya no están dentro de la cajita mágica, sino, que deambulan y merodean con otras pintas por todos los rincones de nuestros hogares.

Si el ser humano, no tiene la suficiente capacidad para asumir con responsabilidad la información; fácilmente se está convirtiendo en una víctima más de la adicción, circunstancia ésta, que abre la posibilidad de rechazar algunas normas que se practican en el seno de las familias o en otros casos en el seno de la cultura; cuando esto suceda, el individuo de una forma casi inconsciente empieza a modificar su comportamiento y hasta los hábitos que rigen los lineamientos de su vida misma.

Se vuelve dependiente de éstos elementos, y sin ellos, la vida tiene otro sentido (*aburrimiento, desesperación...*), dejando consecuencias fatales que de alguna forma se ve reflejada en el abandono de los otros miembros de su familia, o se aíslan de su responsabilidad dejando ver su indiferencia frente a su actividad cotidiana.

Los medios de comunicación más comunes, televisión y radio, abren sus brazos para que se inicie el proceso de transformación, pues, el joven quiere formar parte de la vida de sus personajes, y como está lejos de lograrlo, se contenta quizá con imitarlos en su forma de hablar, de vestir y hasta de actuar, sin darse cuenta que la realidad en que vive es otra muy diferente y llena de muchos altibajos, y por lo tanto, surge esta pregunta ¿será que los medios de comunicación televisión y radio incide en algunas manifestaciones comportamentales del adolescente?

1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION

- ¿Cuál es la relación existente entre radio y televisión, y algunas manifestaciones comportamentales que se dan entre los adolescentes entre 14 y 16 años de los colegios: Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y Técnico Agropecuario Etnopedagógico «Cumbe» (Municipio de Cumbal)?
- ¿Cuál es el tiempo que dedican los adolescentes a mirar televisión y escuchar radio?
- ¿Cuáles son los personajes que el adolescente prefiere e imita?
- ¿Cuál es el medio que más incide en el comportamiento de los adolescentes?
- ¿Qué palabras adopta el adolescente de la televisión y radio?

- ¿En qué institución hay mayor incidencia de la televisión y radio, en las manifestaciones comportamentales del adolescente de 11 y 16 años.?
- ¿Cuál es el tipo de información que el adolescente prefiere?
- ¿Qué imitan los adolescentes de sus personajes preferidos?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar las relaciones existentes entre radio y televisión y algunas manifestaciones comportamentales que se dan en los adolescentes entre 14 y 16 años de los colegios: Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y Técnico Agropecuario «Cumbe» municipio de Cumbal.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Identificar el tiempo que se dedican los adolescentes a mirar televisión y escuchar radio.
2. Determinar cuáles son los personajes que el adolescente prefiere e imita.
3. Establecer el medio de comunicación que más incide en el comportamiento de los adolescentes, destacando aspectos positivos y negativos.
4. Determinar los programas radiales y de televisión que los adolescentes prefieren.

5. Identificar el tipo de información que el adolescente busca de los programas radiales y de televisión.

6. Identificar las palabras que los adolescentes imitan de la televisión y radio.

7. Determinar la relación de algunas manifestaciones comportamentales en los adolescentes de 14 y 16 años entre las instituciones Colegio Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y el Colegio Técnico Agropecuario «Cumbe» municipio de Cumbal.

3. JUSTIFICACION

A lo largo de la historia de la humanidad, el hombre siempre ha tenido la imperiosa necesidad de comunicarse y gracias a su capacidad creadora lo ha hecho utilizando desde las formas más simples como las señales de humo hasta los más sofisticados instrumentos de comunicación, haciendo de ellos unos elementos de primera necesidad en la vida de hoy.

Actualmente, el individuo se encuentra saturado de toda clase de información, la que de alguna forma repercute en el desarrollo de sus quehaceres cotidianos. Los elementos que hacen parte de todo el andamiaje de la comunicación han impactado tan fuertemente en el ser humano, que éste, y quizá en forma casi inconsciente ha desarrollado una actitud de adicción frente a ellos, de tal forma que al adolescente se le facilita enterarse rápidamente sobre lo último que hay en música, moda o en otros casos en tecnología al adoptar estos aspectos a nuestro medio y a nuestras formas de vida; lo único que se ha logrado es disfrazar su identidad con elementos que pertenecen a otras esferas, permitiendo así que la cultura de nuestros pueblos se vaya deteriorando y de paso termine siendo absorbida por otro tipo de manifestaciones culturales.

Mediante la utilización de la televisión y la radio, que son los medios de comunicación más comunes entre los pueblos, se puede transmitir una sola

información dirigida a millones de individuos que viven en condiciones muy diferentes y en espacios geográficos que les brinda la oportunidad de desarrollar un ambiente cultural propio; pero esta información corre el riesgo de ser asimilada según unos puntos de vista muy particulares que a la postre son los causantes de transformarla y adoptar esa información según sus propias conveniencias.

Dentro de toda esta gama de información, se abre la posibilidad para que el adolescente modifique su forma de actuar, vestir, hablar y peinar, que en ocasiones, se puede ver afectada de una manera positiva o por el contrario se puede ver afectada negativamente.

En regiones como Cumbal y Ancuya entre otras, casi no han tenido la oportunidad de llevar a cabo actividades que brinden a sus habitantes la posibilidad de una diversión sana. Sin otra alternativa, la juventud de estos pueblos han optado por la utilización de la radio y la televisión como medios de distracción, entre otros, que a su vez son los más comunes o más fáciles de adquirir.

Entre los moradores de estas zonas, el día transcurre alternando sus quehaceres domésticos o trabajos cotidianos y estudio con la afición hacia la programación que les brinda la televisión o también amenizando sus labores con la variada programación que les ofrece la radio.

El aprovechamiento del tiempo libre entre los adolescentes es de alta preocupación, puesto que el abuso de su pseudoautonomía puede llevarlos al

fracaso, y por consiguiente, al fracaso de la sociedad misma. Toda actividad que realice el joven, es necesario que sea vigilada y orientada por adultos responsables, de forma que sepan motivar para que las relaciones humanas no vayan a perder su esencia y antes por el contrario, se puede sensibilizar al adolescente para que busque otras alternativas, que le permita conservar sus costumbres, su propia identidad, posibilitando a su vez el desarrollo de su parte humana.

Una televisión bien vista, como lo anuncia las campañas televisivas, sería lo ideal, pero, la falta de una estructura académica de las personas que habitan estas olvidadas regiones, han permitido que el adolescente abuse de estos medios masivos de comunicación y sin una orientación adecuada, ellos puedan tergiversar el mensaje o la intención con la que fue transmitido un programa determinado.

Desde el punto de vista pedagógico, esta investigación sirve para realizar un sondeo sobre la incidencia que puedan tener estos medios de comunicación entre nuestros jóvenes.

Si hay efectos positivos, estos medios se pueden convertir en un gran aliado para el docente, porque estos pueden brindar la oportunidad para dejar atrás el academicismo tradicional y junto con el educando abrir la posibilidad para acogerse a las exigencias de la nueva era, pero si por el contrario, su incidencia es negativa, esta investigación puede despertar en el docente la inquietud para realizar una reflexión rigurosa sobre su trabajo, de paso estructurar los planes de

estudio e igualmente procurar con nuestra orientación alejar al joven de éste nocivo factor.

4. MARCO TEORICO

4.1 ANTECEDENTES

La naturaleza humana, ha permitido que el hombre como miembro de una comunidad interactúe estrechamente con sus semejantes a través de la comunicación; porque pretender vivir aislado dentro de un contexto determinado es atentar contra el desarrollo sociocultural e integral de cada individuo, para ello ha buscado la forma de llegar más fácil y más rápido a quienes lo rodean.

Una de estas tareas la consiguió en el momento en que gracias a su creatividad pudo articular y clasificar los sonidos dando origen a un idioma, que además de comunicación sirve también para identificar a un pueblo. Por su necesidad, este idioma ha sido transformado y lentamente ha ido sufriendo unos cambios bien marcados, de tal forma que con plena seguridad se puede afirmar que nuestra lengua sea comparable a un ente vivo, porque al igual que ellos, en el idioma nacen nuevos vocablos que se mantienen por un determinado lapso de tiempo, también da origen a unos nuevos que sirven para designar a los nuevos inventos, y así mismo tienden a desaparecer como sucede con los arcaísmos.

Irremediablemente, nuestro lenguaje tiene que acomodarse a las necesidades del hombre dentro de un momento histórico determinado y así mismo brindará la

oportunidad de tecnificar los instrumentos que posibiliten el manejo rápido de la información porque el mundo actual así lo exige, y porque además el ser humano sigue luchando por tratar de acortar tiempo y distancia para realizar el acto de la comunicación, de esta forma surgen los más sofisticados medios de comunicación.

Investigaciones previas al presente trabajo dicen que pese a los grandes avances tecnológicos en materia de comunicación, el hombre ha sido el encargado de abrirle máxima popularidad a la radio y principalmente a la televisión, afirman a la vez que éste elemento forma parte casi irremplazable de los hogares más populares del pueblo nariñense.

Entre sus necesidades básicas es prioritario hacer un gran sacrificio económico y asignarle un lugar de privilegio y de fácil acceso al televisor. Pues, gracias a esta “caja mágica” la familia disfruta de unos momentos y fuera de eso, goza con la cantidad de información que brotan de estos aparatos.

Al respecto de la información describen la forma cómo los niños son usuarios número uno de la televisión, recibe una influencia muy notoria dentro de sus hábitos ordinarios, más aún cuando éstos no han recibido una orientación adecuada de todo el contenido que nos enseña la televisión.

“El efecto violento se presenta cuando las conductas violentas observadas por el espectador se reflejan en su comportamiento, destacando por ejemplo

*una agresividad externa o dando rienda suelta a una amenaza, golpes, gritos y lenguaje soez”.*¹

La sociedad infantil, por ser la más vulnerable a la televisión, y por estar viviendo un período tan importante de su vida (época en que con plena facilidad capta y asimila la realidad circundante y quizá marque para siempre un comportamiento determinado) con cierta frecuencia tiende a crear ídolos y personajes buscando una forma de identificarse con ellos o en el fondo, mejor se puede afirmar que tratan de disfrazar su conducta.

Esta manifestación se hace más notoria cuando el menor se decide por un corte de cabello determinado o por un estilo de vestir diferente, lo cual puede determinar que el niño está siendo influenciado por la televisión.

Por último se explica que la opinión de los padres e infantes es compartida, por cuanto unos afirman que fuera de entretener la televisión educa, también afirman otros que lo único que hace es motivar al niño para que tras la imitación de personajes, éste se vuelva violento y agresivo.

Entre los aspectos positivos que el niño tiende a imitar está el marcado interés de ellos para derrotar la maldad buscando siempre enjuiciar a quienes atentan contra los buenos, pero el lado negativo radica en la agresión, el

¹ IBARRA, Henry - MEJIA, Dorys. Opiniones de los padres e hijos de la Escuela Urbana de Varones del Municipio de Contadero a la televisión Colombiana y Peruana que se observa en el

consumismo sin causa y principalmente a este tipo de actividades (ver televisión), dejando consecuencias negativas frente al estudio.

¿Qué hace el joven en su tiempo libre?

El joven se dedica en un promedio de seis horas a ver televisión cuyo contenido es sexo y violencia. El sexo manejado con irresponsabilidad por parte del estado pues existe un comité de ética que no funciona; la televisión empuja al joven a una vida sexual sin valores, al placer por el placer.

“En Colombia se presentan quince horas diarias de telenovelas teniendo en cuenta todos los canales con personajes similares. Un personaje que es el Gamonal, el segundo personaje el servidor del Gamonal, un tercer personaje la niña linda, “la quita maridos”, un cuarto personaje la enredadora amiga de la quita maridos, un quinto personaje la niña de malas(la llorona), un sexto personaje la señora bondad la que le tiende la mano a la llorona y un séptimo personaje el galán de la novela. Estos 7 personajes son los que cautivan nuestras miradas, sin ningún contenido llevando al joven a la mediocridad.”²

Hay un contenido de sexo en un 96% de los programas, la televisión es el primer maestro para el joven deformando la realidad de lo que es la vida sexual. Otro tipo de contenido es la violencia; aparecen héroes como Rambo, el joven lo imita

Contadero - Nariño. Pág. 7.

² VILLEGAS, Germán. Conferencia sobre satanismo. Teatro Las Bethlemitas. Pasto - Nariño. Noviembre 1989.

en su caminado, su vestido, se motilan como Rambo, se colocan las botas punta de acero y con su mirada dicen yo soy Rambo a sus padres, profesores y rivales; esto es fruto de su inexperiencia.

Cada hora que un niño pasa frente al televisor aprende cosas nuevas, pero hay padres que no recapacitan tal vez porque piensan que sus hijos son inmunes o indiferentes a los mensajes que se emiten en la televisión.

Un reporte de la agencia de investigación NIELSEN, expone que un niño al cumplir los quince años ha visto cerca de 15000 horas de contenidos televisivos. “La televisión representa la segunda actividad para la gran mayoría de los niños después del sueño, por lo cual su consumo restringe su contacto con el entorno real. Produce un impacto significativo en valores, actitudes y relación de identificación; le refuerza ideologías a través de modelos que dictan opiniones y juicios de valor, debilitando la capacidad de análisis crítico e imparcial del pequeño televidente”³

Una investigación realizada en Bucaramanga muestra que el 70% de los niños prefieren las películas de acción y de violencia donde predomina la ley del más fuerte a las películas de franja infantil. Esto, desde luego, no significa que solamente la televisión tenga que ver con comportamientos agresivos o violentos, pero si puede ser un elemento que refuerza y estimula estas conductas.

Por otro lado a través de los medios masivos de comunicación se manejan los mensajes subliminales, en una hora de televisión el adolescente recibe una lluvia de este tipo de mensajes, ello explica que el joven tiene que utilizar el pantalón de marca, zapatos de marca, gafas de marca, medias de marca, y otros, porque los medios masivos de comunicación están manipulando al joven aprovechando la soledad en la que se encuentra. Papá y mamá tienen la necesidad de trabajar para cubrir los gastos económicos de la casa, una sola persona no puede mantener las exigencias del consumidor; así que el joven se encuentra solo y busca como compañero el televisor donde incluso anuncian que el contenido de escenas de sexo es apto para mayores de 12 años.

4.2 MARCO CONTEXTUAL

4.2.1 Aspectos generales

ANCUYA

Para referirse a Ancuya, en su aspecto geográfico se puede sintetizar en la siguiente reseña.

Ancuya, es uno de los 63 municipios que conforman el departamento de Nariño, localizado en la región Andina a unos 83 kms. de la ciudad de Pasto, aproximadamente a 1° 16´ de latitud norte y a 77° 30´ de longitud occidental. Limita con los siguientes municipios vecinos: Al norte con el municipio de Linares,

³ CUADROS, Edilia y Otro. Tesis Televisión vs. Actitudes y valores.

al sur con Guaitarilla, al occidente con Samaniego y Providencia y al oriente con Sandoná y Consacá.

Tiene una extensión aproximada de unos 34 km², y una población que supera los 13.000 habitantes, según el censo de 1993, de los cuales, un 22.3% pertenece a la población urbana y el 77.7% corresponde a la población rural.

El relieve del municipio se configura en una topografía de ladera que asciende desde los 1.900 mts. s.n.m. en la hoya del río Guaitara, hasta los 3.100 mts. de altura en el sitio conocido con el nombre de Cerro Gordo. Esta topografía permite que en el municipio se identifique los tres pisos térmicos. El piso térmico cálido se manifiesta desde los 900 mts. hasta los 1.400 mts. sobre el nivel del mar, con temperaturas superiores a los 24°C. Los productos agrícolas son la caña de azúcar, el plátano, la yuca, el frijol, el maní y algunos frutales como la piña, la papaya y la naranja.

El piso térmico templado o medio se manifiesta entre los 1.400 y los 2.400 mts. sobre el nivel del mar generando una temperatura media de 17°C y menor de los 24°C.

En estas tierras se cultiva el café, hortalizas y legumbres que son de gran aceptación en el mercado local, fuera de estos productos también se produce el aguacate y el tomate que son productos que se exportan a otros municipios o departamentos del país.

El piso térmico frío, se extiende entre los 2.000 y los 3.000 mts. de altura sobre el nivel del mar, con una temperatura entre los 12 y 16°C. En esta zona, los terrenos son de fuertes pendientes y con tendencia a la erosión. La agricultura es escasa aunque se puede reconocer que la principal producción es de pastos, utilizada para la explotación ganadera, que está dirigida a cubrir la necesidad de la leche en todo el sector.

Dentro del aspecto hidrográfico cabe destacar la presencia de dos ríos importantes que se encargan de brindar la humedad y la fertilidad a sus suelos aledaños, estos ríos son el Guaitara y el Papayal. El primero ubicado en el oriente del municipio y que a su vez sirve de límite natural entre este municipio y el municipio de Sardoná, mientras que el segundo, hace un recorrido de sur a nororiente y su principal utilización es la de servir como fuente de riesgo para los cultivos.

