



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE EDUCACIÓN PARVULARIA
MODALIDAD PRESENCIAL

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciada en
Ciencias de la Educación Mención Educación Parvularia.

TEMA

**LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTILES EN LA ALIENACIÓN
CULTURAL DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE PRIMER AÑO DE LA UNIDAD
EDUCATIVA MADRE GERTRUDIS DEL CANTÓN CEVALLOS
PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

AUTORA: Silvana Alejandra Freire Zurita

TUTOR: Ing. Luis Tello Vasco


AMBATO-ECUADOR

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Ing. Luis Tello Vasco, con C.C. 1801405141, en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTILES EN LA ALIENACIÓN CULTURAL DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE PRIMER AÑO DE LA UNIDAD EDUCATIVA MADRE GERTRUDIS DEL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, desarrollado por la estudiante: Silvana Alejandra Freire Zurita, de Licenciatura en Ciencias Humanas y de la Educación, Mención Educación Parvularia, considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato designe, para su correspondiente estudio y calificación.


.....
Ing. Luis Rafael Tello Vasco
TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe del Trabajo de Graduación es el resultado de la investigación de la autora, quien, basada en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad legal y académicos de su autora.



.....
Silvana Alejandra Freire Zurita
AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente trabajo final de grado o titulación sobre el tema: “**LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTILES EN LA ALIENACIÓN CULTURAL DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE PRIMER AÑO DE LA UNIDAD EDUCATIVA MADRE GERTRUDIS DEL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA**”, autorizo su reproducción total o parte del mismo, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.



.....
Silvana Alejandra Freire Zurita
AUTORA

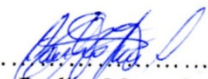
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

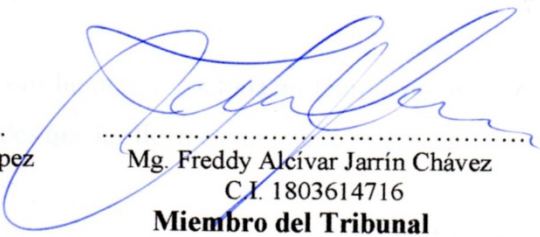
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

La comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTILES EN LA ALIENACIÓN CULTURAL DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE PRIMER AÑO DE LA UNIDAD EDUCATIVA MADRE GERTRUDIS DEL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, presentado por la Sra., Silvana Alejandra Freire Zurita, Egresada de la Carrera de Educación Parvularia, modalidad presencial, periodo Marzo – Agosto 2012, una vez revisado el trabajo de graduación o titulación, **APRUEBA** dicho informe final de investigación, en razón de que reúne los requisitos básicos, tanto técnicos, como científicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante el Organismo correspondiente, para los trámites pertinentes.

LA COMISIÓN


.....
Psic. Educ. Paulina Margarita Ruiz López
C.I. 1802953479
Miembro del Tribunal


.....
Mg. Freddy Alcivar Jarrín Chávez
C.I. 1803614716
Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios por darme tantas personas buenas a mi lado, por darme momentos de paz y hacerme una persona leal a mis principios y brindarme la oportunidad de haber alcanzado tantos logros y objetivos en mi vida.

A mis padres por ser la razón de mi existencia, sobre todo son quienes se han encontrado siempre a mi lado dándome fortaleza para vencer todos los obstáculos que se han presentado en el camino.

A mi esposo Rolando, a mis hijos Dylan y Mateo, porque siempre están conmigo y son mi fortaleza para salir adelante y poder ser lo que soy.

Gracias a mis hermanos y a toda mi familia por todas esas virtudes que las llevo en mi mente y corazón.

Silvana Freire

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo a Dios quien me ha permitido seguir mis estudios profesionales llenos de salud y sabiduría, también a mis padres por su apoyo incondicional, a mi Abuelita Salome Mayorga por estar presente en el trayecto de mi proyecto, y a toda mi familia por ser mi fortaleza, como también un reconocimiento a las autoridades y maestros de la Universidad Técnica de Ambato de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación que me abrió las puertas del Conocimiento y el Saber.

Silvana Freire

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PÁGINAS PRELIMINARES	Pág.
Portada	i
Aprobación del Tutor	ii
Autoría de la Investigación	iii
Cesión de Derechos de Autor	iv
Aprobación del Tribunal	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Índice General de Contenidos	viii
Índice de Gráficos	xi
Índice de Cuadros	xii
Resumen	xiii
Summary	xiv
Introducción	1
CAPÍTULO 1	
EL PROBLEMA	
1.1. Tema de Investigación	3
1.2. Planteamiento del problema	3
1.2.1. Contextualización	3
1.2.2. Análisis Crítico	7
1.2.3. Prognosis	7
1.2.4. Formulación del Problema	8
1.2.5. Preguntas Directrices	8
1.2.6. Delimitación del Objeto de Investigación	8
1.3. Justificación	9
1.4. Objetivos	10
1.4.1. Objetivo General	10

1.4.2.	Objetivos Específicos	10
--------	-----------------------------	----

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de la Investigación	11
2.2.	Fundamentación Filosófica	16
2.3.	Fundamentación Legal	17
2.4.	Categorías Fundamentales.....	20
2.4.1.	Fundamentación teórica de la variable independiente.....	23
2.4.2.	Fundamentación teórica de la variable dependiente	35
2.5.	Hipótesis.....	43
2.6.	Señalamiento de variables	44

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Enfoque de la investigación	45
3.2.	Modalidad básica de la investigación.....	45
3.2.1.	Investigación Bibliográfica – Documental	45
3.2.2.	Investigación de Campo	45
3.3.	Nivel o tipo de investigación.....	46
3.3.1.	Investigación exploratoria	46
3.3.2.	Investigación descriptiva	46
3.3.3.	Investigación Correlacional	46
3.4.	Población y muestra	47
3.5.	Operacionalización de variables.....	48
3.5.1.	Variable independiente: Programas Televisivos Infantiles	48
3.5.2.	Variable dependiente: Alienación de la cultura.....	49
3.6.	PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	50
3.7.	Técnicas e instrumentos de recolección de Información	50
3.8.	Plan de Procesamiento y análisis de la Información	51

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.	Encuesta aplicada a los niños y niñas.....	52
4.2.	Encuesta aplicada a los padres de familia	62
4.3.	Verificación de la Hipótesis	72
4.3.1.	Planteamiento de la Hipótesis.....	72
4.3.2.	Selección del Nivel de Significación.....	72
4.3.3.	Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.....	73
4.3.4.	Combinación de Frecuencias	74
4.3.5.	Cálculo del chí cuadrado	75
4.3.6.	Regla de Decisión	75
4.3.7.	Representación gráfica.....	76
4.3.8.	Decisión final.....	76

