

Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Tepic 2019

Elibro Online con ISSN
1946-5351, Volumen 11, No. 1, 2019

Tepic, Nayarit, México
Febrero 13 al 15 de 2019

www.AcademiaJournals.com

ACADEMIA JOURNALS



OPUS PRO SCIENTIA ET STUDIUM

Educación, Televisión e internet: su influencia en la formación de valores en la Escuela Secundaria “Ignacio Hierro” Fresnillo, Zac.

Dra. Ma. Cristina Recéndez Guerrero, Dr. Miguel Omar Muñoz Domínguez, Dr. Ernesto Menchaca Arredondo

Entre los adolescentes en la formación en valores, tiene influencia la relación existente entre educación y medios de comunicación, en esta investigación a partir de la pregunta ¿cuáles son los valores o antivalores que asimilan los adolescentes considerando los programas de tv de su elección y el uso de la internet? Con metodología descriptiva y aplicando un cuestionario de 10 preguntas con diferentes ítems se realizó una exploración con los alumnos de 1º, 2º, y 3º, de una Secundaria Federal para conocer el efecto de los medios de comunicación – televisión e internet- en la formación de valores, los resultados arrojaron: 86% considera que a veces la programación de televisión fortalece valores como honestidad, paz, libertad, respeto, humildad, amor; 82% considera que a veces, y 16% considera que nunca la tv, fomenta antivalores como violencia, horror, mentiras, el 94% considera que internet es un medio reproductor de violencia.

Palabras Clave: Educación, Televisión, Internet, Valores.

Introducción

Social y culturalmente los medios de comunicación –en particular televisión e internet- como receptores y transmisores de información ocupan amplios espacios y tiempo en la vida de las personas. En efecto, en el proceso de socialización ambos medios han desplazado a diversas instituciones –familia, iglesia, escuela-; como técnica de acceso al conocimiento son primordiales en el sistema educativo, sin embargo, bajo su influencia los receptores reciben contenidos, modelos y valores que poco coinciden con lo que se enseña en la escuela (García, 1996). De acuerdo a estudios estadísticos realizados los usuarios dedican 8hs. 12 min a internet, 3 hs., a ver televisión y 1.45 min a escuchar radio, se reporta que la cifra web paso de 51.2 (14.9%) millones de usuarios en 2013 a 79.9 (36%) en 2017, dos de tres personas en el país tienen acceso a internet, de estos, un 89% declaró tener como actividad principal el acceso a redes sociales (El Cotidiano, 2018). La educación y los medios de comunicación se encuentran vinculados, el avance de la ciencia y la tecnología les proporciona nuevas formas de conocimiento e información, pero en la vinculación ocurre un desencuentro en la transmisión de valores, por tanto, en la formación educativa integral de los estudiantes. Este trabajo se estructura en tres apartados. El primero indaga sobre medios de comunicación y educación como transmisores de valores, el segundo analiza la programación que consumen y las actividades realizadas al acceder a internet; en el tercero se aborda la cuestión metodológica y los resultados.

Relación entre educación y medios de comunicación

Los medios de comunicación han cumplido un importante rol en la expansión de la educación. En Iberoamérica desde 1939 se impulsó la educación a distancia a través de la radio, después por la televisión. México no fue excepción, desde 1947 promovió por estos medios los modelos pedagógicos en curso (García, 1999).

Sin embargo, desde los 90 del siglo pasado el modelo económico en desarrollo ha privilegiado un modelo educativo individualizado, los contenidos han pasado a segundo término, la mejora de habilidades más adquisición de competencias forman parte del aprendizaje (Kaplún, 1992), aunque se ofrecen formas de acceder al conocimiento, la información que llega por televisión cuando se es receptor de programas deportivos, musicales, concursos, documentales, emisiones históricas, series, telenovelas, y aquella que se adquiere al acceder a redes, enviar y recibir correos, escuchar música, ver películas, leer, ver, escuchar contenidos, jugar en línea, visitar diversos sitios, encuentros online, etc., todos portadores de valores o antivalores que impactan el proceso educativo tradicional.

El receptor se encuentra ante una programación encaminada a reflejar estilos de vida, a recrear y hacer que la amplia audiencia cautiva internalice y organice como parte de los componentes educativos sociales una cultura segmentada que todo lo separa, donde los valores o antivalores, diversas conductas se muestran como hechos de la vida cotidiana y subjetivamente pasan a formar parte del habitus (Bourdieu, 2010) de la cual los estudiantes en formación no escapan.

En el estado del arte realizado por Navarro (2009), se plantea que expandidas en todo el mundo el uso de las tecnologías de la información y la comunicación han impactado y transformado todos los procesos de socialización incluyendo el educativo, internet es una de ellas, en las páginas web se encuentra casi todo tipo de conocimientos e información que se pretenda consultar.