El municipio se encuentra ubicado en el Macizo de los Pastos, lo que hace que sus terrenos sean quebrados con profundas cimas y reducidas mesetas. Las principales alturas como el alto de San Fermín y el Cerro Gordo que alcanzan los 3.000 mts. de altura sobre el nivel del mar, están ubicados en el sur, mientras que los valles del Llano y el de Púrpura se extienden hacia el norte, éste último de gran importancia porque sobre él se encuentra ubicada la cabecera municipal, en donde se desarrollan las principales actividades económicas, sociales y deportivas.⁴

CUMBAL

Fue fundado en 1529 por el cacique Cumbe, con el nombre de pavos, nombre que fue cambiado por Cumbal en 1541 en honor a su fundador.

Cumbal tiene como límites territoriales Norte: Municipio de Mallama, Sur: República del Ecuador, Oriente: municipio de Ricaurte y al Occidente con el Corregimiento de San Martín.

Cumbal está situado al suroccidente del departamento de Nariño, tiene una altura de 3032 mts. sobre el nivel del mar, temperatura de 6º a 12ºC, se encuentra rodeada del Volcán Cumbal y Chiles.

⁴ ZAMBRANO, Edgar Zanín. Estrategias Metodológicas Interactivas Para Motivar la Participación de los Estudiantes del Grado Once del Colegio Mixto Carlos Albornoz de Ancuya. Pág. 10 - 12.

El desarrollo económico del municipio de Cumbal, tiene serias limitaciones que afectan la producción agropecuaria, por la falta de iniciativa agropecuarias y los roles sociales entre indígenas y campesinos.

Sus principales productos la papa, la haba, cebolla, zanahoria, se destaca en un alto porcentaje por la producción de leche; se desarrollan otros procesos económicos como son las microempresas de tejidos, ebanistería, elaboración de muebles tallados.

Estas actividades se caracterizan por utilizar técnicas básicamente individuales y por lo general requieren de la creatividad individual y familiar. En lo que se refiere a educación existen varias instituciones que prestan sus servicios, en diferentes modalidades como son:

- Colegio José Antonio Llorente, modalidad académico
- Colegio José Antonio Llorente, Nocturno, modalidad comercial
- Instituto Divino Niño Jesús, modalidad académico
- Colegio Técnico Agropecuario, Etnopedagógico Cumbe

4.3 MARCO CONCEPTUAL

I. LOS MEDIOS Y LA SOCIEDAD

Nuestros más remotos antepasados, aún sin tener características de seres humanos, vivían en grandes grupos pero con habilidades naturales de organización y comunicación.

Al comienzo fueron emitidos sonidos con ciertas características pero cargados en el fondo de mensajes, que permiten de alguna manera interactuar con los otros miembros de la comunidad. De esta forma, se fueron desarrollando algunas manifestaciones más primitivas del lenguaje y que con el transcurrir del tiempo, más la combinación de otros elementos este lenguaje se perfeccionó hasta llegar a la forma actual.

Pero cabe destacar que entre las sociedades más antiguas se hacía el uso de la palabra expresada en forma oral, con la particularidad de que nadie puede faltar al compromiso de la misma. Gracias a esta forma de comunicación, el hombre estructura una forma de enseñanza que repercute en las nuevas generaciones, por tal motivo se utiliza la tradición oral para dejar mensajes sobre formas de organización, creencias, formas de producción y manifestaciones culturales entre otras, con el fin de que las nuevas generaciones se vayan apropiando de esas formas de vida y así mismo las vayan adoptando a las nuevas épocas.

La utilización de la palabra en forma oral se vio afectada por el riesgo de que estos mensajes tendían a desaparecer, o en otros casos desarrollaban la posibilidad a ser cambiado en el fondo del mensaje, por tal razón se hacía urgente el surgimiento de otra forma de expresión, que perdure y que se pueda multiplicar en un contexto determinado.

De éste principio de comunicación surgieron unas formas de arte pictórico o un intento de pinturas que en el fondo no servían de elementos decorativos, sino que su elaboración fue con el objetivo de plasmar un mensaje; en las oscuridades de las cavernas aparecen una serie de líneas que quizá no signifiquen nada, pero estudios realizados han demostrado que en esa serie de líneas, se esconde un mensaje que fue dejado para que otros pueblos con características de nomadismo los comprendan y así mismo identifiquen la existencia de seres semejantes que comparten el mismo espacio geográfico.

Es ésta la forma cómo el hombre gracias a su simbología fue estructurando el lenguaje escrito y ha podido traer a la actualidad las memorias guardadas por unos pueblos antiguos, de esta manera se ha podido transmitir y trascender de generación en generación para posibilitar un análisis del pasado y así mismo reconstruir el presente.

A pesar de que el acto de leer y escribir era un privilegio, la aparición de la imprenta revolucionó todo un mercado literario, permitiendo que un mismo

mensaje llegue a miles de lectores para que hagan uso de ellos según sean sus necesidades.

«En las sociedades antiguas, el conocimiento y el poder que suponía la capacidad de utilizar los medios, es decir, leer y escribir, fueron celosamente custodiados por los gobernantes y los altos sacerdotes. Esta capacidad era la fuente de un poder y un prestigio enormes»⁵

Si bien, la utilización de la imprenta, permitió una mayor difusión de la información; el hombre muy convencido de su necesidad quiso acortar distancias y empezó el trabajo de comunicación a través de las mismas.

El ingenio del hombre permitió que a través del telégrafo se iniciara un largo camino de perfeccionamiento de los medios y posteriormente, la comunicación inalámbrica se encargó de fomentar el desarrollo de la comunicación, dando paso a la invención del radio transmisor, que hacia las primeras décadas del siglo XX ya había ganado una gran aceptación entre los habitantes estadounidenses.

Pero el intento no paró aquí, a esa caja con sonido, le adaptaron una imagen (y apareció la televisión), y al igual que la radio estos elementos en poco tiempo ya habían saturado miles de hogares, convirtiéndose estos aparatos en los principales medios transformadores de la cultura. Por último, surgen toda

clase de instrumentos sofisticados que hacen más fácil el desarrollo de la comunicación. Pues, con sólo oprimir unas teclas podemos explorar el mundo entero.

Sin duda alguna, a través de estos inventos, se ha estrechado la relación con todos los medios de comunicación hasta llegar al extremo de buscar otras formas de comportamiento. La comunicación de masas se transformó enormemente hasta llegar al punto de que éstos han sido acusados de rebajar el gusto cultural del público o de permitir acabar o transformar los principios morales de un pueblo.

Pero así mismo, hay quienes afirman que este elemento tiene consecuencias positivas, hasta tal punto de que puede llegar a enriquecer nuestro nivel de vida con sus incansables mensajes de la familia. Frente a este fenómeno, se puede plantear interrogantes como: ¿Cuál es el impacto de una sociedad sobre los medios de comunicación?, ¿Cómo afecta la comunicación de masas a la gente?; son preguntas que a lo largo de esta investigación se tratará de dar una respuesta lógica, a partir quizá de un paradigma de orden psicológico que al final pueda sustentar acerca del cambio o transformación de la conducta humana, «como es el caso de seleccionar, percibir y ser influido por los mensajes de los medios»⁶

⁵ MATTELART, Armando. Teorías de la comunicación de masas. Pág. 21.

⁶ Ibid. Pág. 35.

A. FUNCIONALISMO ESTRUCTURAL

El término estructura, se refiere desde luego a la manera como son organizadas las actividades repetitivas de la sociedad; ejemplo, la conducta familiar, la actividad económica, las actividades políticas o sociales y religiosas entre otras.

Si se tiene en cuenta que una sociedad puede ser asimilada como un sistema de partes interrelacionadas entre sí, es preciso afirmar que si dentro de ésta, falta armonía se puede deteriorar, y si esto sucede se hará necesario buscar fuerzas tendientes a restaurar la estabilidad social.

Por tanto se hace urgente, mirar ese conjunto de acciones repetitivas y provenientes de los medios masivos de la comunicación con el fin de hacer un minucioso análisis frente a la forma que se pueda ver afectado el funcionamiento cotidiano de la sociedad, y por ende se observaría la forma en que los individuos pueden utilizar los medios de masas dentro de su vida diaria, porque tal parece, el hombre desarrolló una forma de dependencia con estos instrumentos ya que sin duda alguna, la comunicación es un componente indispensable de la estructura social, porque sin la comunicación de masas no se puede lograr el desarrollo que actualmente goza nuestra sociedad.

El principio evolucionista y transformador se hace presente en todos los ámbitos del pueblo, pero el principio evolucionista principalmente, no es de carácter biológico, sino más bien tiene lugar en la parte social en donde el hombre debe ir adaptándose y creando unas formas de conducta que se ajusten a las nuevas existencias de la comunidad. Estas nuevas formas sociales de vida bien pueden ser inventadas o tomadas en préstamo de otras sociedades utilizadas para la consecución de objetivos propuestos.

B. MODELOS DE CONFLICTO SOCIAL

Si se habla de ese desarrollo social, no se puede descartar el conflicto, como elemento indispensable para el progreso, gracias a éste conflicto, el hombre se ha visto en la obligación de desarrollar nuevas formas de solución y al mismo tiempo se busca estabilizar la sociedad que tiende a deteriorarse como el resultado de fuerzas opuestas que de alguna manera pretenden llegar a conseguir un equilibrio armónico.

Este concepto de conflicto se lo puede simplificar bajo la siguiente premisa. “Todos estos componentes de la sociedad intentan imponer sus propios intereses, en competencias con otros, o conservar sus intereses resistiendo los intereses competitivos de otros”⁷.

⁷ Ibid. Pág. 35.

Del conflicto en que se hallan dos partes surgen modelos de competitividad generando un espacio para el más fuerte y más creativo. Los medios de comunicación, son los instrumentos para determinar la permanencia o muerte de una de esas partes en competencia.

Este tipo de pelea ha abierto las puertas a la creatividad, teniendo en cuenta que la que más posibilidad tenga de sobrevivir sería la que más impacto y más aceptación tenga; a partir de aquí se han recurrido a cientos de posibilidades para impactar, que a la larga son las que tienen una repercusión directa sobre el sujeto miembro de una sociedad.

En este tipo de actividad, el lenguaje juega un papel muy importante, puesto que fuera de la función que tiene de comunicar, se lo puede catalogar como el instrumento o el lazo común de la sociedad, y esta sociedad con el lenguaje como herramienta forma sus ideas sobre la situación y los ambientes en que se encuentra, abriendo así la posibilidad de formar nuevas conductas entre las personas; muestra de ésto es que gracias a la comunicación «las personas pueden desarrollar construcciones compartidas de la realidad a partir de lo que leen, escuchan o miran»⁸.

Siendo así se puede concluir que la conducta personal y social puede irse moderando a partir de las interpretaciones extraídas de los medios de comunicación.

⁸ Ibid. Pág. 35

C. FORMULACIONES PSICOLOGICAS

Si el aspecto psicológico nos permite describir la información de la conducta humana, es preciso hacer un análisis frente a la influencia de la comunicación de masas sobre la gente.

Sin lugar a dudas, este supuesto puede dar una explicación sobre la relación entre los mensajes de los medios y los fenómenos como las actitudes, las forma de percepción o hasta en el caso extremo la imitación de la conducta.

Dentro del aprendizaje, el enfoque cognitivo tiene una gran actividad frente a los efectos de la comunicación sobre los individuos principalmente cuando se pretende comprender cómo son percibidos los mensajes o cómo se aprenden normas de acción o alternativas que puede sufrir la conducta a través de la persuasión.

De esta manera se puede argumentar que el hombre en cierta forma es el producto de la interacción directa de él con los medios y de éste con el hombre, porque al fin y al cabo, gracias a los medios de comunicación de masas se ve plasmado el desarrollo científico y cultural de la humanidad.

II. MODELOS BASICOS DE PERSUASION A TRAVES DE LOS MEDIOS DE MASA

El papel de los medios de comunicación tiende a transformar y trasciende hasta lo más profundo de la conciencia humana ya que puede llevar al individuo a adoptar nuevas formas de comportamiento que son el producto de la persuasión extraída de los medios masivos de comunicación.

Este factor permite que se active el consumismo y casi sin darse cuenta permite que hagamos de nuestra cultura una característica que sufren los efectos del desplazamiento, porque mejor nos decidimos por la utilización de otros elementos culturales que son copiados o son generados por otros factores externos.

Dentro del campo activo de la psicología, es preciso distinguir que cada uno de los hombres son totalmente individuales y con conductas diferentes interactuando mutuamente para promover el desarrollo social.

Estas conductas, pueden verse alteradas gracias al manejo de los medios publicitarios que sin lugar a dudas son los factores de persuasión más fuertes frente al consumismo, pero así mismo, encontramos una serie de mensajes que son capaces de alterar el funcionamiento psicológico del individuo, con modelos de conducta sugeridos por el persuasor.

En términos gráficos simples, el modelo psicodinámico de persuasión se expresaría de la siguiente manera:



III. LOS MEDIOS DE DIFUSION

PERFILES DE ACTUALIDAD

¿Quién lee, escucha, mira?

Frente a la explosión de medios. En el país hay más de 14 canales de televisión, nacionales y regionales, sin contar con la televisión por cable y la satelital, 160 títulos de revistas y más de 40 diarios. En medio de esta competencia, quiénes sobrevivirán? Aquellos medios que identifiquen duramente su nicho.

Las revistas tienen una relativa ventaja: su público se concentra en personas jóvenes de estratos altos, universitarios y profesionales recién egresados que, por su ubicación socioeconómica, tienen un mayor consumo. Además, son los

que más rápidamente asimilan las nuevas tecnologías. Internet es la herramienta más representativa, en esta era de los medios.

Por ejemplo, las revistas económicas, salvo el caso de Gerente, aumentaron, en su último período, en más de 34.000 el número de sus lectores. Dinero es el medio más representativo con más del 70% de participación en este crecimiento.

Por su parte, los canales privados consolidan su hegemonía en la televisión nacional, mientras que los públicos enfrentan una profunda crisis. El éxito de RCN y Caracol está en sus estrategias combinadas. Además de apostarle con éxito a series como Betty la fea o la Caponera, mantienen sus más importantes crecimientos por sus esfuerzos en él *prime time* - *la franja más importante* - y porque se han enfocado en públicos muy definidos, como el juvenil con Francisco el matemático.

Estas conclusiones se desprenden del EG; que determinó la consolidación de las cifras de las dos 'oleadas' que adelantó el año pasado en el país, en junio y en diciembre, respectivamente. Fueron más de 16.800 entrevistas en 16 ciudades. Este es el estudio más grande sobre la penetración de los medios y perfiles de consumidores que se ha hecho en Colombia.

El repunte de los canales privados es significativo. Mientras las audiencias de los canales públicos cayeron el 40% al comparar las mediciones. RCN ganó

más de 1.300.000 televidentes. Su estrategia en el *prime time* lo mantiene adelante.

Aquí el tiempo es líder indiscutido ganó más de 40.000 lectores, El colombiano se consolida como el segundo en el país; sorprende la presencia de El Espacio, que aumenta en 30.000 sus lectores superando incluso a El Espectador.

De las 263.000 personas que leyeron publicaciones económicas en la segunda edición, 142.000 correspondieron a Dinero, lo que la ubica como la primera en éste género. Otros medios impresos perdieron en total 43.000 lectores.

Aunque la radio y la televisión mantienen su vigencia como medios masivos en la segunda medición, registraron una caída de más de 200.000 oyentes y de cerca de 400.000 televidentes. La masificación de este medio no permite ver claras diferencias; sin embargo, se destaca la significativa penetración en los adolescentes y la estandarización en los diferentes estratos socioeconómicos.

¿A quién pertenecen los medios de difusión?

Uno de los mayores problemas a que se enfrentan los medios de difusión en los últimos años, gira alrededor del tema la competencia decreciente y del control que de ellos ejerce un número relativamente pequeño de grupos e individuos.

Los mil setecientos cincuenta diarios que existen en nuestro país, se publican en mil cuatrocientos setenta ciudades y pueblos, pero sólo el cuatro por ciento de dichas ciudades cuentan con periódicos que pertenecen a diferentes propietarios y que compiten entre sí.

Las estaciones de radio y televisión, particularmente las mayores están afiliadas a algunas de las tres grandes redes. Son muchas las presiones que sobre los medios masivos ejerce la sociedad a través de las personas, grupos organizado y autoridades gubernamentales.

En la actualidad la televisión es el medio que predomina en la publicidad nacional; las periódicas, en cambio, tienen, por un amplio margen, la preferencia de los anunciantes locales, la radio se ha transformado, principalmente, en un medio para publicidad local.

A. CRITICAS Y OBJECIONES

Críticas relacionadas con la variedad

Ante tantas pruebas por lo que respecta al monopolio y control de los medios masivos, no puede conservarse a quienes alzan la voz, en son de protesta, contra los medios impresos y electrónicos.

El cargo más grave es que los periódicos se han convertido en “prensa de un solo partido” al expresar sus opiniones acerca de los candidatos políticos, también censurar que a los grupos minoritarios no se les de la oportunidad para que expongan sus puntos de vista, así como la falta de variedad en el material que ofrecen a los lectores, público y auditorio, formado por personas de distinto nivel cultural.