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.	CONCLUSIONES	77
5.2.	RECOMENDACIONES	78
	Bibliografía	79
	Artículo científico	¡Error! Marcador no definido.
	Anexos	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Árbol de Problemas	6
Gráfico N° 2: Categorías fundamentales.....	20
Gráfico N° 3: Constelación de ideas de la variable independiente	21
Gráfico N° 4: Constelación de ideas de la variable dependiente	22
Gráfico N° 5: Prefieren dibujos animados	52
Gráfico N° 6: Fortalecen la personalidad del niño.....	53
Gráfico N° 7: Conoce la programación.....	54
Gráfico N° 8: Mucho tiempo en la TV.....	55
Gráfico N° 9: Cuando ve más TV	56
Gráfico N° 10: Prefiere comida extranjera.....	57
Gráfico N° 11: Publicidad de productos	58
Gráfico N° 12: Celebraciones extranjeras.....	59
Gráfico N° 13: Otra actividad mientras mira TV.....	60
Gráfico N° 14: Compañía de un adulto.....	61
Gráfico N° 15: Programas que mira su hijo	62
Gráfico N° 16: Programas que mira su hijo	63
Gráfico N° 17: Cuando ve más su hijo(a) televisión.....	64
Gráfico N° 18: Mayor tiempo en tv	65
Gráfico N° 19: Cuanto tiempo mira la televisión.....	66
Gráfico N° 20: Cambia sus hábitos diarios	67
Gráfico N° 21: Imita algún personaje	68
Gráfico N° 22: Pérdida de la cultura	69
Gráfico N° 23: Tradiciones y costumbres	70
Gráfico N° 24: Supervisa lo que mira su hijo(a) en TV.....	71
Gráfico N° 25: Representación gráfica del chi cuadrado.....	76

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Población	47
Cuadro N° 2: Operacionalización de variables – programas televisivos infantiles	48
Cuadro N° 3: Operacionalización de variables – Alienación de la cultura	49
Cuadro N° 4: Plan de recolección de la información	50
Cuadro N° 5: Prefieren dibujos animados.....	52
Cuadro N° 6: Fortalecen la personalidad del niño	53
Cuadro N° 7: Conoce la programación	54
Cuadro N° 8: Mucho tiempo en la TV	55
Cuadro N° 9: Cuando ve más TV	56
Cuadro N° 10: Prefiere comida extranjera	57
Cuadro N° 11: Publicidad de productos	58
Cuadro N° 12: Celebraciones extranjeras	59
Cuadro N° 13: Otra actividad mientras mira TV	60
Cuadro N° 14: Compañía de un adulto	61
Cuadro N° 15: Programas que mira su hijo	62
Cuadro N° 16: Programas que mira su hijo	63
Cuadro N° 17: Cuando ve más su hijo(a) televisión	64
Cuadro N° 18: Mayor tiempo en tv.....	65
Cuadro N° 19: Cuanto tiempo mira la televisión	66
Cuadro N° 20: Cambia sus hábitos diarios	67
Cuadro N° 21: Imita algún personaje.....	68
Cuadro N° 22: Pérdida de la cultura	69
Cuadro N° 23: Tradiciones y costumbres	70
Cuadro N° 24: Supervisa lo que mira su hijo(a) en TV	71
Cuadro N° 25: Tabla de distribución del chí – cuadrado (x^2)	73
Cuadro N° 26: Frecuencia Observada.....	74
Cuadro N° 27: Frecuencia Esperada	74
Cuadro N° 28: Cálculo del chí cuadrado.....	75

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE EDUCACIÓN PARVULARIA
MODALIDAD PRESENCIAL

TEMA:

“LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTILES EN LA ALIENACIÓN CULTURAL DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE PRIMER AÑO DE LA UNIDAD EDUCATIVA MADRE GERTRUDIS DEL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

Autora: Silvana Alejandra Freire Zurita

Tutor: Ing. Luis Tello Vasco

RESUMEN

El presente trabajo de tesis hace referencia a los programas televisivos en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa Madre Gertrudis del cantón Cevallos provincia de Tungurahua, con la participación directa de los, docentes, padres de familia, niños y niñas; se concluyó que existe incidencia referente a la cultura, tradiciones, comida, vestimenta, moda, lenguaje, etc.; es decir en su identidad, ya que los infantes captan todo este tipo de circunstancias a través de la televisión, una vez que se ha detectado el problema gracias a la investigación exploratoria se procedió a la construcción del marco teórico para fundamentar apropiadamente las variables de la investigación, en base a la información recopilada de libros, folletos, revistas e internet. Establecida la metodología de la investigación se elaboró los instrumentos adecuados para la recolección y el procesamiento de la información, que fue realizada a 53 padres de familia, y 54 niños y niñas. Posteriormente se realizó el análisis cuantitativo y cualitativo de las variables investigadas, procediendo a analizar estadísticamente los datos obtenidos, y así establecer las conclusiones y recomendaciones como se detalla, los programas televisivos que más observan los niños y niñas son los dibujos animados, los deportes y la lucha libre, los mismos que afectan de forma negativa a la población infantil, debido a que en la mayoría de hogares existe un escaso control o ausencia de los padres. En función de lo relevado por la investigación se procede a plantear un artículo científico con la fundamentación de otros autores que ayuden a avalar dicha investigación.

Palabras Claves: Programas infantiles, Alienación cultural, información, tradiciones, costumbres, metodología.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF EDUCATION SCIENCES
CAREER OF PARVULAR EDUCATION
PRESENT MODE

THEME:

"THE CHILDREN'S TELEVISION PROGRAMS IN THE CULTURAL ALLIANCE OF THE FIRST YEAR CHILDREN OF THE EDUCATIONAL UNIT MADRE GERTRUDIS DEL CANTÓN CEVALLOS PROVINCE OF TUNGURAHUA"

Author: Silvana Alejandra Freire Zurita

Tutor: Ing. Luis Tello Vasco

SUMMARY

This thesis refers to the television programs in the cultural alienation of the children of the first year of the Madre Gertrudis Educational Unit of the Cevallos province of Tungurahua, with the direct participation of teachers, parents, children And girls; It was concluded that there is an incidence concerning culture, traditions, food, clothing, fashion, language, etc .; That is to say in their identity, since the infants capture all this type of circumstances through the television, once the problem has been detected thanks to the exploratory investigation, we proceeded to the construction of the theoretical framework to properly base the variables of the Research, based on information collected from books, brochures, magazines and the internet. Established the methodology of the research was developed the appropriate instruments for the collection and processing of information, which was made to 53 parents and 54 boys and girls. Subsequently, the quantitative and qualitative analysis of the variables investigated, proceeding to statistically analyze the data obtained, and thus to establish the conclusions and recommendations as detailed, the television programs that most observe the children are the cartoons, sports and Wrestling, which affect negatively the child population, because in most homes there is little control or absence of parents. According to what the research reveals, it is proposed to present a scientific article with the foundation of other authors to help support such research.