Programación televisiva consumo e internet

Desde sus inicios la programación de la televisión comercial mexicana se ha estructurado en torno a tres ejes centrales: información, entretenimiento y cultura-educación. En muy poco tiempo el eje central transitó hacia el entretenimiento, y el poder del rating se decantó a pocos programas, que se han constituido en los géneros clásicos o en fórmulas de producción: telenovelas, series extranjeras, variedades musicales, deportivos, concursos –de revista- cómicos, infantiles y reality shows (Peralta, 2003)

El trabajo planteó como eje de análisis conocer la existencia de valores o antivalores que impactan la formación de los estudiantes. A partir de la propuesta de Rokeach citado en García existen dos tipos de valores en el ser humano: los valores terminales –refieren a objetivos de existencia como felicidad, libertad, seguridad, y los valores instrumentales, refieren a modos de conducta honestidad, humildad, respeto, (García, 2007, p. 75) En el análisis se consideraron los valores instrumentales, por formar parte de los valores que acompañan el proceso de formación educativa

Descripción del método y resumen de resultados

La escuela secundaria técnica no. 66 del municipio de fresnillo, Zac., en el ciclo escolar 2016-2017, tuvo una matrícula de 310 alumnos, el método utilizado fue descriptivo realizado bajo muestreo por conveniencia, el cuestionario se aplicó a 194 alumnos de 1°. 2°. y 3°. grados, de estos 41% de primero, 34% de segundo y 25% de tercero. Con edades de 11 años-2%; 12 años-38%; 13 años-35% y 14 años-38%. En relación al sexo 55% mujeres y 45% hombres. De acuerdo a los resultados los canales más vistos son Televisa con 27.4% y Azteca con 21.1 %, tienen acceso a internet el 86%. Los programas más vistos son: Series, los simpson, espectáculos, telenovelas, reality shows, deportes. Todos cuentan con 2 o 3 tv en casa, el 65 % tiene tv en su recámara, el 94 % dispone de computadora para la familia, recurren a internet público para hacer tareas y relacionarse.

De los encuestados 86% cree que los programas de tv fortalecen valores de honestidad, paz, libertad, respeto, humildad, amor, 12% respondió nunca y sólo 2% dijo siempre; 62% consideran haber aprendido o fortalecido algún valor de los programas, el 38% respondió no. El 61.6 % declara que el valor más fortalecido es el respeto; 82% cree se fomentan antivalores como la violencia, el miedo, el horror, la mentira, la corrupción, 16% respondió siempre y 2% nunca. En relación a las preferencias la serie La Rosa de Guadalupe obtuvo 42.5%; Los Simpson con 13.7%, seguido de The walking dead con 10%.

A través de internet mediante Facebook Messenger, o whatsapp, el 62% encuentran divertido practicar el bullying o acoso con sus compañeros o con desconocidos, en casos extremos 32% acceden a páginas con contenido ultraviolento a través de la llamada DEEP-WEB. En relación al conocimiento les interesa (informarse) 68% sobre narcotráfico; a un 46% guerrillas; un 26% contenido sobre tareas escolares, acceso a las páginas de contenido sexual un 73%.

Conclusiones

Los resultados demuestran que los programas de tv e internet preferidos por los adolescentes son los relacionados con costumbres, gustos, lenguajes, y valores lejanos a su realidad creando aspiraciones y necesidades que identifican con la cotidianidad de su vida e internalizan a través del habitus, de esta manera, aunque los medios no son generadores directos de valores o antivalores coadyuvan en la reproducción de valores negativos que impactan el sistema de valores que se transmiten en el proceso educativo

La formación y reafirmación en valores, sigue siendo un reto dentro de la educación y en particular en el proceso de enseñanza-aprendizaje, en otros estudios también se ha comprobado que la mayor parte de los usuarios no usan la televisión e internet para reafirmar valores.

Recomendaciones

Aunque muchos docentes –tradicionales- y padres de familia se rehúsan a capacitarse o introducirse en el uso de las tecnologías de la información, es imprescindible que desde ambos campos se tome conciencia de la necesidad de su manejo, en tanto, su uso social puede traer serios impactos negativos.

Por su parte, los docentes –tradicionales- deben interesarse en integrarse al uso de los medios de información en los procesos educativos y diseñar estrategias que les permitan integrarlos en el proceso de enseñanza aprendizaje, haciendo partícipes a los estudiantes para que estos adquieran competencias y conocimientos que se les requerirán en el futuro.

En el campo educativo se hace necesaria una reflexión/discusión interdisciplinaria para ofrecer propuestas o alternativas. Por su parte, corresponde a quienes diseñan las políticas educativas plantear un

nuevo modelo de telecomunicaciones –incluyendo la telefonía digital- donde las prioridades sean el interés por su uso social y educativo y no el mercantilizado.

Referencias Bibliográficas

- García, Muñoz Nuria. *Comportamiento y hábitos de consumo televisivo en el niño en el ámbito familiar* Tesis Doctoral. Inédita, 1996.
- 7 gráficos sobre los usuarios de internet en México en 2018.
<https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/7-graficos-sobre-los-usuarios-de-internet-en-Mexico-en-2018-20180517-0077.html>
- García, Arieto Lorenzo. Historia de la educación a distancia. 1999. Recuperado en https://www.researchgate.net/publication/28108743_Historia_de_la_Educacion_a_Distancia
- Kaplún, Mario. Procesos educativos y medios de comunicación. Recuperado en <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801125.pdf>
- Bourdieu, Pierre. *La televisión.*, Barcelona, Ed. Anagrama, 3ª.ed, 2010.
- Navarro, Rubén Edel. Las nuevas tecnologías para el aprendizaje. Estado del Arte. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/301302887_Las_nuevas_tecnologias_para_el_aprendizaje_Estado_del_arte
- Peralta, Leonardo. Reality Shows: lo efímero permanece. En revista *Razón y palabra*, No. 32, 2003.
- García, Díaz Diana. “El estudiante universitario y los valores claves para una formación autónoma en relación con las tecnologías de información y comunicación”, en Chávez González Guadalupe y Hirsch Adler Ana, *México Investigación en Educación y Valores*, México, Ed. Gernika, 2007.