Todas estas quejas se resumen en una, que los medios de difusión han estandarizado su contenido y sus opiniones porque están concentrados en manos de unos cuantos grupos, todos ellos interesados en llegar a lo que consideran un común denominador, el público.

Críticas generales acerca de la calidad de contenido

Las críticas dirigidas a la calidad de su contenido se resumen en:

1. Excesiva importancia al factor ENTRETENIMIENTO, a costa del factor información.
2. Sensacionalismo, más que verdadera popularidad.
3. Interpretación insuficiente y renuncia a realizar la función de guía de opinión.

4. Falta de calidad como de cantidad en el contenido de los medios de difusión en las comunidades más pequeñas.

Las cinco condiciones que la sociedad exige a los medios de difusión:

1. La relación veraz, completa e inteligente de los acontecimientos del día, en un contexto que les de significado.
2. Un foro para el intercambio de comentario y crítica.
3. La proyección de una imagen representativa de los grupos que constituyen la sociedad.
4. Presentación y aclaración de las metas y valores de su sociedad.
5. Pleno acceso a la información del día.

Lo anterior considera a los órganos de la comunicación masiva como “instrumentos educativos” tal vez, el más poderoso de todos. Las imágenes creadas por los medios de difusión pueden ser útiles o perjudiciales para la formación de decisiones públicas, y valores de la sociedad.

La obligación de informar, va más allá de la mera relación de noticias del momento, o del simple entretenimiento, en el caso de revistas, libros, cine, radio, televisión.

¿En qué consiste la función de entretener?

Gran parte de las críticas enderezadas contra los medios de difusión se refieren al contenido de su material de entretenimiento: que si se le da énfasis excesivo a costa del material informativo; que si falta variedad en el material que se ofrece a lectores, espectadores y oyentes de distinto nivel cultural; que en gran parte, el contenido carece de fines sociales de importancia; que es de atraer al público basándose en relatos sensacionales o emocionantes.

Antes de proceder al examen de estos cargos, conviene conocer la naturaleza de la función de entretenimiento. Históricamente, los medios masivos que llevan al público información y opiniones, se han ocupado también de entretener a sus lectores, espectadores y oyentes. A la verdad, algunos de estos medios dedican la mayor parte de su tiempo y espacio al entretenimiento, dejando sólo una pequeña porción para la difusión de noticias y puntos de vista.

Hay otros, en particular los periódicos, donde predominan las funciones informativas y de opinión. El grado y calidad de lo que llamamos entretenimiento varían considerablemente, aún dentro de un mismo medio, de

acuerdo con el carácter de lo que se ofrece y los propósitos de quienes tienen a cargo su producción.

En ciertos casos, la meta consiste, primordialmente, en la satisfacción del placer estético, y la relación del auditorio es un sentimiento de placer: por ejemplo, el que experimenta con la lectura de buenas novelas o de buena poesía en libros y revistas, o la que nos proporciona una buena película, o escuchar música de nuestro gusto por la radio, presenciar un espectáculo de calidad en la pantalla de nuestro televisor, o la contemplación de buenas fotografías.

En otros casos, prevalece una definición más simple del entretenimiento: “divertir, interesar, distraer”. Lo anterior es cierto en el caso de gran parte de lo que ofrecen los medios impresos, el cine, la radio y la televisión, incluyendo aquellos en los que se trata de dar carácter de entretenimiento a la información y la opinión.

De hecho, mientras más ahondamos en nuestro examen de la relación entre entretenimiento, información y opinión más tenue nos parece la línea que los separa. El material que el ciudadano recibe por conducto de los medios impresos o electrónicos, y que a su juicio no tiene más fin que el de entretener, puede encerrar un mensaje social o político y estar estrechamente relacionado con los acontecimientos del día.

Y a la inversa, quienes dan noticias con frecuencia se valen de las técnicas de los amenizadores *-incertidumbre, cambio de ritmo, antagonismo, incongruencia-* a fin de dar realce a su información e influir en buen número de lectores y oyentes.

El examen del periódico diario nos permite apreciar que la definición “divertir, interesar, distraer”, puede aplicarse a muchos de los relatos informativos, en particular aquellos de interés humano que muchos redactores incluyen a fin de aligerar las pesadas noticias sobre temas políticos y económicos. Esas palabras se aplican directamente a la distribución de historietas, caricaturas, relatos de ficción y crucigramas que aparecen en casi todos los diarios.

La misma definición se aplica a las revistas en las que chistes y caricaturas, versos cómicos y ensayos satíricos aparecen dándose la mano con graves artículos sobre política; estas breves piezas de entretenimiento suelen insertarse a fin de hacer menos pesada la apariencia de los largos artículos, y ayudar al lector a leer las páginas de anuncios.

Y en los otros medios -cine, televisión, radio, libros- también encontramos esta superposición de la función de entretener y de las de informar y opinar, a veces intencional, a veces accidental.

Para comprender plenamente el doble papel de los medios de difusión, es necesario recordar que el hombre siempre está aprendiendo algo mientras está

despierto, aún cuando no se percate de ello. Esto es particularmente cierto cuando se le expone al contenido de los medios de difusión. Hasta cuando presencia una película de horror en un autocinema, está adquiriendo algún conocimiento o visión acerca del comportamiento humano, si no es que sólo se convence, de nueva cuenta, de que muchos de sus semejantes sienten tal deseo de escapar de la opaca realidad de la vida cotidiana, que están dispuestos a pagar por sentarse en la oscuridad para dejarse asustar por un monstruo de cartón que los mira desde una pantalla de lona.

El lector de periódico que para distraerse un poco, se pone a resolver un crucigrama, se encuentra aprendiendo palabras como *emú*, *ibis*, *ñu*, porque el dibujante del crucigrama no logró que el trazo le saliera derecho. El televidente ve y oye a un comentarista de noticias citar a un funcionario norteamericano y decir que la Unión Soviética lleva veinte años de retraso, en comparación con los Estados Unidos, en muchos aspectos materiales de la vida. Más tarde la reposición de una vieja película le permite apreciar cuánto han progresado.

Esta breve percepción, lograda mientras se cumple el propósito principal: pasar un rato divertido, le ayuda a comprender mejor la corriente histórica del siglo XX: la vieja película exhibida en la televisión da al espectador un cuadro visual de referencia que le permite juzgar la información dada en el noticiero.

B. CRITICAS AL CINE Y LA TELEVISION

De todos los medios masivos, el cine y su prima hermana, la televisión, son los que en mayor medida están dedicados a la función de entretener. En su gran mayoría, las películas tienen como propósito básico proporcionar el placer estético, o simplemente “divertir, interesar, distraer”.

Aún cuando el productor de una película trate de llevar un mensaje social, lo hace en forma narrativa, de modo que los espectadores que no logren absorber o apreciar su mensaje salgan del teatro, no obstante, convencidos de que el espectáculo valió el importe del boleto.

Muchas películas y muchos programas de televisión no tienen otra ambición que la de dar a los espectadores un momento de solaz, por medio de una comedia, un drama romántico o programas de misterio. Se trata de un propósito laudable, que requiere de gran habilidad técnica y narrativa para lograr el éxito.

Quienes condenan lo que el cine y la televisión ofrecen a su público, no atacan sino que, en su concepto, se dedica demasiado tiempo a este entretenimiento trivial, carente casi por completo de significado. Alegan que los estudios de cine y televisión deberían aplicar sus costosos servicios y conocimientos técnicos a temas de importancia social, con mayor frecuencia de la que hoy por hoy les dedican.

Cabe preguntarse, en cambio, si el público realmente desea más producciones “para adultos”, y de carácter provocativo. Muchos dirigentes de las industrias cinematográficas y de la televisión sostienen que su tarea primordial consiste en vender entretenimiento y no en dirigir una institución educativa. Citan los resultados de las encuestas realizadas entre los espectadores, que demuestran el éxito alcanzado por películas y programas de T.V. que los críticos han calificado de insustanciales.

Dadas las fuertes inversiones significa la producción de películas, estos proveedores de entretenimiento afirman que no pueden permitirse el lujo de dar al público películas que se ganen el aplauso de la crítica, pero que financieramente constituyen un fracaso por no atraer suficiente concurrencia. Desdichadamente, esa es la suerte que han corrido algunas de las mejores películas de Hollywood y la persona que invierte seis millones de dólares en la producción de una película, suele proteger su inversión procurando que el producto sea de un nivel cultural tal, que atraiga al gran público.

Cualquiera que sea la posición que adopte quien discute el problema del “nivel - edad” de la producción cinematográfica, existe ejemplos suficientes para contradecir este argumento. Cada año se producen unas cuantas películas cuyo éxito es prueba irrefutable de que una película puede ser de calidad, aguda, aún con significado social y, a pesar de todo ello, rendir cuantiosas ganancias.

Sin embargo, la historia de Hollywood demuestra que se han producido muy pocas películas que iguallen la calidad artística y el nivel estético aún de su primer filme, *Birth of a Nation*, de D. W. Griffith, a los posteriores éxitos de Chaplin, *The Gold Rush* (La fiebre del oro) y *Modern Times* (Tiempos modernos). Quienes buscan este nivel de calidad experimental y de logro estético, tienen que volverse a los productores europeos, que nos han dado películas tan aclamadas como *Roma, ciudad abierta*, y *Ladrones de bicicletas*. Directores de la talla del sueco Ingmar Bergman, los italianos Roberto Rossellini y Federico Fellini, el francés Jean Renoir, el británico Tony Richardson y el español Luis Buñuel, y han tenido gran efecto e influido poderosamente en la creación cinematográfica, y lo mismo puede decirse de los productores del Japón, India, México y Polonia. *La dulcita*, de Fellini, y *Tom Hones*, de Richardson, constituyen éxitos de taquilla en Estados Unidos, sin embargo, las películas extranjeras suelen exhibirse únicamente en las grandes ciudades, a pesar de que en todo el país es cada vez mayor el interés que se tienen por verlas.

En los últimos años, con la mira de contrarrestar los efectos que la televisión ha tenido para la taquilla de los cines, los productores norteamericanos han filmado películas espectaculares: de largo metraje, a colores, empleando los procesos de Panavisión y el sonido estereofónico, que hacen que el espectador casi se sienta rodeado por lo que ve y oye. Muchas de ellas han resultado espectáculos ruidosos, aburridos, casi sin sentido; un ejemplo de *Cleopatra*,

que sin embargo está recuperando los cincuenta millones de dólares invertidos en ella.

Otras, como El diario de Anna Frank, han constituido éxitos artísticos y fracasos de taquilla. Otras más -entre las que figuran los primeros viajes narrados para Cinerama, La vuelta al mundo en 80 días, Ben Hur y West Story- han tenido éxito tanto artístico como financiero. Ben Hur recuperó su inversión en las exhibiciones que se hicieron a altos precios y que mayores ingresos ha producido en la historia del cine, hecho que ha inducido a Hollywood a no abandonar las películas espectaculares. Pero también se han producido últimamente películas muy buenas, y mucho menos costosas, como Lilies of the Field: tan fina y aguda como Gigi hubo de exhibirse junto con una de vaqueros a fin de atraer al público.

La televisión ha sido motivo de críticas desde su nacimiento pero no fue sino hasta 1959 cuando el nuevo medio se vio envuelto en una extendida controversia. En ese año, la atención del público se concentró en el escándalo causado por las trampas que se descubrieron en los programas de acertijos y premios. Al mismo tiempo quienes ya criticaban el carácter insulso de los máximos programas de variedad y comedia, vieron con horror que las cadenas destinaban sus mejores horas a programas de “vaqueros”. El aumento de dramas de crimen y misterio añadió combustible al fuego de la controversia.

En rápido orden, se sucedieron investigaciones acerca de los programas de acertijos, de la dictadura ejercida por la publicidad en materia del contenido de los programas, y del volumen de crimen y violencia que se exhibirá en las pantallas de la nación.

C. CRITICAS QUE SE HACEN A LA PUBLICIDAD

La crítica a la publicidad toca muchos puntos. Veamos algunas de las censuras que con mayor frecuencia se le han hecho, y las respuestas dadas a cada una de ellas en las publicaciones especializadas:

1. La publicidad nos persuade y nos lleva a adquirir bienes y servicios que constituyen un lujo que no podemos permitirnos. En efecto, siempre está presente la persuasión, pero nunca se ejerce coacción; a cada uno de nosotros toca ejercer cierto dominio propio, y efectuar nuestras compras de acuerdo con nuestro buen criterio.
2. La publicidad se dirige principalmente a nuestras emociones, y no a nuestro intelecto. Dado que todos nosotros actuamos mayormente motivados por nuestras emociones, es natural que los publicistas apelen a ellas. También en este caso, el comprador cauto evitará el obvio “juego” con sus emociones.

3. La publicidad es parcial en sus juicios. También esto es natural: cada quien exhibe lo mejor de sí en todo lo que dice o hace. Pero, puesto que estamos al tanto de esta parcialidad, podemos dejar de lado los superlativos.
4. La publicidad pone en conflicto diferentes intereses. Pero, como actúa siempre con franqueza, y no solapadamente como ciertas formas de propaganda, podemos decir por nosotros mismos lo que mejor nos convenga.
5. La publicidad abusa de la repetición. Ello se debe, principalmente, a que el público constituye un desfile, y no una concentración de masas; siempre hay nuevos posibles consumidores a los que nunca ha llegado la información. Y lemas como "*it floats*", han vendido artículos con todo éxito durante generaciones.
6. gran parte del material publicitario es vulgar, indiscreto, irritante. En realidad, son unos cuantos los publicistas que demuestran mal gusto en sus anuncios. Pero los excesos de los menos perjudican el alto nivel de lo más. Y la naturaleza misma de la radio y la televisión, cuyos anuncios no son fáciles de evitar, es causa de buena parte de la imitación que producen; rara vez se oye esta queja en relación con la propaganda impresa, que es fácil de pasar por alto.

También se hacen otras críticas, dirigidas principalmente contra el papel de la publicidad, más que contra su contenido. Ciertos economistas, en particular aquellos que alimentan la visión de una sociedad planificada y centralizada, aducen que la publicidad es innecesaria y constituye un desperdicio que hace aumentar el costo de bienes y servicios.

Esto es verdad en algunos casos, cuando los productores usan la publicidad tontamente, o con el sólo propósito de mantener inflexible el elevado precio de su producto. Pero, como crítica general, puede refutarse afirmando que la publicidad sirve un propósito conveniente desde el punto de vista social: toda nuestra economía depende del rápido movimiento de las mercancías; la publicidad proporciona información que permite a los consumidores seleccionar sus compras, asegura la calidad uniforme de los productos, nos ahorra el tiempo en nuestras compras, contribuye a disminuir los precios por medio de la producción en serie y de las técnicas de venta en gran escala; mejora nuestro nivel de vida, pues nos educa en lo concerniente a nuevos productos, y sirve para fines culturales e intelectuales, así como otros de carácter puramente materialistas; por último, nos permite disfrutar de los medios de difusión por un gasto mínimo.

La publicidad es también objeto de crítica por parte de quienes temen que su vida misma sea dirigida por charlatanes sin escrúpulos, cuyo único propósito es vender productos e ideas, sin tomar en cuenta las consecuencias sociales que puedan tener. Estos críticos suelen ser intelectuales de ambos sexos, quienes

se resisten a ser clasificados como parte de la masa a la que se dirigen los medios de difusión.

Su ardiente deseo de pensar y actuar de acuerdo con su propia voluntad en un mundo cada vez más monolítico, los induce a atacar a la publicidad - "impersonal" por su naturaleza misma- cada que se presenta la ocasión, sin ponerse a pensar en las inevitables consecuencias de una sociedad en la que la publicidad se viera indebidamente sujeta.

Personas cuya opinión merece gran respeto, consideran que la publicidad está casi totalmente desprovista de ética. ¿Quién no ha leído *The Hucksters*, el libro de Frederic Wakeman que en 1946 fuera el máximo éxito de librería, o alguna de las numerosas novelas neopublicitarias a que dio lugar?, ¿Quién no recuerda los escándalos provocados a fines del decenio de los cincuenta por los programas de acertijos, que eran "arreglados", de lo que se culpó a los anunciantes y a la industria de la comunicación?.

La imagen del activo joven que circula por Madison Avenue elegantemente en el bolsillo la fuerte cuenta de gastos, no es precisamente algo que inspire confianza. Si tomamos en cuenta los tiempos pasados, con sus curanderos charlatanes, su publicidad extravagante y la doctrina de dejar que el comprador corra el riesgo, así como los alegatos de hoy acerca de la confusa publicidad que se hace a ciertas drogas, y los anuncios de cigarrillos que no previenen el

peligro que se corre al fumarlos; si tomamos todo esto en cuenta, repito, la lista de acusaciones resulta abrumadora.

Añádase a ésto la cuestión del mal gusto de las emisiones, la imitante manera como gritan quienes anuncian algunos productos, los llamados anuncios ofensivos y censurables, la manera cómo se atiborra de anuncios cada programa y la confusión y longitud de los créditos en el caso de algunos programas de televisión; no es de extrañar que tantas personas hayan emprendido la cruzada antipublicitaria. Según un crítico, *“la televisión es una serie de interrupciones carentes de gusto, e interminables”*. Otros afirman que *“la gente está harta de soportar los gritos, asaltos e insultos de los anunciantes”*.