Keywords: Children's programs, Cultural alienation, information, traditions, customs, methodology.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación es una aproximación teórica sobre la forma en que la televisión se constituye en un medio de comunicación social que a pesar de la aparición de otros -como el Internet-, no ha perdido la supremacía que posee en relación a estos, en cuanto a cobertura y nivel de audiencias.

Para la facilitación de la presente investigación, está estructurado por los siguientes capítulos.

Capítulo 1.- Corresponde al problema de investigación, mediante la contextualización (macro, meso, micro), árbol de problemas, análisis crítico, prognosis, formulación del problema, interrogantes, delimitación del objeto de investigación, justificación y planteamiento de los objetivos como aspectos globales que acercan al investigador con el presente estudio.

Capítulo 2.- Está constituido por el marco teórico, antecedentes investigativos de otros trabajos que guardan relación, fundamentación filosófica, epistemológica y legal, categorías fundamentales, marco conceptual de las variables; hipótesis y señalamiento de variables.

Capítulo 3.- Está conformado por la metodología que abarca el enfoque de investigación, nivel o tipo, modalidad básica, población y muestra, operacionalización de variables (dependiente e independiente), Programas infantiles y Alienación cultural.

Capítulo 4.- El Análisis e interpretación de resultados inicia con la tabulación y procesamiento de la información que fue recogida durante las encuestas, por tanto, se indican los resultados a través de tablas y gráficos estadísticos, donde se muestran los porcentajes, permitiendo la interpretación objetiva de los resultados alcanzados y posteriormente la verificación de la hipótesis.

Capítulo 5.- Se detallan las conclusiones a las que llegó la investigadora, como evaluación completa del trabajo investigativo y con ello las recomendaciones que debe tomar en cuenta para enfrentar y solucionar las falencias que señalaron la población encuestada.

Finalmente se describe la respectiva bibliografía, donde se detalla a todos los autores de donde se ha obtenido la información para la realización del marco teórico, posteriormente el artículo científico y anexos.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN

Los programas televisivos infantiles en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

En el **Ecuador** los medios informativos o medios de comunicación establecen una herramienta contundente que mantiene en permanente comunicación con los diferentes acontecimientos políticos, sociales, culturales y económicos sean estos a nivel nacional o internacional; en las actuales sociedades dichos medios masivos son muy importantes en mayor alcance la televisión.

“La televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en las sociedades, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes de la cotidianidad que nos rodea, expresada en la producción de diversas formas de producción de mensajes, pero también en la instalación de un modo de vinculación con sus públicos, que no hemos llegado a interpretar en toda su significación, de allí la abundancia de estudios que han intentado medir el impacto cultural de la televisión como medio, estos trabajos han mostrado en muchos casos limitaciones de enfoque que han impedido una comprensión cabal de los niveles y planos que es preciso contemplar cuando se pretende entender la influencia cultural de la televisión especialmente en los programas infantiles que hoy en día no presenta ningún tipo de respeto y valores a los televidentes” (Fuenzalida, 2015, p. 5).

Las tradiciones y costumbres en el país así como su identidad cultural están definidas históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su

cultura, tradiciones, costumbres, a través de un proceso de convivencias e interacciones entre los miembros de cada pueblo o comunidad quienes son los encargados de que dichos valores que se transmitan de generación en generación, la tradición y costumbre juegan un papel fundamental en el lenguaje y acciones de las personas como es, música, danza, juegos, mitos, lo cual debe ser estimulado y presentados a tempranas edades para que se relacionen con la cultura del país que poco a poco se ha ido perdiendo.

La familia ecuatoriana recibe a diario a través de la televisión mensajes que puede confundir a los que la consumen, está dentro del hogar y se le considera que es una importante fuente de aprendizaje y modificador de la conducta en el entorno familiar, por ejemplo en el canal Teleamazonas han existido programas como “Los Simpson”, y “WWF” luego de haber sido cambiado de horario de programación cotidiana, por sus múltiples escenas violentas además de desmejorar los valores éticos y culturales.

La provincia de **Tungurahua** no está alejada de la problemática que causa los programas que difunden los medios televisivos, sabiendo que nada escapa de la apreciación de los niños, aunque la imitación no es la única manera de instrucción que tienen los estudiantes, es el primero y afianza las bases de aprendizajes futuros, el observar la TV es un pasatiempo en la vida de los niños y adolescentes.

El participar de televisión y de videos es uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en la vida de niños y adolescentes, los niños miran la televisión durante un promedio de 22 a 25 horas semanales de televisión; en los preescolares esa cifra llega a un promedio de 54 horas por semana, lo que significa de 7 a 8 horas diarias, el tiempo que se pasa frente al televisor es tiempo que se le resta a actividades importantes, tales como la lectura, el trabajo escolar, el juego, la interacción con la familia y el desarrollo social; los niños también pueden aprender cosas en la televisión que son inapropiadas o incorrectas, muchas veces no saben diferenciar entre la fantasía presentada en la televisión y la realidad (Espinoza, 2015).

El alto índice de usuarios que miran la televisión no se dan cuenta que les ocasiona muchos problemas entre los cuales se menciona pérdida de tiempo, desmotivación,

intranquilidad, desconcentración, etc., esto se debe a la programación televisiva que se transmite especialmente en los programas infantiles, tomando en cuenta que la mayoría de espectadores de este tipo de programas son los más vulnerables es decir los niños, niñas y adolescentes, agregando a esto que no tienen un adulto que controle y oriente lo que se está transmitiendo. Holguín, J. (2015) “estar frente al televisor forma parte de la rutina de las familias ecuatorianas y en especial de los niños pequeños, es el entretenimiento de su tiempo libre, tomando en cuenta que un promedio de cinco a seis horas diarias, los niños pasan frente al televisor” (p. 7).

En varios casos tanto los niños como adolescentes e inclusive jóvenes y gente adulta tienen problemas emocionales cuando observan programas que no tienen ningún tipo orientación formativa, se presentan emociones agresivas, violentas; esto más se da en el medio en que se desenvuelve y desarrollan, donde tienen fácil acceso a la televisión y sobre todo a programas que generan violencia, agresión, maltrato; incidiendo en el comportamiento y actitud de la persona.