La Comisión Federal de Comercio se ha convertido en el principal agente gubernamental que vigila la publicidad, habiendo entablado, en numerosas ocasiones, juicios *“correctivos”*. Grupos de senadores han llevado a cabo estudios acerca de la publicidad que se da a las drogas. La Comisión Federal de Comunicaciones ha amenazado con reducir la *“supercomercialización”* de radio y televisión, pero en general ha dependido de la Comisión de Comercio para actuar en contra del contenido de los anuncios. En total, más de veinte dependencias federales, incluyendo al Servicio de Ingresos Internos y a la Comisión de Valores y Cambios (*Securities & Exchange Commission*), han tomado medidas tendientes a reglamentar la publicidad.

En respuesta, la industria de la publicidad ha señalado su larga tradición de cooperación y autovigilancia, y se ha defendido aduciendo dos argumentos: que no es justo culpar a la publicidad en general por las faltas de unos cuantos, y que el gobierno *“no entiende de publicidad”*. Los grandes de la industria señalan que, así como hay médicos charlatanes, abogados picapleitos y comerciantes deshonestos, también hay publicistas carentes del sentido de responsabilidad social. Esta minoría sirve para difamar a una industria que, aislada y colectivamente, viene trabajando desde hace varias generaciones a fin de elevar su nivel.

En un artículo escrito para *Printer's Ink*, Morton J. Simón, abogado y escritor de Filadelfia, cita seis de las principales razones para la desfavorable opinión que el gobierno tiene actualmente de la publicidad:

1. La publicidad es una industria horizontal. Penetra en casi todas las industrias y servicios, de modo que todo ataque dirigido a cualquier industria, afecta siempre a la publicidad.
2. La publicidad representa muchísimo dinero. Se gastan en ella miles de millones anualmente, y algunas personas consideran que estos fondos no son gravables, y que, por tanto, escapan al gobierno.
3. La publicidad vive en casa de cristal. Por su misma naturaleza, no puede ocultar sus faltas.

4. La imagen del hombre elegante y sonriente está muy difundida. Muchos creen que los publicistas viven lujosa e ilegalmente, a base de cuentas de gastos deducibles del impuesto.
5. La publicidad no tiene protección constitucional. Dentro del gobierno, hay quienes creen que la publicidad está contaminada de sus fines comerciales y que, por tanto, no cae bajo la protección de la Enmienda Primera; a este respecto, su situación legal no ha sido claramente establecida.
6. La publicidad no suele hacer antesala. Al contrario de la mayor parte de los restantes segmentos de la economía, la publicidad nunca ha mantenido una camarilla en Washington.

La industria se da perfecta cuenta de las muchas críticas que se le hacen, pero insiste en que la censura y otras restricciones gubernamentales no son la respuesta adecuada. Afirma que sólo por medio de constantes presiones voluntarias, ejercidas por los publicistas mismos, y mediante el creciente desarrollo del sentido de responsabilidad social, se logrará, con el tiempo, reducir al mínimo los abusos.

IV. INFLUENCIA Y EFECTOS DE LOS MEDIOS MASIVOS

Las sociedades del mundo han buscado siempre la forma de mantenerse en contacto, cuál es entonces la mejor comunicación sino los diferentes medios

que el hombre ha creado para mantenerse unido, como la madre alimenta en su vientre a su hijo por medio del cordón umbilical; la televisión, la radio, la prensa, el teléfono, son medios masivos que nos permiten saber lo que está pasando al otro lado del mundo, pero ha sido inevitable que el hombre haga buen o mal uso de éstos, es así que se ha hecho un sin número de investigaciones y se ha especulado sobre la claridad de los efectos e influencia que éstos causan en la sociedad, es comprensible esta inquietud dada la cantidad de recursos que se invierten en la producción y distribución de los mismos.

Se ha visto la necesidad de especificar si los efectos e influencia se producen, a nivel individual, de grupo; de una institución, o de la cultura, por lo tanto, hay que observar y determinar el fenómeno de la convicción y la opinión a nivel individual y de grupo.

Un ejemplo claro de cómo los pueblos son influenciados por su contenido es la política, atrayendo adeptos para cambiar el proceso de una ideología hacia algunos dirigentes pensando en el bienestar, en sus beneficios personales. Son los medios de comunicación los que incluso han servido a la vida política para que haya una influencia en los individuos y temen cierta actitud ante el comportamiento electoral.

Los medios de comunicación se han dedicado a estudiar la «estructura económica» o el «contenido ideológico» de los medios, sin plantearse

mínimamente el verdadero sentido que debe tener como informante. Es posible que quienes sean los dueños de los medios de comunicación son los que tienen el poder político y económico que han reducido a los medios como simples mediadores entre los fuertes y el pueblo consumista; pues bien es cierto que los procesos económicos, políticos tienen el matiz de producción y consumo, es así que los medios masivos construyen su historia desde la cultura, pero teniendo en cuenta en el lado de su organización industrial y sus contenidos ideológicos, en el modo de apropiación para convertirse en voceros de la interpretación de los pueblos y sus dirigentes para convertirlos en pueblos hegemónicos logrando de esta manera convertir a los mismos en una unidad vivencial con las mismas características sociales.

En Colombia según la historia de la radio era un rompecabezas de regiones encerradas altamente en sí mismo «antes de la aparición y difusión nacional de la radio». Colombia podía llamarse antes de 1940 más un país de países que una nación, con el paso de la radiodifusión permitió vivenciar la unidad nacional invisible, una identidad «cultural» compartida simultáneamente por los costeños, los paisas, los pastusos, los santandereanos y los cachacos.

El poder de la persuasión que tienen los medios masivos es el de manipular al individuo utilizando como estrategias, el temor sobre ciertos aspectos, haciéndoles ver el peligro si no se utiliza ciertos productos, que induce al hombre a actuar de acuerdo a ciertas recomendaciones que de alguna forma pretende alejar de dicho peligro.

Claro está, que el cambio de hábitos o la utilización de nuevas modas pasajeras obedece también al estado de ánimo del sujeto, porque por ejemplo, la persona que tiene problemas de salud oral, sin lugar a dudas adquiere un nuevo producto en el mismo momento en que lo promocionen como la solución a su problema, de esa forma superaría la depresión en la que se encontraba por culpa de su problema de salud. De aquí se puede anotar el siguiente supuesto: «...cierto tipo de comunicación sobre cierta clase de problema, dirigida a cierta clase de persona, que se encuentra en ciertas condiciones, produce cierta clase de efectos»⁹.

Lo que hace prever, que desde el punto de vista sociológico del proceso de persuasión que de alguna forma es sugerido por consideraciones tales como las normas sociales, el papel que se desempeña en el trabajo, el proceso organizativo y las normas culturales entre otras; el ser humano desarrolla la

oportunidad de darle otra visión e interpretación al mensaje emitido, lo cual conlleva que se origine una reestructuración del contexto en el cual habita.

⁹ Ibid. Pág. 296.

V. HACIA UN MODELO INTEGRADO DE LOS EFECTOS CAUSADOS POR LOS MEDIOS DE MASAS.

Sobre los medios de comunicación de masas se han lanzado diferentes teorías tales como los paradigmas estructurales, la persuasión, y desde luego, la manipulación de los medios hacia el público, ya que el comportamiento del hombre no sólo depende de sus factores internos, sino que hay cierta influencia de algunos factores externos como la misma sociedad o la influencia de los medios de comunicación, quien luego de transmitir un mensaje lo que en el fondo se pretende es que el individuo adopte una nueva forma de identificarse, porque ya está demostrado que en la llegada de un nuevo elemento de comunicación, éste se convierte en el boom del momento y todos lo quisieran tener, trayendo consigo mismo una transformación hacia las normas y condiciones de vida que se lleva actualmente.

Pero la existencia de los medios ha permitido que el hombre se percate de todo lo que acontece en el entorno, de no existir estos medios, el hombre ignora la realidad y si la ignora, no tiene repercusión sobre sí mismo, porque pareciera que lo único que existe es él y así mismo es el único que actúa.

Gracias a los medios de comunicación, el hombre ha podido desarrollar una capacidad de transformarse y transformar el medio en donde vive, y en el momento mismo en que la transforma, satisface la necesidad del desarrollo y cambio de hábitos en su vida.

A. LA INTERDEPENDENCIA DE LOS MEDIOS

Si una de las características del ser humano, es la de vivir organizados dentro de una comunidad, no se puede dejar a un lado la dependencia que tenemos frente al fenómeno de la comunicación, porque no se puede ocultar que dependemos de éstas para evitar vivir aislados, y así mismo, éstos dependen del hombre para darle continuidad a su existencia, de no ser así, los medios de comunicación tienden a desaparecer.

Gracias al trabajo del hombre se ha ido perfeccionando e ideando nuevas formas y modelos que permiten la comunicación. La comunicación es la responsable de activar los sistemas sociales de una comunidad. Estos sistemas son de carácter económico que de alguna forma muestra un análisis de la producción.

También actúa frente a los sistemas políticos que permite que el hombre adopte nuevas formas de organización y de orden social que hace que se gasten nuevas ideologías y formas de convivencia, inculcando valores como una forma de mantener la unidad familiar y de paso no se puede destacar el impulso de actividades recreativas como un acto indispensable del ser humano. Por tal razón la utilización de medios se hace tan necesaria, que puede ocasionar efectos (negativos o positivos); en esta oportunidad se hará referencia sobre algunos de ellos.

«De hecho, proponemos que la naturaleza de la relación tripartita, público - medios- sociedad, es la que en forma más directa determina muchos de los efectos de los medios que ejercen sobre la persona y la sociedad»¹⁰

De esta forma se puede analizar cómo los integrantes del público dependen del sistema de medios para satisfacer sus objetivos, por ejemplo, la necesidad de interpretar el entorno, la necesidad de actuar de una manera significativa, la necesidad de jugar o por una simple necesidad expresiva o de fuga frente a los problemas cotidianos, y otros.

B. EFECTOS COGNITIVOS

Dentro del aspecto cognitivo, se puede caer en el peligro de la ambigüedad que a su vez se la puede catalogar como un efecto de alteración cognitiva. En

el momento, en el que el individuo recibe una información se puede caer en el problema de la ambigüedad, porque cuando el hombre desconoce la realidad, se puede llegar a una doble interpretación desconociendo así mismo la verdadera intención de la comunicación.

La realidad del contexto varía de un rato a otro, lo que hoy fue una información, mañana ha cambiado esa realidad y aunque el hombre se haya enterado de

¹⁰ Ibid. Pág. 319.

aquel suceso es posible que ignore su interpretación obligando al hombre a buscar mayor información para superar esa ambigüedad. Fuera de la ambigüedad también se presenta la información de actitudes, pues, gracias a los medios de comunicación y a las campañas emitidas en ellos, el hombre ha desarrollado una nueva conciencia frente a sus actos.

Otro efecto cognitivo es la fijación de agenda, frente a ésta se puede afirmar que el hombre debe saber administrar el tiempo para saber fijar su interés en algo, pues, los temas son elegidos por quienes manejan los medios para su presentación al público y éste es el que elige según su interés frente a esa información, por lo tanto ignora organizar los horarios adecuados que le permitan evacuar esa actividad.

Por último, dentro de los efectos cognitivos aparece la ampliación, que sin lugar a dudas no se puede descartar y que a pesar de algunos efectos negativos, la información permite ampliar el radio de acción frente al conocimiento. Gracias a esos medios se puede conocer otras esferas del universo; en otras palabras, significa que los medios me permite ampliar mis conocimientos.

El hombre tiene la posibilidad de asimilar rápidamente, otras culturas, se contagia frente a otros hábitos permitiendo que actúe de forma diferente.

C. EFECTOS AFECTIVOS

Se refiere a las diferentes categorías de sentimiento y emociones que presenta el ser humano según algunas circunstancias. La naturaleza humana permite que el hombre desarrolle una sensibilidad que lo lleve a apreciar o rechazar ciertas cosas, así mismo puede mostrar amor u odio, valor o temor y otros tipos de características emocionales.

Frente a esa posibilidad de sentimientos, se puede afirmar que el hombre ha sido influenciado por los medios de comunicación y frente a determinado tipo de mensajes puede reaccionar de una u otra manera. En la parte afectiva el hombre ha desarrollado un estado de ansiedad y miedo que puede ser producto de factores externos como la imagen que se puede tener de un sitio o de una actividad determinada.

Fuera de estos estados, también aparece la moral y la alineación que son el producto de una conducta del grupo, o dicho de otra forma, son producto de un bienestar colectivo generando como consecuencia un aumento o un descenso en la moral.

D. EFECTOS SOBRE LA CONDUCTA

Dentro de los cambios de actitud se puede considerar a la activación y a la desactivación como factores más notorios del comportamiento; la primera

obedece a ese tipo de actos que el ser humano desarrolla como consecuencia de un tipo de mensaje, en otras palabras se activa el deseo de adoptar otro tipo del comportamiento.

Mientras que la segunda se refiere a lo que la gente haría normalmente pero no lo hace a causa de los mensajes de los medios como por ejemplo, está el temor a irse en contra de un mensaje de prevención. Temor que en el hombre hace que se vea obligado a quedarse quieto, ejemplo. No conducir embriagado, es un mensaje que corta el deseo de ingerir licor sabiendo que tiene que conducir.

E. EFECTOS EMOCIONALES

«La televisión puede producir respuestas emocionales tenues y exacerbadas en los espectadores. Dichas respuestas pueden ser reacciones inmediatas al contenido específico de los programas. Por otra parte se han observado relaciones a largo plazo entre las exposiciones a la violencia televisiva y el cultivo del temor a la victimización personal»¹¹.

Los programas transmitidos por televisión están equipados de contenidos violentos que despiertan en el televidente la agresividad, entre otros citamos: Dragón Ball Z, Bar Simpson, Pataclauum, Poquemón, El Chavo, El Zorro, los Superamigos, Shina la Princesa Guerrera, el Auto Fantástico, Popeye, Pauer

¹¹ BRYANT, Jenninos, y ZILPMANN, Dolf. Los efectos de los medios de comunicación y teoría. Pág. 253.

Ranyer, Tom y Jerry, Animoniaux, Diyimon, Rugrats, los Tagnituns, Piqui y Cerebro Batman, Cuaqu Pac, Superman, Degon Teils . Estos programas centran su atención en personajes con características violentas que no transmite ningún tipo de mensaje educativo, cabe destacar que los medios masivos de comunicación son manejados por un grupo económico dominante, los que tienen intereses económicos y buscan captar audiencia para mantener su reiting sin importar la calidad del programa.

«Las películas de terror pueden causar terribles pesadillas al público sobre todo cuando se les ha expuesto a un contenido que no podían comprender» ¹².

Los padres de familia, dadas las múltiples necesidades económicas se ven obligados a trabajar dejando su labor de educar al televisor, el que es tomado como entretenimiento. Programas de televisión escalofrío, le temes a la oscuridad, Fredy Cruger, generan en el público más sensible como el niño y adolescente, comportamientos de inseguridad frente a lo desconocido, búsqueda de personajes que ahuyenten su soledad, pero no se pone en evidencia la carencia educativa, la falta de diálogo para comprender los contenidos televisivos, esto deja y levanta un muro insalvable con los hijos. Queda expuesto que los medios masivos de comunicación producen en el público sensaciones de miedo y agresividad.

F. EFECTOS EN EL COMPORTAMIENTO

El ser humano por su naturaleza social requiere convivir con otras personas; las relaciones con otras personas proporcionan momentos indispensables de conocimiento y satisfacción al enfrentarse con la violencia televisiva, la que actúa a través de diversos mecanismos del individuo responde de diferentes maneras, así: puede descargar impulsos de agresividad acumulados si se deja absorber por eventos violentos, puede responder en términos de ira y responder agresivamente en una situación en la que alguien le causa dicho sentimiento.

La violencia televisiva de manera intensiva puede acostumbrar al joven de manera creciente si lo hace de forma intensiva, es decir que el joven no se va a sentir indispuesto ante lo que observa en televisión o en la vida real, adoptando una actitud de conformismo e indiferencia ante los problemas familiares, escolares, regionales y nacionales.

«La hipótesis postulado, por ejemplo que los niños y jóvenes pueden aprender que la violencia es un modo útil y adecuado para superar los propios problemas. Alternativamente, los espectadores muy jóvenes pueden copiar el comportamiento de sus héroes a fin de parecerse más a ellos a través de un proceso psicológico conocido como identificación»¹³, pero entre más auténtica sea la persona, sin sometimiento ni dominación y teniendo presente sus propios

¹² Ibid. Pág. 254.

¹³ Ibid. Pág. 230

sentimientos sin presentar una fachada, tendrá voluntad de ser y expresar a través de sus palabras y conducta, los diversos sentimientos y actitudes que existen en ellos.

G. VIOLENCIA TELEVISIVA

Se dice que los colombianos somos violentos por naturaleza, si miramos a nuestro alrededor encontramos caras disgustadas, insatisfechas las que están a la expectativa, para responder con agresividad. Si vamos en auto y no pasa el semáforo que cambia, miles de pitos reaccionarán violentamente, te observarán con desprecio y no es de sorprenderse que te gritarán con groserías ridiculizándote.

¿La violencia televisiva será potencialmente nociva? ¿Por qué aporta modelos de comportamiento agresivo que puede ser comparados por los espectadores?.

«Un número de estudios diseñados especialmente para investigar la relación entre la violencia televisiva y el comportamiento agresivo ha señalado que los espectadores jóvenes de tendencia más agresiva consumen o dicen haber preferido una programación de contenido más violento» ¹⁴

¹⁴ Ibid. Pág. 269

«Los espectadores que se identifican con los actores pueden imaginarse así mismo de forma muy vivida sustituyéndola y se ven así mismo ejecutando las acciones descritas en la pantalla»¹⁵.

Los adolescentes desean descubrir lo que pueden hacer para sentirse orgullosos de sus logros, defienden sus valores y se oponen a lo que quieren imponerle los adultos; sienten la necesidad de escapar y se refugia en sus propias fantasías. Además buscan aceptación en su grupo de amigos lo que lo logran con la imitación de personajes como Shakira, Rambo, los imitan en su ropa, en sus peinados, en con lo que se integran a su grupo de amigos sus héroes y modelos son comunes así como buscan un vocabulario que los identifique.

¹⁵ Ibid. Pág. 80

5. METODOLOGIA

5.1 TIPO DE INVESTIGACION

CUALITATIVA DESCRIPTIVA

Es cualitativa descriptiva, tiene como característica referirse a un suceso complejo, que fue descrito con el apoyo de la entrevista semiestructurada, permitiendo revitalizar esta tarea investigativa, a medida que se recogió la información; las interpretaciones parciales, permitieron ampliar los objetivos originales, buscar nuevos informantes y hacer nuevas preguntas para lograr identificar la relación que pueden tener o no los medios masivos de comunicación (televisión y radio) en las manifestaciones comportamentales de los adolescentes entre 14 y 16 años, de los colegios Técnico Agropecuario Etnopedagógico «Cumbe» (Cumbal) y Carlos Albornoz de Ancuya.

TECNICAS E INSTRUMENTOS

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron:

- La entrevista de los Colegios Técnico Agropecuario Etnopedagógico «Cumbe» (Municipio de Cumbal) y Colegio Mixto Carlos Albornoz de Ancuya.

Esta técnica fue el soporte que permitió hacer un análisis de la información, determinando si la radio y la televisión tienen relación con el comportamiento de los adolescentes.

5.2 POBLACION

5.2.1 Unidad de análisis.

Estuvo constituida por 84 estudiantes de 14 - 16 años del Colegio Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y 60 estudiantes del Colegio Técnico Agropecuario Etnopedagógico «Cumbe» (Municipio de Cumbal).

5.2.2 Unidad de Trabajo

Se tomo muestras aleatoriamente de grupos focales a estudiantes de los grados nueve, diez, once, entre las edades de 14 a 16 años; a quienes se les aplicó los instrumentos por el sistema de saturación de información.

6. ANALISIS DE RESULTADOS

6.1 INFLUENCIA DE LA RADIO Y TELEVISION

6.1.1 TELEVISION

6.1.1.1 Tiempo dedicado a mirar televisión

Los adolescentes entre 14 y 16 años que estudian en los Colegios Carlos Albornoz de Ancuya y el Colegio Técnico Agropecuario Cumbe; manifiestan haber acogido el televisor como el instrumento que le sirve como un espacio de esparcimiento, al mismo tiempo que se informan de una amplia gama de contenidos.

Los jóvenes cada vez pasan más tiempo frente al televisor, una vez terminado su jornada de estudio; lo más relajante para ellos es mirar la televisión; convirtiéndose ésta en el medio de comunicación que posibilita la apertura a probables formas de combinar sus actividades diarias con un rato de ocio.

Según los entrevistados del Colegio Carlos Albornoz de Ancuya dedican un promedio de cuatro horas diarias de su tiempo para recibir una información que entretiene y divierte según la necesidad del joven.

- “Yo miro programas de corte infantil un rato en la tarde en un horario de 1:00 a 4:00 p.m., y así mismo en la noche, las telenovelas en un horario entre 8 y 10 de la noche”.

- “A mí me gusta ver televisión en la noche, porque en la tarde me voy con mis amigos al parque”.

Tradicionalmente el joven Ancuyano gracias a su idiosincrasia suele repartir su tiempo extraescolar en espacios que les permitan hacer una actividad específica: reunirse con sus compañeros, hacer deporte y trabajos de biblioteca, entre otros. En ocasiones prefieren un horario vespertino para mirar televisión y según la oportunidad ésta actividad la prolongan hasta buena parte

de la noche, manifestando que sus labores escolares ya están cumplidas, porque se presenta a ésta hora una franja de programas que son de su agrado porque en ellos se reflejan algunas de sus vivencias o les permite identificar en ellos todo un rol juvenil que hace parte de su vida misma.

“Me gusta mirar televisión sobre todo en la noche porque los programas son vacanos y su contenido es como lo que sucede en mi vida y además me permite compartir estos programas con mi familia”.

En el Colegio Técnico Agropecuario Cumbe (Municipio de Cumbal) los jóvenes dedican un promedio de dos horas a ver cualquier tipo de programas porque generalmente lo hacen en las noches dedicados a mirar algunas novelas, con algunas excepciones se inclinan por programas específicos sin tener en cuenta el tiempo.

“yo miro televisión, unas dos horas en la noche, porque tengo que repartir mi tiempo en ayudar a arriar las vacas y en hacer mis deberes escolares, así es que es muy poco el tiempo que dedico a mirar televisión...”, “...Veo televisión dependiendo del programa que estén presentando en la noche porque llego muy tarde del colegio; gasto dos horas caminando y además ayudo en las cosas de la casa”.

El adolescente Cumbe por sus condiciones específicas de su cultura, e identidad indígena; el legado cultural de sus padres dedican su tiempo libre a

los quehaceres del campo. En otros casos debido a la distancia del colegio a su casa quita gran parte de su tiempo, por lo cual no tienen tiempo para mirar televisión; la obligación de las tareas diarias implica en el adolescente ocupar otra parte de su tiempo.

“yo casi no miro televisión porque antes de salir al colegio tengo que dejar sacando la leche y cuando vengo del colegio tengo que apartar terneros y a veces echar tierra a las papas; llego cansado a la casa y por eso casi no veo televisión...”.

Así mismo hay jóvenes que como espectadores de la televisión pasan entre una hora y dos horas diarias porque dicen tener preferencia por otro tipo de actividades como el estudio o encuentran más diversión en juegos de azar, el deporte y hasta las mismas manifestaciones de noviazgo son más importantes para ellos; sostienen que estas dos horas están divididas en lapsos de 15 y 30 minutos según el contenido de la programación y por lo general lo hacen en horas nocturnas.

- “Yo casi no miro televisión o miro por ratos, mejor me dedico a jugar o estar con mi novia...”

Pero si tenemos en cuenta nuestra particular forma de distribuir el tiempo no faltan los individuos que como casos excepcionales han desarrollado una forma casi adictiva de permanecer frente a la pantalla chica, manifestando que entre

siete y ocho horas diarias o más, es la afición que han desarrollado por la televisión.

- “Veo televisión, desde que llego del colegio, como mirando televisión, me gusta hacer las tareas con el televisor prendido, me veo todos los programas que pasan por RCN y CARACOL, hasta las 12 de la noche, que es cuando me quedo dormido”.

- “Veo televisión en la mañana, 4 ½ a 6 a.m., en la tarde de 3 a 6 p.m., me gusta mucho mirar televisión porque es un medio de distracción.

Raras excepciones que desde pequeños en sus casas les crearon éste hábito y por ende se han convertido en asiduos televidentes. Estos hábitos como ellos lo manifiestan puede ser el producto de las pautas de crianza o como consecuencia de tomar la televisión como el medio para entretener y mantenerlos quietos cuando eran niños.

Para ellos toda la programación es muy buena y tiene sentido sin preveer que no han podido desarrollar una conciencia crítica que les permita la selección de contenidos específicos.

“...me gusta ver la televisión porque pasan películas muy cheveres y también veo programas de deportes porque soy muy bueno para el fútbol y quiero ser un gran deportista y por eso no me pierdo ningún programa de deportes...”

6.1.1.2 Programas de televisión preferidos

Los jóvenes de ambos colegios clasifican los programas de la televisión de acuerdo a sus necesidades y al mensaje televisivo, por ejemplo, la tendencia de la mayoría de los adolescentes es por los canales RCN y CARACOL; es importante reconocer que a los jóvenes nadie les impone ver determinado programa, son ellos quienes eligen libremente los programas ofrecidos por la T.V.; de ahí que otros adolescentes dejan a un lado la televisión para dedicar su tiempo a programas recreativos, informativos.

“...los programas con los que disfruto son los que me dejan muchas enseñanzas y me sirven para la vida...”, “...Me gusta mirar programas que distraigan la mente, que tengan una visión formadora...”.

- “Me gusta los programas que dejan enseñanza por todos los problemas que estamos pasando; miro reportaje al misterio, este es mi caso, así es la vida, programas de farándula y novelas”.

Los adolescentes tienen centrada su atención en la amplia y variada programación que ofrece la televisión y han dejado notar su preferencia por programas en cuyos contenidos les permite identificarse con personajes que por su trama viven una serie de situaciones que pueden ser el reflejo de sus vivencias juveniles; siendo las telenovelas los programas que les ofrece el contenido que el adolescente quiere.

Fuera de las telenovelas no se puede descartar algunos seriados nacionales que son la cruda realidad que circunda las fronteras del territorio nacional. Sin embargo, no son solamente preferidos éstos programas, por cuanto algunas series extranjeras han ganado un amplio espacio en la sintonía de los jóvenes. No se puede dejar de citar gran parte de la variada programación musical que les entretiene y les anima en sus actividades.

Según el resultado de la entrevista, los adolescentes de los colegios Carlos Albornoz y Técnico Agropecuario “Cumbe”, en su gran mayoría se inclinan por telenovelas o seriados de contenido muy juvenil como: padres e hijos, que por sus argumentos los jóvenes ven en él toda una vida reflejada en los personajes que protagonizan la trama de esa serie.

Según ellos éste programa es el de más alta sintonía, porque ahí encuentran una serie de situaciones cotidianas extraídas de las vivencias de la familia colombiana. Los actores que protagonizan este contenido atraviesan por toda clase de situaciones como momentos de paz y sosiego, pasando por escenas que reflejan armonía y tranquilidad hasta los más insignificantes o a veces los más profundos problemas derivados de la situación económica, social y afectiva que cualquier familia las puede vivir.

- “...Mis programas favoritos son los que me dejan enseñanzas para la vida, por eso no me pierdo el programa de padres e hijos”.

“...Cuando llego del colegio, mi mamá me sirve la comida y aprovecho para ver padres e hijos, porque es un programa que nos enseña los problemas que pasan en los hogares”.

En esta trama el adolescente aprende que en la vida real los problemas no son el fin del mundo ni la frustración de las personas, manifiestan que en la serie, en la vida real se puede canalizar los problemas y sacar de él el mayor provecho para fomentar de alguna manera una sana convivencia entre los miembros de la familia y el resto de la sociedad.

De otra parte hay quienes optan por asimilar el contenido del programa desde otro punto de vista. A este tipo de tramas y argumentos les buscan el lado opuesto para lo que supuestamente fueron creados; quizá la intención de los productores es de que la familia colombiana encuentre en ellos una forma de asumir responsabilidades frente a las situaciones problemáticas, pero como se sustentó anteriormente, no falta el adolescente que caiga en la trampa del consumismo, y retome de estos programas aquellos mensajes que los puede inducir por el facilismo, o también aprende a asumir un rol que no les corresponde, pero que por el afán de identificarse con su grupo no tiene ninguna dificultad en apropiarse de ellos; tal es el caso de la rebeldía, algunas conductas diferentes o en algún caso la tentación de experimentar con situaciones no apropiadas para ellos, puesto que no están preparados. Un corte de cabello, una forma de tratar a sus mayores o a sus padres y hasta la

decisión o arranque para decidirse por algo, entre otras pueden ser el reflejo en estos jóvenes modernos.

“... me gustan novelas, películas, dibujos animados y seriados como padres e hijos. Son programas de nosotros los adolescentes que nos ayudan a tener una mejor experiencia para la solución de problemas...”

En igual escala de sintonía aparece un seriado de corte infantil como es el caso de los dibujos animados como los simpson, que con la gracia de su figura y su particular forma de actuar han causado un alto grado de preferencia. Estos simpáticos personajes se desenvuelven en un espacio que oscila entre lo tradicional y lo moderno.

La forma de actuar de los padres (Homero), y el personaje que representa la esposa (March) de esta singular familia, muestra la férrea disciplina que se asemeja a cualquiera de las familias tradicionales de nuestra cultura.

“Veo los Simpson porque son diferentes a todos los dibujos animados, son ingeniosos, Bart es travieso, hace cosas atrevidas, no le interesa lo que la gente piensa; Lissa es inteligente, lucha por hacer las cosas en bien de la gente.

Las travesuras de sus hijos es el reflejo de un niño en plena etapa de su desarrollo; su curiosidad, sus ocurrencias, sus juegos, las tareas y responsabilidades tienen una estrecha relación con la cotidianidad y la

hiperactividad de los niños(as) de hoy, toda esta trama combinada con un toque de humor es la que permite que el joven se vea encarnado en uno de estos personajes.

Frente a este tipo de programas, los jóvenes toman para sí esa forma de actuar de los personajes; tal vez sin medir consecuencias o en otros casos la sagacidad y la mentira pueden ser la solución a los problemas en el que se hallen involucrados, porque sin importar nada la idea es salir bien librado delante de la profesora o los padres de familia y la misma sociedad; dejando preveer que sin un cuidado o una orientación adecuada, este tipo de actos permite que los adolescentes se pueden engañar a sí mismos y a los demás, dejando como consecuencia un libertinaje que puede conducir a la distorsión de valores.

“...me gusta mirar programas de muñequitos, principalmente los simpson, porque Bart es genial para mentir...”.

La otra cara del programa es sin duda el desarrollo de algunos valores como la afectividad de los padres Homero y March brindan a sus hijos, y ellos en procura de mantener una estabilidad en su convivencia familiar la acogen para ganar con sus actos la confianza de sus padres.

Este tipo de situaciones permiten al joven hacer una reflexión que le sirven para imitar algunos modales y aspectos positivos que pueden acercar a través del

dialogo, o en otro caso aprender a actuar con prudencia para no verse involucrado con problemas que desemboquen en castigos y represiones.

- "Los Simpson me parece un programa bueno para ver en familia, porque Homero y March Simpson son los padres geniales quienes siempre llegan a la conclusión de que los problemas por difíciles que sean no se arreglan con violencia, sino con el dialogo, la comprensión y el cariño de todos".

Una minoría de televidentes manifiestan su tendencia por la telenovela Francisco el Matemático, de contenido juvenil que identifica a los adolescentes; en su trama se encuentra todo un arsenal de contenidos cotidianos que representan todas sus vivencias y locuras de la etapa estudiantil, en la que han aprendido ha ganar experiencia tanto en lo académico como en lo afectivo.

Los personajes de ésta serie representan las manifestaciones de amor en las que se vive en la etapa estudiantil y cómo se desarrolla día a día con sus conflictos y aciertos en sus vivencias de enamoramiento. Deja ver el amor platónico que nace de un estudiante hacia su profesor(a) o aquel amor prohibido que por su condición hace que el adolescente adopte una actitud conflictiva, dando paso a una lucha interna; reflejándose más adelante en actos de rebeldía en los espacios en los que se desenvuelve su familia, su colegio y su barrio.

En este programa los adolescentes dicen: “que es muy vacano porque de los personajes se aprende la tenacidad y el poder que tienen para rescatar unos principios democráticos que en el colegio están en el olvido, o también se aprende a luchar por sus derechos...”.

Esta reflexión abre la posibilidad de mirar el significado del concepto de escuela; hoy en día aparentemente la escuela se ha convertido en sitio limitado donde se imponen los viejos paradigmas tradicionales.

El adolescente del colegio “Cumbe” y “Albornociano”, manifiestan además que éste programa despierta en ellos el buscar nuevos horizontes para hacer valer sus condiciones en procura de una formación más humana e integral. Los personajes que protagonizan ésta serie muestran toda su capacidad para hacer libremente todo lo que se proponen.

Así como se involucran en problemas, al instante se reivindicán con su colegio, liderando actos de orden cultural, académico o deportivo, demostrando siempre que son seres humanos capaces de llegar a donde ni siquiera el docente se imagina. Así mismo el adolescente del colegio Cumbe y Carlos Albornoz, se identifica con esas vivencias y actúa en torno a sus propios intereses.: “... me gusta ese programa porque habla de los jóvenes y deja alguna enseñanza, buscar nuevas amistades, no meterse con las drogas...”.