En la **Escuela Unidad Educativa Madre Gertrudis** ubicado en el Cantón Cevallos, se ha observado que los programas que se transmiten en TV específicamente los infantiles tiene mucho que ver negativamente en la alienación cultural de los niños y niñas; ya que ellos pasan la mayor parte del tiempo viendo la televisión y sobre todo sin ningún tipo de control de una persona adulta, entre otras razones el presente trabajo investigativo concientiza en evaluar el proceso educativo de cómo se está motivando al niño a dejar este tipo de actividad, y orientar a los padres de familia a que controlen a sus hijos a ver una programación infantil con valores y sin perjudicar sus principios.

A lo que afirma Muñoz, I. (2015) “La televisión ha modificado el comportamiento de los estudiantes de la Escuela, ha derrumbado muchas barreras tradicionales, como los valores y la cultura que protegían a los niños, por eso no debe sorprender a nadie que los niños que han estado expuestos a mucha televisión tengan problemas en su aprendizaje”, agregando que los niños y niñas dedican más tiempo a ver la televisión que a estudiar y realizar actividades recreativas en la sociedad.

Árbol de Problemas

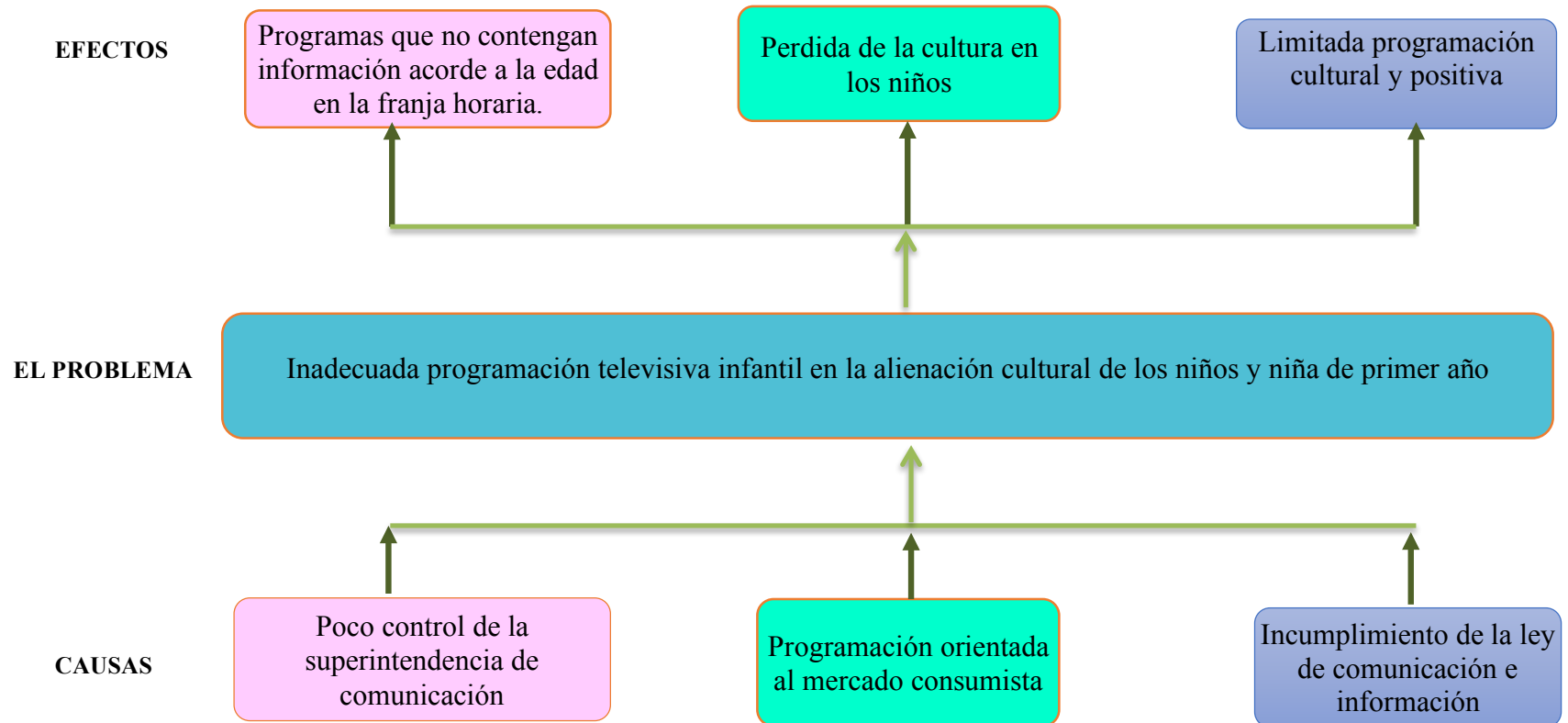


Gráfico N° 1: Árbol de Problemas
Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

1.2.2. Análisis Crítico

El poco control de la superintendencia de comunicación conlleva a la ausencia de programas que no contengan información acorde a la edad en la franja horaria ya que los niños miran la televisión en demasía, este les produce reacciones negativas y hacen que se tornen agresivos y maltraten a sus compañeros, reflejando el mensaje que le transmite un determinado programa infantil.

Los programas orientados al mercado, aportan a la existencia de abundante contenidos sin censura en horarios tempranos dentro de la televisión, exponiendo diferentes publicidades con contenidos no apto para menores como publicidades de peleas o la explotación del sexo femenino especialmente de bebidas alcohólicas y azucaradas, los niños interpretan a los personajes, afectando de forma directa la mentalidad de ellos y cambiando su pensamiento, desatando una pérdida cultural en los niños y niñas que tienen fácil acceso a la televisión.

Finalmente, el incumplimiento de la ley de comunicación e información permite tener una limitada programación cultural y positiva la cual en la televisión hay programas que no son aptos para niños desencadenando una conducta agresiva y violenta en el entorno que los rodea, está íntimamente relacionado con la programación que ellos miran, niños expuestos a niveles altos de violencia en programas infantiles que trasmite la televisión son niños más propensos al fracaso escolar, inestabilidad emocional y afectiva.

1.2.3. Prognosis

Si se mantiene en los niños su preferencia de mirar programas televisivos infantiles con altos contenidos de violencia, el comportamiento de ellos seguirá siendo inadecuado conllevando consigo una alienación cultural en la vida cotidiana, descuidando así su autonomía y sus relaciones interpersonales.

Al no buscar solución al problema del uso de los programas televisivos infantiles en los niños y niñas, de la Escuela de primer año de la Unidad Educativa “Madre

Gertrudis” los hogares de los niños de dicha institución seguirán sin ningún tipo de control en la programación que ven sus hijos cuyos resultados se verá reflejado en la alienación cultural que tiene cada niño través de los días, los docentes no podrán llegar con sus consejos adecuados y oportunos de la forma técnica didáctica.

1.2.4. Formulación del Problema

¿De qué manera incide los programas televisivos infantiles en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua?