Entre otras preferencias por telenovelas manifestada por una gran mayoría de adolescentes es: Pedro el escamoso, puede ser que su pinta no sea la mejor, que la moda le sea esquiva, que sea el mentiroso, el que se mete en los líos por confiado; pero en el fondo éste personaje saldrá siempre ganancioso, su astucia y sagacidad le permiten alcanzar lo que se propone hasta que su jefe sea la novia.

Este personaje hace que haya quienes se identifiquen con él por su condición de mentiroso, el que cree que se las sabe todas, el mujeriego y hasta el buen samaritano. A esta novela se le agrega lo jocoso de la música y la danza para que cause mayor impacto a los televidentes; de ahí se ve el baile el pirulino, baile de moda representado en los actos culturales programados por las instituciones educativas.

"... imito el baile de Pedro el escamoso porque es vacano, y a mi novia le encanta como yo bailo..."

Este personaje se ha convertido en el modelo de la astucia y la sagacidad del adolescente de hoy, buscando llamar la atención; en el colegio Albornociano los jóvenes llevan el peinado y hasta la forma singular de caminar.

"...profe; me estoy dejando crecer el cabello para estar in, como Pedro el escamoso, y casi todos sabemos los pasos del baile el pirulino..."

Otros seriados como: Pandillas Guerra y Paz, Así es la vida, Siguiendo el rastro, reportaje al misterio, unidad investigativa; son atractivos para los adolescentes por su contenido informativo, y los coloca en alerta ante los problemas sociales actuales como son la drogadicción, la prostitución, pandillismo, violencia familiar. Despierta en ellos una conciencia social en busca de una vida más digna para lograr una sociedad justa, donde sea posible una verdadera convivencia en Paz.

“...me gusta programas como así es la vida, siguiendo el rastro, porque nos dejan muchas enseñanzas que nos sirven para la vida y para no involucrarnos en dificultades que nos pueden llevar a la muerte...”

Estos programas de contenido problemático, que se refleja en la cotidianidad del ser humano y porque son de contenidos más reales y profundos; son los que los adolescentes miran con mayor gusto, porque les permite reflexionar frente a los riesgos y a la destrucción de valores de la sociedad y hace ver la necesidad del cambio a una mejor formación integral, donde haya principios éticos y morales.

Casos muy aislados manifiestan su gusto por programas informativos, culturales o de contenidos significativos tal como la programación que ofrece Discovery Chanel; la programación deportiva que aparte de entretener, aporta conocimientos formativos.

Vemos que los adolescentes de los colegios Cumbe y Albornocino se vuelven una víctima más del consumismo de la línea de ropa deportiva o quizá de los zapatos de marca, el color del uniforme y hasta llevar los mismos nombres de su equipo de preferencia.

“Mi equipo favorito es el Atlético Nacional. El jugador que más admiro es Oscar Córdoba por su facilidad en el dominio del balón, por su precisión al colocar los pases y por su personalidad, entre otros aspectos”.

Los programas deportivos están encaminados a la lucha sin tregua, al poder por el poder; dadas las características del adolescente impulsivo, retador. Busca personajes de los que puede aprender habilidades, destrezas, estrategias deportivas; pero que por falta de disciplina, orientación y apoyo económico, el mismo abandono territorial no logran satisfacer sus propias ambiciones.

6.1.1.3 Palabras que incorporan al lenguaje

Los adolescentes tienen la imperiosa necesidad de reconocerse a sí mismos y agradar a otros, por eso adoptan en su lenguaje aquellas palabras que los identifica en su rol social. Los jóvenes han sido fusilados por una amplia gama de información, procedente de la cajita mágica y la tecnología satelital en comunicación puesta al servicio de la humanidad.

Puede ser que falte otro elemento básico en el hogar, pero no puede faltar el televisor; de ahí que la mayoría de los jóvenes entrevistados respondieron que dedica un tiempo considerable de 2 a 4 horas diarias a mirar televisión; casi sin darse cuenta han adoptado algunos elementos de otras culturas y las han interiorizado como si se tratara, o como si hicieran parte del desarrollo innato de su formación.

Fuera de las formas de vestir, llevar su cabello a la moda, o llevar otro tipo de accesorios, tatuajes, entre otros; los adolescentes han incorporado un lenguaje no muy apropiado para aquellas personas que pertenecen a otra generación, pero para el adolescente son muy comunes y de su uso diario, de tal forma que hoy por hoy el joven que no hace uso de las palabras de moda, no es aceptado por su grupo de amigos.

Por lo tanto no han tenido dificultad en retomar extranjerismos o palabras de otro origen para poder comunicarse sin importar que muchos no entiendan su verdadero significado. Así por ejemplo, los adolescentes del Colegio Técnico Cumbe han incorporado a su lenguaje palabras como:

Okey

Yes

Vacano

Todo play

Parce

Mano

Man

Cursi

Qué oso

Qué honda

Parcero

Qué hubo

Se embobo

Que seba

Pollo

Sardino

Chamaco

Mi lanza, ñerito

Bye

Mosca, biyuyo

Money

Aut

In

Cache

Pillar

Me la veló

Todo play

Profes

Gomelo

Pantallero
Chicanero
Intenso
Pailas
Porfis
Café con leche

Todas estas palabras incorporadas al lenguaje del adolescente Cumbe, son tomadas de diferentes programas de televisión como por ejemplo las novelas Pedro el escamoso, seriado Padres e Hijos, Así es la vida, Siguiendo el rastro, Pandillas guerra y paz, Unidad Investigativa, y otros.

“... Las palabras que utilizamos nosotros los jóvenes son parce, parcero, okey, mano, qué honda; y las escuché en el programa de televisión Pandillas guerra y paz, y Francisco el matemático...”

En el Colegio Técnico Carlos Albornoz utilizan palabras como:

Naranjas
Parche
Pilche
Picón
Mi bebe
Kool

En la torre

Chavo

Pirobo

Bochorno

Boleta

Qué cursi

Cayetano

Sisas

Mamón

Me la velo

Pillar

Profes

Estos vocablos hacen parte de la jerga cotidiana del adolescente; popularizándolas de forma que de algún modo todos terminamos aceptando, dándoles la significación que se adecue al contexto en el cual gira un diálogo.

6.1.1.4 Personajes que imita de la televisión

El adolescente por sus características especiales respecto a otras edades, tiene ya la posibilidad de elegir entre un buen número de opciones, siempre buscando independencia e identidad; pero los medios de comunicación de alguna forma absorben a su público, y terminan identificándose con algún personaje: Pedro el escamoso (Miguel Varoni), Shakira, Thalía, Jean Cloud Ban

Dame, Cristina Aguilera, Manolo Cardona, Diego Cadavid, Diana y Jacques, Carla Giraldo (Francisco el matemático), Andrés Suarez (Juan Joyita), Ana Victoria Beltran (Padres e Hijos); de ellos imitan el tono de su voz, sus características en la actuación, amabilidad, jocosidad, o por el contrario la seriedad y responsabilidad con la que asumen los personajes sus papeles protagónicos.

La gran mayoría de entrevistados manifiestan que la forma de hablar es reflejo de los programas que miran, así como algunas formas de comportamiento como la rebeldía, el buen humor, el entusiasmo, la forma de conquistar al sexo opuesto, estrategias de engañar a su novio(a), además la danza, la astucia, son sacadas de su personaje favorito.

“... Me gusta imitar como canta y baila Shakira... de Pedro el escamoso imito su forma de caminar y bailar, sus palabras son bacanas...”.

Por último aseguran unos casos excepcionales: que la presentación personal, que el peinado, vestuario y el maquillaje ayudan a mantener su imagen y son producto de la televisión.

6.1.1.5 La moda

La moda dirige el comportamiento y la conducta de la humanidad en cualquier parte del mundo y en todas las épocas desde el cabello hasta los zapatos, los jóvenes quieren identificarse con el personaje, el adolescente de la televisión, e incluso con el personaje más visto en el momento; aunque los jóvenes de Cumbal por sus condiciones económicas aseguran que no pueden comprar la ropa de moda y que son sus papás o familiares quienes escogen sus prendas de vestir; sin embargo hay otros jóvenes que compran la ropa del momento, la que les gusta, con la que se sienten originales.

“Cuando elijo mi ropa, la compro de acuerdo al presupuesto y recibo toda la ropa que me da mis familiares...”.

En el adolescente Cumbe se impone la moda, en el hombre el blue jean, camisa larga, zapatos deportivos con los cordones sueltos. La mujer, por su condición étnica, dedicada a las labores y quehaceres domésticos, su forma de vestir es sencilla: Una mujer de cabellos largos, lacios, piel oscura, nariz ancha y achatada. Sus prendas de vestir: pantalones en tela dril, gabardina, confeccionados por la modista del pueblo; buso de lana de colores pastel y ruana. Los casos excepcionales aquellas estudiantes que viven en la cabecera municipal y dedican entre 4 y 6 horas a mirar televisión; son influenciadas por la ropa del momento, el pantalón Shakira, el descaderado, blusas que dejan ver parte de la silueta femenina, adornos de las manos, cabello, aretes, collares que son tomados de los diferentes personajes de televisión.

- En el adolescente albornocino la moda no pasa por desapercibido, las condiciones climáticas y culturales de la región, permite que los jóvenes sean más extrovertidos y así mismo, busquen la moda y la frescura en sus prendas de vestir.

“...A mi me gusta andar con ropa suelta y liviana porque es fresca y cómoda...”.

Es común entonces ver a las chicas con sus blusas cortas, ceñidas al cuerpo, su short o licras, falda corta y sandalías; en ocasiones los jeans de moda, con estilos

shakira, descaderados, desilachados acompañados con zapatillas de plataforma que fácilmente se encuentran en el mercado.

Igualmente el joven gusta mucho de utilizar, pantalón suelto de dril o jeans, camisa ancha de manga corta o camisetas frescas, livianas en lo posible deportiva e informal, que según el motivo prefieren la sudadera deportiva o la pantaloneta y la camiseta esqueleto acompañado de zapatos tenis e incluso chanclas por su comodidad.

6.2 LA RADIO

6.2.1 Tiempo dedicado a escuchar radio

Entre el común de la gente, la radio se ha convertido en un elemento de suma importancia en el desarrollo del quehacer diario, el transistor se ha vuelto el compañero inseparable, pues la radio acompaña y alegra las duras jornadas del campesino.

Es así como los estudiantes de éstas comarcas manifiestan en el Colegio Etnopedagógico Cumbe la mayor parte de lo que el joven es y piensa, procede de la educación de los padres, de sus costumbres, de su lenguaje, de su religión y convicciones, por lo cual el adolescente ocupa gran parte de su tiempo a escuchar la radio pues su distracción es tener encendida la radio desde tempranas horas; sintonizándola en las cadenas FM Stereo de Cumbal.

La radio es utilizada incluso como el despertador casero, cosa que para ellos es algo familiar.

Los jóvenes prefieren como el mejor de sus regalos un radio, el que pasa a ser un compañero más, el amigo transistor llevado a todas partes, el que los acompaña en sus alegrías y en sus penas. Dicen ellos: “al escuchar las canciones vallenatas, es una forma de salir de toda la rutina, porque son canciones que le cantan al amor y a la vida”.

Los adolescentes Albornocinos manifiestan en la gran mayoría que no le dedican tiempo a escuchar la radio. Pero contrariamente a este caso, existe un menor número de jóvenes que en sus tiempos libres o de ocupación, le dedican entre tres y cuatro horas diarias.

Así mismo, hay casos excepcionales que sostienen que la radio es muy indispensable, por lo tanto le dedican un promedio entre 6 y 8 horas diarias, demostrando así que la radio es un medio de entretenimiento muy indispensable.

6.2.2 Programas favoritos de la radio

El ritmo vallenato, sus acordeones, su música y letra; transportan al joven por un viaje lleno de romanticismo que lo incita a refugiar su sentir entre la melancolía y el recuerdo; despertando en ellos una afición que les impulsa a buscar salida con el licor, como una fuente que alimenta la ilusión de los

adolescentes enamorados para mitigar las penas guardadas por el mal recuerdo.

Los adolescentes afirman que por sus constantes problemas en sus hogares, la frecuente hostilidad en el colegio, con su grupo de amigos, episodios de celos hacen que el joven busque refugio y escape escuchando la música vallenata; son éstas letras las que los transporta y los hace olvidar y apaciguar sus penas.

“Tu vida está cercada
y aún quedan dos caminos
el que tomes tu conmigo
y el que el destino nos traera”.

“No quiero volver a llorar
quiero que seas mi estrella
para que ilumine siempre
nuestro camino al andar
No me gusta la soledad
quiero que sean mi estrella
para que ilumines siempre
nuestro camino al andar...”

Para el adolescente es importante su autoreconocimiento y una profunda reestructuración de los vínculos afectivos que el individuo mantiene hasta el momento, el deseo del desapego e independencia de sus padres deja de ser el

centro de su vida emocional anterior y pierde intensidad, por eso es importante para el adolescente crear nuevos espacios afectivos, siendo para ellos la música y sus letras lo que les da independencia y los identifica con personas iguales a sus situaciones.

“Uno de los programas favoritos es *«cita de acordeones»*, ésta emisora se la escucha en 95.1 FM, Radio América de Tulcán. A mí me gusta porque allí colocan todos los vallenatos de moda; mi grupo favorito la Combinación Vallenata, Jorge Celedón.

Nuestro vallenato favorito:

“QUE PENA”

Yo no me debía alejar, no, no
ésta vez me equivoque
por hacer algo genial, si, si
me supo a sal y no a miel

Por no querer un tiempo dar
he perdido a la mujer
con la que quiero reiniciar,
demostrarle otro pensar;
pero es que ella no me cree

Que voy a hacer, qué vas a hacer?

Qué debo hacer?, piénsalo bien

Qué voy a hacer?

Mi vida, era vida estando ella

y ya no tengo, ya no tengo casi vida

en mi vida, aunque hable

no me siento en mi cuerpo

Yo sólo se que al marcharme

nada bello conocí

sólo ella es linda

Yo, le rogué que volviera conmigo

otra vez miró mis ojos

respondió muy resentida y respondió

muy resentida

Que pena, que pena me he cansado de esperarte

y con esperar pague una condena

yo te condenaré a recordarme

no, no, no, que pena

“POR TU PRIMER BESO”

yo no puedo creer, que ahora te vayas
sin dejar que yo
te de el último abrazo

Dime por qué me bajas la mirada
quieres borrar aquellas huellas del pasado
y aquel que ahora sufre
si tiene paciencia algún día en la vida quizá encontrará
la luz de los sueños de aquella estrellita
que alumbró el camino y amó de verdad

Por eso te pienso
por eso estará
aquí mi esperanza
pero aveces pienso que me olvidarás

Fue por tu primer beso que amo la vida
y por tu adiós mi reina que iré a llorar

Recordaré por siempre,
aquel mi gran amor,

aquel abrazo fuerte y el beso que me dio

Fue por tu primer beso, que amé en la vida
y por tu adiós mi reina que hoy lloro yo

Si por tu amor, hoy lloro yo

Si por tu amor, hoy lloro yo

Sin duda alguna por las manifestaciones de los entrevistados de Cumbal y Ancuya, está marcado entre sus costumbres el gusto por la música en cualquiera de sus manifestaciones, encontrando en la radio el medio más eficiente para satisfacer éste gusto.

Es entonces que el joven Albornocino manifiesta que entre la variada programación que ofrece la radio, ellos prefieren los programas musicales; porque la música acompaña sus actividades diarias. Por eso la gran mayoría reparte su tiempo entre una música variada que satisfaga todos los gustos.

En una pequeña minoría, los entrevistados dicen no tener preferencias por programas, algunos otros manifiesta el gusto por los ritmos románticos o por la música popular de despecho. En casos muy aislados prefieren noticias o programas de humor.

6.2.3 Personajes que prefieren de la radio

La adolescencia es una edad de un sinnúmero de cambios, la integración con otros grupos es una necesidad; lo que une al adolescente es el lenguaje de la música, se reúnen no para hablar de otra cosa que de su cantante favorito con su tema de moda, incluso el adolescente idealiza a su ídolo, pensando que el cantante no sólo representa un tipo de música, sino también otra forma de vida; así por ejemplo los jóvenes “Cumbes”, manifiestan el gusto por la música de los años 60 y 70, identificándose con algunos cantantes como “Leodan”; porque dicen ellos, las letras de sus canciones están dedicadas al amor. Manifiestan también el gusto por cantantes modernos como Juan Fernando Velasco con su tema musical “Para que no me olvides”

Dicen ellos que les gusta cantar y dedicar éste tema a sus novias(os) porque su letra está dedicada a los sentimientos.

Para los jóvenes del colegio Carlos Albornoz de Ancuya, escuchar la radio es una afición, no por aprender e imitar cosas de los locutores de los programas radiales; un número mediano considerable de jóvenes sostienen que imitan la forma de expresarse de los personajes que conducen los diferentes programas radiales.

Los jóvenes Cumbes y Ancuyanos imitan la forma de hablar y conducir de algunos locutores y personajes de la radio...

“Imito la forma de hablar de Mao Mix, porque tiene una forma de dirigirse a los oyentes, muy amable y alegre”.