1.2.5. Preguntas Directrices

- ¿Cuáles son los programas televisivos infantiles que observan los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua?
- ¿Qué alienación cultural existe en los niños y niñas
- ¿Cuál es la relevancia del tema: “los programas televisivos infantiles en la alienación cultural de los niños y niñas”; en comparación con los autores de otras investigaciones similares?

1.2.6. Delimitación del Objeto de Investigación

Campo: Educación

Área: Comunicación

Aspecto: Programas televisivos infantiles - La alienación cultural

Delimitación Espacial:

La investigación se llevará a cabo en la Unidad Educativa “Madre Gertrudis”, del Cantón Cevallos provincia de Tungurahua.

Delimitación Temporal:

El tiempo a ser utilizado en la investigación será el año lectivo octubre 2016 a marzo 2017.

Delimitación de Unidades de Observación:

La investigación se centra en los 53 padres de familia y 54 Estudiantes de la institución General Básica de la mencionada institución.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Para la mayoría de los niños ver televisión e ir a la escuela son sus principales actividades. El **interés** por realizar esta investigación es para ayudará a comprender las consecuencias negativas de exposiciones prolongadas a programas televisivos infantiles con un contenido de violencia y sin restricción alguna.

De esta manera se ha considerado muy **importante** estudiar esta relación con el propósito de analizar el papel que desempeña un medio de comunicación tan relevante como la televisión en la alienación de los niños y niñas.

La **novedad** más importante es la relación que existe entre los niños y la televisión y como esta relación ha ido incrementando cada vez más hasta llegar a considerarse un fenómeno ya que abarca la atención de miles de niños haciendo que estos adopten e imiten culturas, costumbres, y actitudes similares a la de sus ídolos que miran en la televisión.

La investigación que a continuación se presenta será de mucha **utilidad** para, conocer esta relación y su participación en el desarrollo cognoscitivo del niño y proporcionará información que será útil para padres y maestros sobre cómo actuar de manera provechosa ante la televisión y la manera de comportarse del niño.

Considerando que éste es un tema de mucha importancia es preciso dar oportuna solución al mismo, logrando un **impacto** en los hogares de la institución, contrarrestando la influencia negativa que ha causado dentro de la sociedad este aparato, el programa televisivo en la mayoría de los niños puede causar distorsión, pérdida de valores y de la cultura teniendo así comportamientos inadecuados.

Existe la **factibilidad** de realizar el presente proyecto ya que cuenta con el apoyo de las autoridades, maestros, estudiantes y padres de familia, quienes se convertirán en fuentes de información estadística para desarrollar el problema planteado, además se cuenta con los recursos necesarios para la realización del presente proyecto.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Determinar la influencia que tienen los programas televisivos infantiles en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar los programas televisivos infantiles que observan los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua.
- Establecer la alienación cultural de los niños y niñas de primer año
- Elaborar un paper

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la Unidad Educativa Madre Gertrudis del cantón Cevallos donde se desarrolla la investigación, se determina que no se han realizado investigaciones de este tipo, por lo que este trabajo será de gran utilidad para el desarrollo integral de los niños y niñas y de la Institución.

Por tal motivo los artículos científicos que sustentan este trabajo de acuerdo a la necesidad de la misma nos arrojan como resultados las siguientes investigaciones en temas relacionados a los programas televisivos infantiles y la alienación cultural.

Título: La violencia en los programas televisivos

Autor: Daniel Cohen

Resumen:

“Los niños en edad preescolar, comenzando desde los dos años, miran alrededor de tres mil horas de TV antes de ingresar al primer grado del ciclo básico, durante el período de enseñanza primaria y secundaria, los estudiantes acumulan alrededor de diez mil horas de asistencia a clase, mientras que en el mismo tiempo gastan un promedio de quince mil horas frente a un aparato de TV

Un hecho importante descubierto en las investigaciones de la violencia en la TV es el fenómeno del aprendizaje observacional, Teoría avalada por muchos científicos que distinguen entre la adquisición de una conducta y su ejecución, de modo que la conducta aprendida puede ser almacenada y ejecutada posteriormente si se presentan las circunstancias apropiadas” (Cohen, 2014, p. 3).

Ante lo expuesto, es inadmisibles pensar que la televisión es una forma de entretenimiento inofensivo, sobre todo que los niños son inducidos ingenuamente por los contenidos televisivos que se desarrollan y esto les atrae constantemente,

siendo las personas adultas los únicos responsables en ofrecer protección y controlar este problema social que afrontan sus hijos, además, la orientación también debe ser presentada desde la escuela y no solo la familia y así evitar los diferentes mensajes, imágenes, que se transmiten.

Título: La influencia de la televisión en los niños

Autor: Laura Perlado, María Sevillano

Resumen:

“En este artículo se exponen los resultados más relevantes de una investigación que pretendía analizar la influencia que ejerce el medio televisivo en los niños con edades comprendidas entre los 6, 7 y 8 años. Un cuestionario conformado por 55 preguntas, agrupadas en diferentes dimensiones y de opciones múltiples fue aplicado a una muestra de 432 niños con edades de 6, 7 y 8 años procedentes de 8 centros educativos de Zaragoza (España), acerca de la influencia que la televisión genera en ellos. Para el análisis de los resultados se utilizaron las pruebas pertinentes. Como conclusiones más relevantes de esta investigación se puede constatar que: los niños muestran interés por todos los programas infantiles que incluyen escenas de acción y violencia, relegando a segundo término los educativos; la publicidad moldea decisivamente la mente de estos niños, los niños pasan la mayoría de su tiempo libre sentados frente al televisor, la publicidad de los juguetes es percibida por ellos como engañosa.” (Perlado & Sevillano, 2014, p. 4).

La programación infantil en exceso en los hogares se da por la mayor propagación de aparatos televisivos en el entorno doméstico, agregando sobre todo el interés que demuestra el niño a dichos programas, los padres de familia y docentes no se dan cuenta o se concientizan del consumismo que está generando la televisión en los más pequeños y al no tener un control diario en sus actividades ellos dedican el mayor tiempo posible a ver TV.

Título: Violencia en televisión: análisis de una serie popular de dibujos animados

Autor: Carolina Bringas, Miguel Díaz, Francisco Rodríguez.

Resumen:

“Este estudio tiene como objetivo el análisis de la violencia en televisión, utilizando la técnica del análisis de contenido, de una serie de dibujos

animados con mucha popularidad entre nuestra población infantil: Los Simpsons. La muestra utilizada son cuatro capítulos al azar, donde se ha tratado de determinar las características personales y situacionales de quién comete y recibe las conductas agresivas, que hemos considerado como el agresor y la víctima respectivamente, así como las características de las propias conductas violentas en la serie de dibujos animados. Los resultados confirman que el personaje agresivo posee cualidades atractivas, siendo su comportamiento predominante la violencia física que va a interpretarse como divertida y justificada” (Bringas, Díaz, & Rofríguez, 2015, p. 6).