6.3 COMPARACION ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIO Y TELEVISION

Al establecer un cuadro comparativo entre los dos medios de comunicación han mostrado un alto gusto por la televisión, dejando una minoría por la radio, de acuerdo a lo manifestado por el joven Albornocino; sin embargo para el joven Cumbe demuestra mayor interés por su gusto al escuchar la radio.

La televisión, por ser un medio de comunicación en el cual se puede combinar las imágenes con el audio, ha sido de mayor impacto entre los adolescentes porque les facilita la concentración, y de ésta manera, manifiesta su preferencia.

Los entrevistados, la mayoría dedican un promedio de 2 a 4 horas a mirar televisión. Los contenidos que ofrecen ambos medios de comunicación han tenido mucha acogida por los adolescentes, de esta forma dejar ver su afición por programas de contenidos muy juveniles (seriados, telenovelas, musicales, etc.); mientras que en la radio buscan esparcimiento por una programación musical variada o en algunos casos con cierta tendencia a la música vallenata y algún tipo de música rock, pop, rap, etc.

Para el adolescente Cumbe ocupa gran parte de su tiempo a escuchar la radio como preferencia musical para la gran mayoría los vallenatos, otros se inclinan por la música de los 60 y 70 y una minoría por la música moderna (trans, metálica y pop).

Para los adolescentes los programas culturales o de contenido científico que tanto la radio y la televisión brindan muy escasamente lo aceptan, cerrando las puertas al fortalecimiento del nivel cognitivo; base fundamental del desarrollo de su región y país.

El fuerte impacto que han causado la radio como la televisión, le invita al joven a asimilar fácilmente los contenidos y mensajes que allí se transmiten, siendo así que de la televisión muy sumisamente acogen los productos que brindan los espacio dedicados a proporcionar mercancías tales como la ropa o en otros casos el corte del cabello, el peinado y otros accesorios que los protagonistas de sus programas favoritos llevan.

A pesar que la gran mayoría de adolescentes, manifiestan ser indiferentes a la moda o la forma de ser de sus personajes, en realidad demuestran una actitud contraria porque los adolescentes se han convertido en los consumidores número uno del mercado de productos que ofrece la radio y televisión, además de la radio como de la televisión han retomado un vocabulario que no es propio de ellos, pero que los identifica dentro de sus grupos y momentos en que viven.

6.4 RELACION ENTRE LAS INSTITUCIONES COLEGIO MIXTO CARLOS ALBORNOZ DE ANCUYA Y EL COLEGIO TECNICO AGROPECUARIO CUMBE (MPIO. CUMBAL)

El entorno topográfico en el que se ubican las dos instituciones a las que aquí nos referimos, son particularmente muy bien definidos. El Colegio Técnico Agropecuario Cumbe ocupa un espacio en las cimas andinas, haciendo parte de un paisaje que dominan las alturas de los andes nariñenses, engalanándose éste sector con un grupo étnico de características muy peculiares, que hacen que se identifiquen del habitante de otros rincones de nuestro departamento. Las características físicas de sus pobladores;

De estatura mediana y de tez amorenada, sobresale el rojo de sus mejillas, producto del frío intenso que emanan las nieves perpetuas del Cumbal que se yergue como un centinela que vigila celosamente éste particular paisaje que por su forma se asemeja a una amplia colcha de retazos en donde el campesino forja su futuro arrancándole el fruto a la madre tierra; así es el habitante Cumbaleño, los rasgos físicos muy bien demarcados y su singular idiosincrasia hacen de

éste un hombre muy conservador y muy apegado a su ámbito cultural; pero la magia de la tecnología sumada al fenómeno de la globalización, las nuevas generaciones comienzan a aceptar el inevitable impacto que están causando los medios de comunicación.

De esta forma, los jóvenes reflejan sus gustos por otro tipo de situaciones que los lleva a adoptar unas conductas comportamentales un tanto ajenas a su región.

Por otra parte, el habitante Ancuyano, hombre de piel trigueña y amorenada como consecuencia del fuerte sol que cobija ésta región, goza de un entorno que difiere notoriamente del habitante de clima frío.

Enclavada entre montañas que se desprenden de ese complejo sistema andino se ubica un pintoresco pueblo muy visible a la distancia como si sus creadores lo hubieran plantado en una meseta para tener la oportunidad y el agrado de contemplar su belleza desde las alturas que bordean este sector, aquí se encuentra Ancuya, pueblo colmado por un grupo humano muy alegre y orgulloso de su raza que actúa entre el calor de su clima brindándole la

oportunidad de mostrar la libertad en sus movimientos y la agilidad en su diario quehacer.

El joven Ancuyano, a pesar del aislamiento en el que vive no se ha escapado del poder de la tecnología que lo ha invadido por completo, dejándolo al borde de la información y el consumismo, producto del capitalismo promocionado por los medios de comunicación muy comunes entre nosotros.

Pese a las diferencias topográficas de su relieve y las diferencias culturales de su gente, los habitantes de éstos dos sectores han desarrollado una forma de vida que son compartidas y comunes para ambos casos. Sus ratos libres, por ejemplo, los combinan entre la cotidianidad de sus quehaceres con un sano esparcimiento frente a la televisión; y cómo no hablar de la radio, que fuera de informar, divierte con su amplia gama de programación hecha para todos los gustos.

Tanto el adolescente de providencia, como es conocido el habitante de clima frío que ocupa el sur de nuestro departamento, como el calentano o guaicoso, apelativo con que se designa al habitante del suroccidente de Nariño; manifiestan haber desarrollado una afición por la televisión que oscila entre tres y cuatro horas diarias, en donde desarrollan la posibilidad de seleccionar un tipo de programas que por su contenido ha impactado de igual forma, pese a la diferencia de cultura ya relacionadas anteriormente.

Parece que como producto de una comunicación telepática o quizá por el poder de las megatendencias tal vez en la modernidad, los adolescentes de ambos sectores se inclinaron por una programación de contenido juvenil y que le permite buscar en ellos la forma de identificarse como adolescentes que son. Ellos por su corta edad, poco o nada han aprendido a asumir compromisos y responsabilidades, éstos los evaden con el lema de *“vivir la vida”* o *“gozar el momento”*, cayendo en un libertinaje que en muchos de los casos puede ser el resultado de la personalidad que los protagonistas de cada serie representan.

Es así como manifiestan que telenovelas y seriados nacionales como Padres e Hijos, Francisco el matemático, Pedro el escamoso, Pandillas guerra y paz, los Simpson y Juan Joyita, entre otros, son los que han ganado espacio entre sus preferencias. Al respecto manifiestan:

“...Estos programas son los que me traman porque al fin y al cabo con ellos se puede mirar gran parte de nuestras vivencias...”.

El joven Cumbaleño, pese a que ha adoptado costumbres heredadas de sus padres que se manifiestan vigentes en el sector rural, que es donde se ubica el colegio Cumbe, son conscientes que tampoco pueden alejarse por completo de todo lo que está causando furor, o está tomando fuerza en el momento; de ahí que en una forma quizá inconsciente se ha dado a la tarea de adoptar un lenguaje que por sus características difiere notoriamente de su jerga ya tradicional, vocablos como okey, parche, parcero, piroba y vacano, entre otros,

se han convertido en palabras de uso casi obligatorias para ellos, porque necesitan calar entre sus iguales para identificarse y no sentirse rechazados por el grupo al cual creen pertenecer.

De igual forma el adolescente de Ancuya, aunque algo más suelto en su manera de ser y más desprendido de sus costumbres, parece ser el que con más facilidad se ha apropiado de todo ese arsenal de información que proviene de la televisión, y de ella han seleccionado los elementos que necesitan para hacer parte de un grupo con el cual se identifican.

Las modas en el vestir o en el corte de cabello y el lenguaje que pasó de lo regional a lo cotidiano y moderno, se han convertido en el arma fundamental para poder estar "IN" en todo lo que promocionan para estar acorde con la modernidad.

Asimismo, en otros aspectos también han compaginado en sus gustos, pues en los centros educativos Carlos Albornoz de Ancuya, y Cumbe de Cumbal, los jóvenes manifiestan tener similares gustos frente a la radio, de ella han seleccionado con mayor afición el gusto por la programación musical, de la cual sostienen que el estilo, o el ritmo musical de mayor preferencia es el vallenato moderno, al que sus intérpretes le han adaptado sonidos electrónicos para causar mayor impacto y nuevas sensaciones para el oído humano, dejando de lado el vallenato tradicional cargado con otro tipo de mensajes.

Argumentan que ese ritmo tan pegajoso cargado de sensualidad o quizá erotismo o romanticismo es el que les permite despertar en ellos un sentir hacia la vida y el amor, ese amor juvenil que se ve narrado en cada letra y en cada nota musical del ritmo vallenato.

En el adolescente Cumbe, pese a estar influenciado por un ritmo musical proveniente del otro lado de la frontera, su gusto está representado también por esas tonadas modernas como el pop, rock, rap, o en otros casos la música del despecho, y la gran mayoría por la música romántica de antaño y vallenatos; haciendo de éstos ritmos el ingrediente para reafirmar su perfil como un sujeto perteneciente a una nueva era.

De similar forma, el adolescente Albornocino también se inclina por este gusto musical, dejando notar que para ser aceptado en un rol juvenil que ha surgido entre un entorno social que oscila entre lo tradicional y lo moderno; es muy indispensable apropiarse de esta preferencia musical.

Ante esta similitud de gusto por programas y por el tiempo que dedican tanto a la radio como a la televisión, es importante resaltar, que entre éstos dos pueblos también existe una notoria diferencia en la forma cómo distribuyen su tiempo.

El habitante de Cumbal, gracias a que vive distante de su colegio, sostiene que luego de la jornada de estudio, gran parte de su tiempo lo ocupa en recorrer la distancia que existe para llegar a su casa, una vez llega a ella, y

luego de reposar por un corto instante se dedica a las actividades típicas del campo (llevar ganado, recolectar papa, traer la hierba y dar de comer a los animales domésticos) hasta agotar la tarde, entrada la noche cumple con su trabajo escolar, mira la televisión en familia. Dado a que el clima no permite deambular por las calles, permanece encerrado en su casa.

Mientras que el joven Ancuyano fuera de vivir muy próximo al centro educativo (ubicado en el casco urbano) goza de un agradable clima que lo incita a realizar actividades deportivas en la tarde, y a otro tipo de oficios quedando prácticamente libre en horas de la noche, lo cual le permite compartir estos momentos con amigos en el parque o en las calles de la localidad, y bien entrada la noche se sienta frente a la televisión a disfrutar de una programación que de alguna forma influye en la adopción de ciertos comportamientos.

6.5 TEORIZANDO SOBRE LOS RESULTADOS

¿Cuál es la relación existente entre radio y televisión, y algunas manifestaciones comportamentales que se dan entre los adolescentes entre 14 y 16 años de los colegios Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y Colegio Técnico Agropecuario “Cumbe” (Municipio de Cumbal).

Los cambios físicos y psicológicos por los que atraviesa un adolescente generan nuevas formas de pensar e interés y expectativas diferenciando una maduración biológica y continuos cambios de actitudes que obligan al joven a ver el mundo de una manera diferente, a enfrentarse a él mismo, a tomar decisiones y comenzando sus intentos de manejar las riendas de su propia vida.

Dos sentimientos complementarios predominan en los adolescentes, por un lado un sentimiento claro de la propia identidad que consiste en comenzar a darse cuenta de su propio yo como algo distinto, aparte de los demás,

comienza a sentirse como un ser con características específicas. El otro sentimiento es de totalidad, es decir de congruencia consigo mismo y con los demás.

La atención que presta el joven a su aspecto físico se constituye en una de las preocupaciones fundamentales de la edad, junto al proceso de la independencia de la familia y la aproximación al grupo de compañeros de la misma edad, donde adquiere seguridad en sí mismo; ellos le dan relevancia a su aspecto físico y su desempeño en los roles esperados.

A partir del momento en que el adolescente pone en tela de juicio los valores sustentados por sus padres, buscarán otros modelos de identificación y es aquí donde la radio y la televisión abastecen a éste respecto. La sociedad estructurada de forma cada vez más rígida por los medios de información impone cánones o normas de conducta y de gustos ideales, estereotipados para toda una generación.

El adolescente Cumbe y Albornocino dedica su tiempo libre de 2 a 4 horas a mirar televisión, seleccionando programas juveniles como novelas, seriados, dramatizados y programas musicales, dejando a un lado los programas científicos y culturales, pues el adolescente de hoy busca el placer, la diversión se convierte en una parte fundamental de su vida.

Del programa infantil los simpson, adoptan actitudes como la rebeldía, la mentira, la sagacidad, antivalores que pueden confundir el rol como estudiante, hijo o amigo; pero la genialidad un valor que puede permitir el crecimiento y el desarrollo del adolescente.

Programas como Francisco el matemático de donde replantean su concepto de amistad, el amigo leal, sincero, solidario, contrario a la cultura Cumbe, son características individuales de desconfianza, inseguridad, egoísmo y poca tolerancia; la capacidad de asumir liderazgo ante sus propios conflictos, dentro del grupo de amigos, familia o comunidad.

Programas como Así es la vida, Siguiendo el rastro, forman en el adolescente su capacidad para juzgar y asumir una actitud frente a los problemas que se le presenten.

Por lo general el adolescente tiene una apremiante necesidad de pertenecer a un grupo de jóvenes, y para lograrlo adopta "su cultura" imitando su lenguaje y el baile, así el adolescente Cumbe y Albornocino del programa Pedro el escamoso, ha adoptado el baile del pirulino con el que se identifica en su grupo de amigos.

Su lenguaje incorpora "las palabras de moda" tomadas de los medios masivos de comunicación, éste como un mecanismo de reafirmar su propia identidad. La preocupación por el vestido, los estilos del peinado y la apariencia externa,

ocupan un lugar importante en la vida de éstos jóvenes, su interés de imitar a sus artistas favoritos de la televisión y radio.

Hay que tener en cuenta el medio sociocultural en que se desenvuelve el adolescente, su nivel socioeconómico, la educación, el tipo de familia. Algunos aspectos de la moda que van a seguir son totalmente distintos como puede serlo la ropa y los accesorios que lleve, el corte de cabello. El adolescente está supeditado a esto en forma absoluta. En el caso del adolescente Cumbe que se desenvuelve en un medio rural la principal actividad económica la agricultura; el núcleo familiar constituido por padre, madre e hijos, donde la máxima autoridad es el padre, quien trabaja, dirige y sustenta el hogar. La madre dedicada a las labores hogareñas se abre una brecha entre hombres y mujeres desarrollándose una cultura machista.

El hombre entonces tiene la oportunidad de salir del hogar, escoger su grupo de amigos y escoger sus prendas de vestir; la mujer adolescente debe permanecer en el hogar dedicada a los quehaceres domésticos, siendo influenciada por la moda en un menor grado.

Sin embargo pese al medio sociocultural, algunos adolescentes buscan su autoafirmación frente al mundo de los adultos, y dejan ver bien claro que él es *distinto* y al mismo tiempo sentirse integrado en su propio grupo. Se siente bien llevando unos zapatos extravagantes, la camisa suelta; ésta ropa jamás la usaría ningún adulto, sin embargo el joven encuentra un puesto en la sociedad.

La forma de vestir permite a un adolescente descubrir la identidad social de otra persona y diseñar sus propias conductas y respuestas de acuerdo con lo que se espera de él como seres humanos dentro de una sociedad, el vestido y los complementos están íntimamente vinculados con las interacciones de la sociedad.

La música como otra forma de expresión, el adolescente Cumbe y el Albornocino, dedica gran parte de su tiempo para desarrollar sus actividades diarias; es un aspecto muy importante de identificación, los temas más comunes de los vallenatos se relacionan con el amor, otros a los problemas diarios de la vida; además es un refugio y escape a los conflictos familiares, personales del colegio y entorno en el que se desenvuelve.

El adolescente harto de ser manejado y sometido a sus tutores comienza a avivar en su interior el deseo de independencia y autodeterminación. Empieza a configurar su identidad y lucha, generalmente de una forma sana, para hacer valer su personalidad. La forma más sencilla en principio, es la imitación de un modelo ya elegido; el adolescente Cumbe y Albornocino se ve en la imperiosa necesidad de autoafirmar su personalidad en el gusto por la música, es así que los programas radiales donde presentan una gran variedad de vallenatos es su afición por sus letras de contenido romántico que expresan sentimientos reflejando lo que ellos sienten. Otro grupo minoritario se identifica con las baladas, otros por la tropical, y un grupo muy reducido por la música del

despecho; música que aborda letras de infidelidad, amistad, compatibilidad, otras afrontan los problemas sociales.

Cada generación en últimas se identifica con la música. ¿Quién al escuchar un disco no recuerda su pasado, su infancia, sus primeros amores, su vida en familia?. La música une a una generación con ciertos patrones culturales, pero generación tras generación impondrá su propia música, las baladas de los 60 y 70, los vallenatos, la música metálica, y trans, entre otros ritmos identifica la generación del nuevo siglo. El adolescente busca la música como una forma de asegurar su identidad y sentido de pertenencia al grupo de iguales.

Es conveniente destacar algunos aspectos negativos positivos.

Los primeros para asumir frente a ellos una actitud crítica y realizar algunas recomendaciones que contribuyan a superar los obstáculos que los implican.

Los segundos para aprovechar creativamente las oportunidades que nos ofrecen.

Aspectos Negativos

- La anulación de la comunicación familiar: Esposos, padres e hijos, pues los miembros de la familia prefieren este mundo fantástico e irreal que nos presenta la radio y la TV.

- En la cultura la pérdida de la tradición oral: los cuentos, mitos, creencias, leyendas, ya no hay tiempo para escribir y expresar lo que se siente.
- Estimula actitudes de agresión a través de los contenidos violentos presentados en los contenidos de programas como los simpson; Dragón Ball Z Shina la Princesa Guerrera, Popeye, Tom y Jerry, programas con carencia educativa que generan en el adolescente sensaciones de inseguridad.
- El adolescente en su afán de identificación busca parecerse a un héroe de la TV y la radio, presentando una fachada que corresponde a su ser, olvidándose de la esencia de su cultura e incluso avergonzándose de ella, porque sus padres aún llevan puesto la ruana y el sombrero propio de sus mismas tradiciones, el adolescente en ningún momento desea llevar estos accesorios que pueden ridiculizarlo en su grupo de iguales.
- La forma como el adolescente se relaciona con el sexo opuesto, placer por el placer, infidelidad es lo que a diario mira por la pantalla chica.
- La confusa publicidad que presenta la TV y radio motiva al adolescente al consumo de las drogas (alcohol, tabaco) y la función de la publicidad que es ejercer la persuasión al televidente y educar en lo concerniente a la compra de productos que satisfagan necesidad y a la compra de productos nuevos, pues su alto contenido de anuncios persiguen un solo interés "vender".

Aspectos Positivos

- Como seres sociales necesitamos comunicarnos, la televisión y la radio cuya característica esencial es la comunicación de información permite, la comunicación de masas logrando en la sociedad el avance y el intercambio de culturas, nos mantiene en contacto permanente con todo el mundo, acogiendo de otras culturas aspectos que contribuyan a evolucionar la cultura.
- La TV y la radio como actividad recreativa para la familia con lo que pueden disfrutar un espacio de su tiempo libre logrando la unidad familiar y a la vez la adopción de valores como el respeto, responsabilidad, compromiso, liderazgo entre otros, consolidando una sana convivencia, estructurando un tipo de familia, para lograr una verdadera transformación de la sociedad.
- En el individuo aflora la capacidad cognocitiva con el aprendizaje de conocimientos, valores, tecnología que son transmitidos a través de los medios de comunicación.
- El adolescente a través de la radio y la televisión y su afán de identificación logra socializarse y establecer amistad, compañerismo, integración racial, base fundamental para lograr un crecimiento y desarrollo personal.
- Transformación del hombre en ciudadano del mundo. La televisión permite al adolescente viajar a través de todo el planeta e incluso de los espacios siderales permitiéndole soñar, desarrollar sus fantasías, despertando en él la

curiosidad por la búsqueda incesante de nuevas alternativas de cambio de él mismo y de su entorno.

- Los medios de comunicación radio y televisión permiten la difusión e intercambio de opiniones de problemas sociales como la violencia, prostitución, drogadicción, narcotráfico, guerrilla, paramilitarismo, corrupción, entre otros, asumiendo una actitud crítica y reflexiva, fundamento para la construcción de una nueva realidad.

7. CONCLUSIONES

La televisión y la radio, medios de comunicación que llegan hasta los últimos rincones del mundo, una de sus funciones entretener y hacer publicidad, dar información y unir un pueblo con otro; de ahí la importancia de ésta investigación, los efectos que produce a nivel individual, de grupo, de institución o de cultura.

Cumbe un contexto sociocultural donde priman valores como respeto, trabajo, templanza, justicia, pujantes que aman su tierra. Cultivando productos agrícolas: papa, leche, cebolla, oca; características que se han transmitido de generación en generación.

Los adolescentes que llegan al colegio Técnico Agropecuario Etnopedagógico Cumbe entre 14 y 16 años con características de tolerancia, respeto, responsabilidad; sin embargo, por su contacto con los medios de comunicación como la televisión y la radio han despertado en ellos su rebeldía, autonomía, observación y crítica para hacer valer sus derechos como seres humanos e incluso la imperiosa necesidad de identificarse con el personaje del momento; perdiendo así sus propias características dejándose envolver por la globalización y persuasión que ejercen los medios de comunicación (radio y televisión).

Su cultura que aún conserva características propias de su etnia como son: la ruana de color blanca en el hombre y la ruana de color oscuro en la mujer. El poder de la figura paterna sobre la familia, las tradiciones orales se han ido sumergiendo con el paso del tiempo y el avance de los medios de comunicación en las memorias de sus antiguos moradores.

El adolescente de hoy aparece como un nuevo personaje con el pantalón de moda, zapatos de Riky Martín, su peinado y accesorios que han incluido a su nuevo aspecto, influenciada de sus programas y personajes favoritos de la televisión, radio. Su interés es incluirse en esta sociedad que le exige seguir sus normas de producción y consumo.

El adolescente prefiere la televisión y la radio a dialogar con su familia; busca autoafirmarse exponiéndose a desautorizar a los padres, distanciándose de su familia. Se siente atraído por pertenecer a su grupo de iguales entrando en contacto con la sociedad en su más amplio sentido, y se ve expuesto a todas las influencias.

El adolescente en su búsqueda de identificarse, adopta su propio vocabulario, su propia música, su propia manera de llevar el cabello y sus propias maneras de conducta.

El estudiante "Cumbe", muestra características de liderazgo, crítica, análisis y poder de decisión, lo que han asumido a través del contacto con los medios de

comunicación; el estudiante que adopta una actitud paralizante frente a la televisión dedicando un tiempo de ocho a diez horas, presenta desinterés en las diferentes áreas académicas, conductas de agresividad; indiferencia a las orientaciones del adulto estancando su capacidad creadora, imaginativa, propias del adolescente.

Es necesario que los medios de comunicación sean vistos y escuchados con una adecuada compañía, orientación y fundamentación de buenos valores.

Ancuya un contexto socio-cultural, donde priman valores como la libertad, su alegría, espontaneidad, su sencillez y su manera descomplicada de ver la vida, sus gentes dedicadas a los cultivos agrícolas como café, plátano, yuca y la caña.

El adolescente de Ancuya con características de extroversión, amantes al deporte, a pesar de su encierro topográfico no se han escapado del monopolio y de los medios masivos de comunicación (televisión, radio).

El joven Albornocino siente la necesidad de pertenecer a un grupo de jóvenes y para lograrlo adopta su "*cultura*", imitando su vocabulario, escuchando su música, vistiéndose igual, llevando el pelo y actuando como el resto de amigos; han adoptado estos comportamientos gracias a los medios de comunicación (radio y tv).

El adolescente Ancuyano busca parecerse al personaje del momento, pues la introspección ayuda al adolescente a definir su identidad profunda de igual modo que el espejo le ayuda con su esquema corporal; así el adolescente puede proyectarse al futuro, o retornar al pasado, como hacía un desván secreto o bien huir de un presente decepcionante; éste soñar despierto no deja de encerrar sus peligros, a menudo contribuye a reforzar el sentimiento de soledad y de incompreensión en el que el adolescente puede conducirse a una marginación de la realidad refugiándose en el alcohol.

Gracias a la capacidad de razonar, el hombre a lo largo de la historia ha vivido siempre en busca de un crecimiento que le permita el desarrollo de su propio ser. Aunque sea por principios democráticos o por el efecto de cualquier régimen no ha dejado de depender del contexto en que vive, la cultura de su pueblo lo ha absorbido y con ella el sujeto siempre se verá atrapado en un ambiente que de antemano le ha establecido unas pautas de comportamiento muy difíciles de ignorarlas.

Pese a todo esto, no quiere decir que no sea capaz de perpetrarse como un ser autónomo, pues, su autonomía es la que permite su propio desarrollo, buscando siempre ser el mismo. La búsqueda de su identidad es un reto que tiene que afrontar sin excusa alguna.

Se identifica a través de unos símbolos, su raza y su país; por la variedad de costumbres y dialectos se siente como miembro de una región; por sus

principios éticos y morales se ha reconocido como un sujeto integrante de una familia particular y fuera de ella busca identificarse con sus iguales, adoptando unos roles, conductas comportamentales y un lenguaje simbólico que quizá sólo es válido para ellos.

La afirmación *“yo soy libre, y por eso me visto como yo quiera, o la moda no incomoda”*. Parece corroborar la libertad de ser él mismo, en otras palabras la veracidad de su autonomía quizá un poco empañada por los efectos de algunos medios de comunicación o por la tendencia que ha desarrollado el joven de identificarse con un prototipo que él mismo ha idealizado.

De ésta forma, su capacidad de decidir con plena responsabilidad se ha convertido en una pseudo-autonomía, puesto que siempre vivirá sujeto a todo aquello que él utilice para aproximarse a un ídolo.

El adolescente Albornocino, al igual que el joven Cumbe, ha demostrado ser protagonista importante de un consumismo sin medida, producto del gusto por algunos medios de comunicación (radio y TV). Su vocabulario, el vestuario, el peinado y la afición por cierto tipo de música, son elementos culturales que han calado entre estos jóvenes dejando de lado la peculiaridad cultural con la que se identificaban.

Parece ser que todo lo nuestro, lo autóctono y tradicional de nuestros pueblos han sido superados por otro tipo de elementos culturales que fueron plagiados

con el fin de aproximarse a un sujeto diferente a su idiosincrasia. Poco les interesa enorgullecerse de su cultura, la globalización ha pasado por encima de la cultura, borrando la posibilidad de distinguirse frente al habitante de otras regiones. Pese a la diferencia topográfica, climática y cultural de Ancuya y Cumbal, los jóvenes de estas comarcas han adoptado idénticas manifestaciones culturales permitiendo confusión entre unos y otros.

8. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones al alcance de la comunidad se las puede sintetizar:

1. Hacer uso de toda la tecnología (medios de comunicación) que esté a su alcance; pero con una conciencia crítica que les permita identificar lo positivo y lo negativo de lo ofrecido por los medios de comunicación, para que no choque con sus principios culturales y de ésta forma puedan seguir siendo ellos mismos y no un grupo humano auténtico de una región camuflada con elementos culturales de otras regiones.
2. Dosificar el tiempo que le dedican a la radio y a la televisión para que la influencia de estos medios no sea muy profunda.
3. Elaborar proyectos lúdicos para el uso adecuado del tiempo libre que le permita al estudiante desarrollar sus capacidades.
4. Hacer un análisis reflexivo sobre el contenido de los programas para que el televidente o el radio-escucha vaya más allá de la superficialidad de los mismos, pudiendo sacar provecho en pro de una formación integral o el fomento de valores.

5. Desarrollar la parte humana a través de actividades lúdicas que le permitan integrarse y estar en continua comunicación con sus semejantes, ya que con un aparato electrónico (radio y televisión) no lo puede hacer.
6. Crear espacio para que padres y madres de familia participen en los procesos de elección de un estilo de vida saludable que parta del concepto de los jóvenes.
7. Que el docente y la familia fortalezcan valores de: tolerancia, dialogo, respeto, comprensión, autonomía y solidaridad; a través de actividades recreativas, culturales, artísticas, deportivas, académicas, entre otras.
8. Establecer sistemas de trabajos que permitan en el estudiante despertar una conciencia social crítica frente a su realidad influenciada por los medios de comunicación (radio y televisión).
9. Elaborar programas con la comunidad educativa que promueva en el joven una actitud crítica y creativa.
10. Reestructurar los planes de estudio, incluyendo radio foros, teveforosd en las diferentes áreas del saber , para orientar a la comunidad educativa en el uso adecuado de los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFIA

- ALVAREZ FRANCO, Margarita. Las comunicaciones en el mundo actual. Ed. Norma. Cali, Colombia, 1987. P. 611.
- MATTERLART, Armando. Teoría de la comunicación de masas. Gráficas Omega. Barcelona, 1982.
- IBARRAM Henry y MEJIA, Doris. Opiniones de los padres e hijos de la escuela urbana de varones del municipio del Contadero, frente a TV. Colombiana y Peruana que se observa en el Contadero, Nariño. Tesis U. de Nar.
- JENNIONS, Bryant y ZILPMANN, Dolf. Los efectos de los medios de comunicación investigaciones y teorías. Ed. Paidos, Barcelona Buenos Aires, México. Primera edición, 1996.
- La Adolescencia, Enciclopedia. Cursos de orientación familiar. Ed. Donado. España.

- MONTEZUMA, Amparo; PANTOJA, Luz del Carmen y VARGAS, Odilio. Influencia de los medios electrónicos de comunicación en la educación de Sandoná. Tesis U. de Nar.

- NIÑO ROJAS, Víctor Miguel. Los procesos de la comunicación y del lenguaje. Ed. Norma, Santafé de Bogotá. 1998. P. 366.

- PAPALIA, Diane y WENDKLOS OLDS, Sally. Psicología de desarrollo, séptima edición. Ed. Emmariza H. México, 1998. P. 671.

- SERRES, Michell. La comunicación. Ed. Anthropos. Buenos Aires, 1996. P. 300.

- VILLEGAS, Germán. Conferencia enero 23 de 1999. Pasto - Nariño.

- AUTORES VARIOS. La Familia en la Perspectiva del año 2000, Cooperativa Editorial Magisterio, 1997, Pág. 112.

ANEXOS

Anexo A

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

ESPECIALIZACIÓN ORIENTACION EDUCATIVA Y DESARROLLO HUMANO

OBJETIVO GENERAL

Analizar las relaciones existentes entre radio y televisión, y algunas manifestaciones comportamentales que se dan en los adolescentes entre 14 y 16 años de los colegios Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y Técnico Agropecuario Cumbe (Municipio de Cumbal).

Entrevista dirigida a los adolescentes de los colegios Mixto Carlos Albornoz de Ancuya y Técnico Agropecuario Cumbe (Municipio de Cumbal).

1. Qué haces en tu tiempo libre? _____

2. Cuáles son tus programas favoritos de televisión? _____

3. De los programas radiales, cuáles prefieres? _____

4. Qué tiempo dedicas a mirar televisión? _____

5. Qué tiempo dedicas a escuchar la radio? _____

6. Qué imitas de tu personaje preferido de la televisión? _____

7. Qué imitas de tu personaje preferido de la radio? _____

8.Cuál es tu programa o actor preferido? _____

9. Cuando eliges la ropa, lo haces imitando al personaje del momento? _

10. Cuáles son las palabras de moda. En qué programas las escuchaste?

Anexo B

GLOSARIO DE PALABRAS DE LOS ADOLESCENTES ENTRE 14 Y 16 AÑOS DE LOS COLEGIOS TECNICO ETNOPELAGOGICO "CUMBE" Y CARLOS ALBORNOZ DEL MUNICIPIO DE ANCUYA

<i>Okey:</i>	<i>Si</i>
<i>Yes:</i>	<i>si</i>
Vacano:	bonito, hermoso
<i>Todo play:</i>	<i>esta bien</i>
<i>Parce:</i>	<i>amigo</i>
<i>Mano:</i>	<i>amigo</i>
<i>Man:</i>	<i>hombre</i>
<i>Cursi:</i>	<i>ridículo</i>
<i>Qué oso:</i>	<i>hacer el ridículo</i>
<i>Qué honda:</i>	<i>estar a la moda</i>
<i>Parcero:</i>	<i>buen amigo</i>
<i>Qué hubo:</i>	<i>una forma de saludo</i>
<i>Se embobo:</i>	<i>no pudo hacer algo</i>
<i>Que seba:</i>	<i>que feo</i>
<i>Pollo:</i>	<i>joven</i>
<i>Sardino:</i>	<i>joven</i>
<i>Chamaco:</i>	<i>niño</i>
<i>Mi lanza, ñerito:</i>	<i>amigos de grupo</i>
<i>Bye:</i>	<i>para decir adiós</i>

<i>Mosca, biyuyo:</i>	<i>nombre que le dan al dinero</i>
<i>Money:</i>	<i>dinero</i>
<i>Aut:</i>	<i>fuera</i>
<i>In:</i>	<i>en la moda</i>
<i>Cache:</i>	<i>elegante</i>
<i>Pillar:</i>	<i>mirar, observar algo.</i>
<i>Me la veló:</i>	<i>persecución</i>
<i>Todo play:</i>	<i>todo está bien</i>
<i>Profes:</i>	<i>Profesor - Profesora</i>
<i>Gomelo:</i>	<i>persona exagerada en su forma de hablar, vestir caminar.</i>
<i>Pantallero:</i>	<i>Petulante</i>
<i>Chicanero:</i>	<i>Persona que demuestra lo que no es</i>
<i>Intenso:</i>	<i>Suceptible</i>
<i>Pailas:</i>	<i>Negación</i>
<i>Porfis:</i>	<i>Por favor</i>
<i>Café con Leche:</i>	<i>Engreído</i>