La televisión, fomenta la creación de estereotipos, nos dice cómo debemos comportarnos, como debemos ser físicamente, que ropa debemos llevar, que debemos comer, a quien debemos admirar o despreciar, y en general influye en todos los aspectos de la vida. Además, esto no suele hacerse de una forma abierta y directa como sería el caso de la publicidad, sino que la mayoría de las veces, ocurre de manera que no nos damos cuenta. Por muy crítico que se sea con la televisión, no se puede negar que a todos nos influye de alguna manera, aunque no nos demos cuenta lo llevamos en el subconsciente.

Título: Programación infantil y TV sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar

Autor: Patricia Digón Regueiro

Resumen:

“El panorama de la televisión para niños en España está estrechamente vinculado al modelo comercial de TV imperante. El análisis de programas infantiles emitidos en un canal autonómico de la televisión pública española permite observar, no sólo la poca inversión realizada en los programas destinados al público infantil, sino la inclusión de toda una serie de contenidos y valores que se podrían considerar como poco adecuados desde un punto de vista educativo” (Digón, 2014, p. 11).

La TV a corto y largo plazo, ha impulsado prácticamente a todos los niños y niñas a desear un estilo de vida más activo, cambiante y a perder de esta manera la cultura que nos han inculcado nuestros padres. Cabe indicar que muchos de los padres son culpables por inculcar malos hábitos como por ejemplo podemos decir; al compartir los alimentos en la sala viendo televisión y no de la manera correcta como es compartir los alimentos en la mesa y en familia.

Título: La influencia cultural de la televisión

Autor: Valerio Fuenzalida

Resumen:

“La televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en nuestras sociedades, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes de la cotidianidad que nos rodea, expresada en la producción de diversas formas de producción de mensajes, pero también en la instalación de un modo de vinculación con sus públicos, que no hemos llegado a interpretar en toda su significación, De allí la abundancia de estudios que han intentado "medir" el impacto cultural de la televisión como medio. Estos trabajos han mostrado -en muchos casos- limitaciones de enfoque que han impedido una comprensión cabal de los niveles y planos que es preciso contemplar cuando se pretende entender la influencia cultural de la televisión” (Fuenzalida V. , 2013, p. 13).

El observar la TV por lo general es el pasatiempo favorito de los niños, niñas y adolescentes, este tipo de aparato entretiene, informa pero también puede influenciar de una forma negativa, el tiempo que dedica al televisor ese tiempo se reduce a las diferentes actividades recreativas, físicas, pedagógicas que ayudan en su formación, entre las que se encuentra actividades escolares, juegos, comunicación familiar, lectura, relaciones sociales entre otras, agregando que los niños no pueden diferenciar entre la fantasía que se da en la televisión y la realidad actual.

Título: Los programas televisivos infantiles y su incidencia en el desarrollo cognitivo de los niños de 5 a 6 años de la unidad educativa Eloy Proaño de la parroquia de Quiroga, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

Autor: Holguín Holguín, Jessica del Rocío

Conclusiones:

“Mediante la investigación se pudo diagnosticar que la mayoría de niños y niñas de la Unidad Educativa Eloy Proaño en los hogares observan la totalidad del tiempo series televisivos como Pokemon, los Power Rangers, Dragón Ball Z, programas con argumentos elevados de agresividad, mala utilización del lenguaje, actitudes negativas que son imitados fácilmente y repetidos en las experiencias diarias, convirtiéndose en malos hábitos para su desarrollo cognitivo.

Se pudo comprobar que tanto padres de familia como docentes desconocen las consecuencias de los programas televisivos en el desarrollo del área cognitiva, por lo cual les gustaría conocer sobre un documento con bases teóricas que ayuden a superar esta dificultad encontrada en los niños y niñas de 5 a 6 años de la Unidad Educativa Eloy Proaño.

La mejor alternativa para aplicar los programas televisivos en el desarrollo cognitivo de los de los niños y niñas de 5 a 6 años de la Unidad Educativa “Eloy Proaño”, será una Guía de Talleres diseñada en forma ordenada, sistemática y práctica” (Holguín, 2015, p. 69).

De acuerdo a la investigación presentada se puede manifestar que a los niños y niñas les cuesta distinguir entre ficción y realidad, resulta injustificable que no exista una mayor regulación y un control seguro. Sobre publicidad y programas infantiles, los niños recurren a la televisión para satisfacer sus necesidades de distracción, para reducir las tensiones y en algunas ocasiones como medio para obtener información.

Título: Programas infantiles de televisión del canal Teleamazonas los fines de semana y su incidencia en la comunicación de los niños y niñas de la Escuela Jorge Carrera Andrade de la ciudad de Ambato.

Autor: Jessica Paola Ango Guamán

Conclusiones:

“El número de padres de familia que ven los programas infantiles de televisión con sus hijos es bajo.

Son escasos los padres de familia de la escuela fiscal mixta “Jorge Carrera Andrade” que consideran que los programas infantiles de televisión presentados por Teleamazonas los fines de semana tengan una influencia beneficiosa sobre sus hijos.

Son muy pocos los padres de familia de la escuela fiscal mixta “Jorge Carrera Andrade” que creen que los programas infantiles presentados por Teleamazonas los fines de semana coadyuvan a la educación de sus hijos” (Ango, 2015, p. 77).

Al no tener restricción, pueden aprender de manera errónea, que, si esos conocimientos no son aclarados inmediatamente, llegarán a producir efectos negativos en la conducta y vida social de los infantes, el cómo afecta este medio de información en la comunicación entre padres e hijos, se podría decir que es muy nociva en los procesos de comunicación no verbal, en especial en los momentos en que se la observa y no se presta la atención necesaria a los hijos.

Título: Los programas de televisión y el aprendizaje de los estudiantes de cuarto año de educación general básica de la Unidad Educativa “Santa Rosa” del cantón Ambato, provincia de Tungurahua

Autor: Luzuriaga Guamán Carmen Alexandra

Conclusiones:

“Los programas de televisión que más observan los niños son los dibujos animados, las telenovelas y las películas, los mismos que afectan de forma negativa a un gran porcentaje de la población estudiantil, debido a que en la mayoría de hogares existe un escaso control o ausencia de los padres, siendo estos los causantes de que los niños hagan mal uso de su tiempo libre, provocando graves efectos como la adicción a la televisión, conductas violentas, despreocupación en el cumplimiento de tareas y la pérdida de valores en los niños alterando así el normal aprendizaje de los estudiantes. Los estudiantes de quinto año de educación básica en su mayoría obtienen un aprendizaje aceptable, es decir alcanza los aprendizajes requeridos, sin embargo se debe tomar muy en cuenta indicadores como la realización de tareas y el tiempo dedicado a estas, ya que en su mayoría existe un alto grado de descuido por parte de los estudiantes que impide y limita su aprendizaje, debido a que los niños dedican mayor cantidad de tiempo a ver programas de televisión que afectan su interés y concentración por el estudio” (Luzuriaga, 2016, p. 72)

La sociedad siempre está haciendo uso de estos medios de comunicación en especial de los medios masivos ya que son fácilmente accesibles y de fácil utilización, los mismos que se han convertido en una necesidad para la vida cotidiana, además que permiten a los individuos mantenerse informados y tener accesibilidad a los mismos, estos ofrecen una variedad de contenidos, los mismos que se encuentran disponibles para una variedad de público.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El presente trabajo se realizará dentro del lineamiento crítico propositivo ya que estará dispuesto y aceptará cambios que sean necesarios para el mejoramiento de la investigación, y el propósito de la investigación será minimizar la influencia negativa de los programas televisivos en el cambio de comportamiento en los niños.

De acuerdo con Ortiz, R. (2014), “critico porque cuestiona los esquemas básicos de hacer investigación que están comprometidas con la lógica instrumental del poder..., ya que actualmente la sociedad está en una etapa de transformaciones en la educación debido a los profundos cambios sociales por lo que atraviesa. Propositivo en cuanto la investigación no se detiene en la contemplación pasiva de los fenómenos, sino que además plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y pro actividad”. (p.20)

Partiendo que lo moral no es más que juzgar de manera consiente, podemos empezar a decir que esta investigación, ayudará a tener más claro que todo lo que se haga, siempre tendrá repercusiones tanto positivas como negativas, una buena relación conmigo mismo me ayudará a relacionarme de una mejor manera con los demás.

Ahí radica la importancia que tiene este medio de comunicación para los niños que están en su pleno desarrollo cognitivo, una mala influencia que reciban ellos a través de este aparato podría repercutir en el crecimiento y desarrollo cultural, es por eso que se deberían dar cambios en el control de la programación televisiva, de tal manera que tengamos resultado positivos con respecto a las culturas y las relaciones interpersonales de los niños y niñas que están expuestos a muchas horas de televisión.

Es importante pensar que la influencia que tiene la televisión en los niños y la manera de relacionarse con los demás va estrechamente de la mano, nos ayudaría a poner reglas claras en nuestro hogar, sabiendo que, en la vida diaria, estamos obligados a mantener una relación social con otras personas.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA Capítulo III Derechos relacionados con el desarrollo

Art. 19.- La Ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la

producción racional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Sección quinta: Niñas, niños y adolescentes.

Art. 46.- El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:

7. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.

Art. 45.- Derecho a la información

Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a buscar y escoger información; y a utilizar los diferentes medios y fuentes de comunicación, con las limitaciones establecidas en la ley y aquellas que se derivan del ejercicio de la patria potestad.

Es deber del Estado, la sociedad y la familia, asegurar que la niñez y adolescencia reciban una información adecuada, veraz y pluralista; y proporcionarles orientación y una educación crítica que les permita ejercitar apropiadamente los derechos señalados en el inciso anterior.

Art. 46.- Prohibiciones relativas al derecho a la información

Se prohíbe:

1. La circulación de publicaciones, videos y grabaciones dirigidos y destinados a la niñez y adolescencia, que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo; y cualquier forma de acceso de niños, niñas y adolescentes a estos medios;

2. La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; y,

3. La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo.

En los diferentes procesos educativos para la descripción y comprensión de los diferentes fenómenos, al docente investigador se le facilita el utilizar tanto datos cualitativos como el conocimiento científico para así transformar una realidad bien sea social o humana. El paradigma crítico induce a la crítica reflexiva en los diferentes procesos de conocimiento como construcción social y de igual forma, este paradigma también induce a la crítica teniendo en cuenta la transformación de la realidad, pero basándose en la práctica y el sentido.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones (Ley Orgánica de Comunicación, 2010).

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

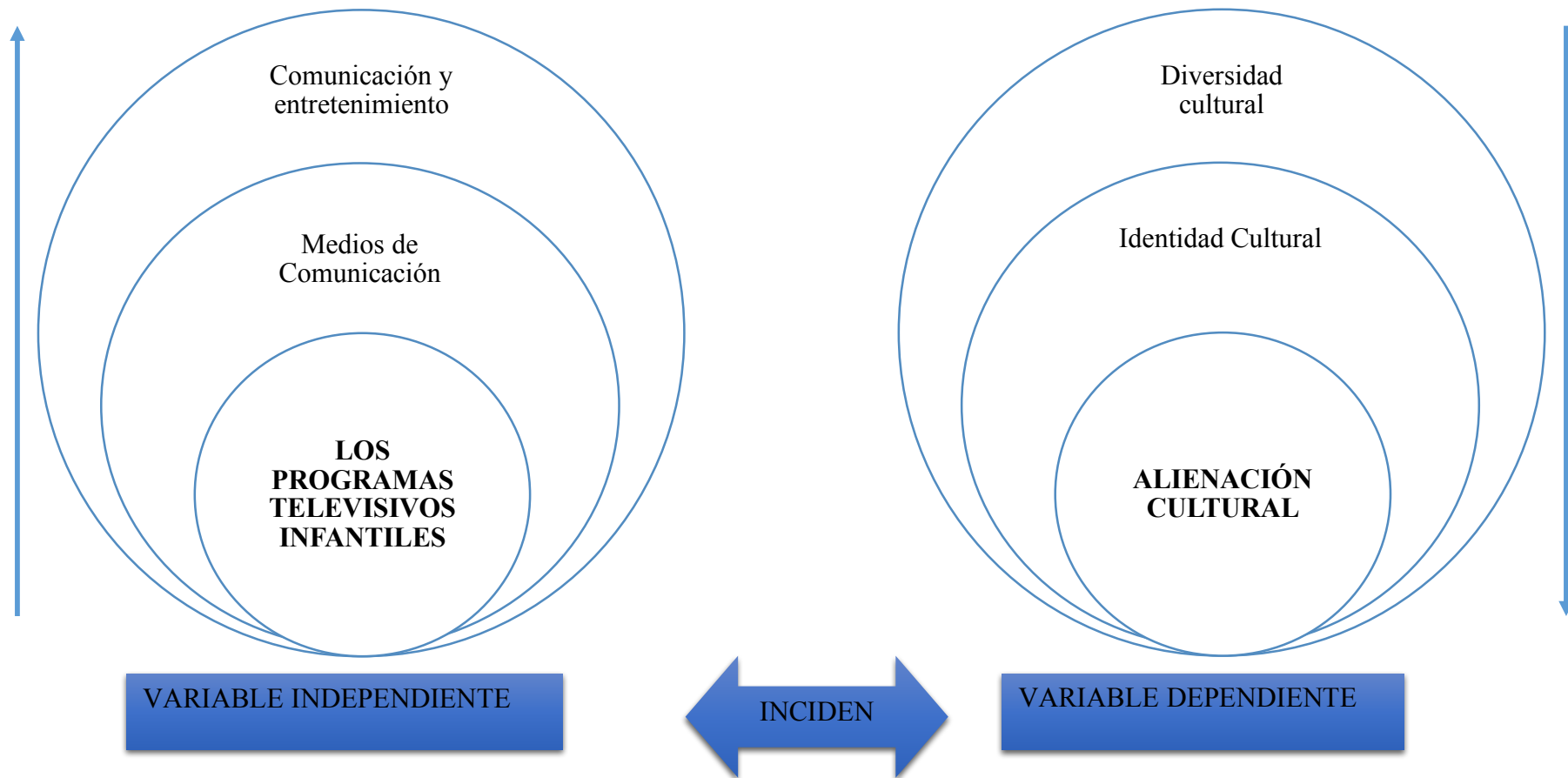


Gráfico N° 2: Categorías fundamentales
Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

CONSTELACIÓN DE IDEAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTILES



Gráfico N° 3: Constelación de ideas de la variable independiente
Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

CONSTELACIÓN DE IDEAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: ALIENACIÓN CULTURAL



Gráfico N° 4: Constelación de ideas de la variable dependiente
Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

2.4.1. Fundamentación teórica de la variable independiente

PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTILES

Definición

Los programas televisivos infantiles, en lo general se encuentran representados por dibujos animados, llamando la atención de los niños y niñas al ver algo fuera de lo natural, como son superhéroes, magos, personas que vuelan hechos irreales que encantan a los más pequeños.

Según Holguín (2015) argumenta que "Es cualquier programa de televisión que estimula las necesidades educativas e informativas de niños menores de 16 años, incluyendo las necesidades intelectuales, cognitivas, sociales o emocionales" (p. 13); por tal motivo para que un programa televisivo infantil se calificado como programa educativo tiene que cumplir ciertos requisitos con objetivos proyectados que aporten positivamente en la formación integral de los niños y niñas.

“Un programa infantil es un programa dirigido a los niños que se emite por televisión en horarios matutinos o vespertinos y que contienen dibujos animados, información musical en algunos de los casos y concursos. También hay programas para más pequeños como por ejemplo Barney o los Teletubbies que sirven a la vez de entretener educar a los niños de 0 a 6 años” (Baird, 2015, p. 3).

Los programas de televisión representan un medio de comunicación que originan estímulos audiovisuales en las personas, principalmente a los niños y niñas, dichos programas forman parte de la vida diaria, la mayoría de niños acuden a la televisión para distraerse, divertirse, reducir tensiones y además como un medio para obtener información,

Importancia

En la actualidad la sociedad por motivos laborales, han tenido la necesidad de dejar a los niños y niñas al cuidado de familiares en sus hogares y de esta forma

originando una ruptura emocional entre padres e hijos y esto ha ocasionado que la enseñanza de valores pase a otras manos y en la mayoría de casos a medios de comunicación y entretenimiento como son la televisión y sus programas televisivos.

El principal papel que desempeña la televisión es la comunicación es muy importante ya que no solo entretiene, sino que hoy en día se ha convertido en un medio de comunicación que orienta y enseña a sus televidentes, tomando en cuenta que se debe ver programas adecuados y formativos.

El problema radica en el contenido de los programas televisivos que no siempre son adecuados para la audiencia infantil, conteniendo mucha violencia y por esta razón está alejado del objetivo por lo que fue creado, entretener, comunicar y enseñar a la población de manera sana

Audiencia

La audiencia es muy importante para los medios de comunicación y sobre todo en los programas televisivos, ya que de ello depende dicha programación para seguir al aire.

“La audiencia para el programador televisivo no sólo es un sujeto mensurable en su actualización a través del rating, tampoco es sólo el potencial, sino que además constituye un cálculo previo de expectativas, que en algunos casos se puede predecir cuantificando su intención de visionado, y se puede adaptar un texto en producción para intentar satisfacer mejor, seducir a la audiencia potencial e incrementar la audiencia actual”. (Fuenzalida, 2015, p. 36)

Uno de los grandes desarrollos en los últimos años ha sido el creciente interés por el análisis de los fans como un tipo de audiencia diferenciada. Esta investigación no se detendrá en exceso en esta nueva sub-tradición que cuenta ya con una surtida literatura, aunque si se considera interesante introducir algunas nociones.

Entre los principales personajes que mejoran la audiencia se puede detallar los siguientes:

Niños: Son aquellos seres humanos que transcurren en los primeros años de vida comúnmente llamado primera instancia de la vida. Los niños usualmente son entendidos como tales hasta los doce a catorce años en términos generales.

Familias: La familia es un grupo de personas unidas por vínculos de parentesco, ya sea consanguíneo, por matrimonio o adopción que viven juntos por un período indefinido de tiempo.

Empresarios: Un empresario, en términos simples, es aquella persona que crea o adquiere un negocio o empresa, y luego, se dedica a trabajar en él y hacerlo crecer.

Clasificación de los programas televisivos infantiles

Los programas televisivos son aquellos espacios audiovisuales que no solamente tiene la finalidad publicitaria, dichos programas son agrupados según su función, instrumento, entretenimiento y formativos. Entre los principales se expone:

Dibujos animados: “los dibujos animados se han convertido en los preferidos por la audiencia infantil, de ahí que la animación tenga cabida dentro de cualquier tipo de género

Series de ficción: lo que caracteriza a las series de televisión es la secuencialidad temporal y episódica, pues suelen estar constituidas en capítulos ficcionales que se alargan en el tiempo temporada tras temporada

Largometrajes: los largometrajes suelen ocupar un lugar importante dentro de las programaciones de televisión por convertirse en momentos para la diversión y el espectáculo; las películas suelen traspasar la gran pantalla para formar parte de las parrillas de la televisión

Magacines: el magacín constituye uno de los formatos por excelencia de la historia de la televisión, puesto que este tipo de formato da mucho juego para la inclusión de la variedad, el entretenimiento, el espectáculo, la información, etc.,

Concursos: Existen diversidad de concursos –deportivos, educativos, musicales, etc.- que tienen un carácter puramente competitivo y de entretenimiento

Talk-Show: el talk-show destinado a un público infantil casi siempre ha tenido una finalidad educativa, más que atender a las historias de vida narradas por sus propios protagonistas; en el caso infantil el talk-show suele recurrir a las fórmulas del debate y la entrevista como forma de evaluar y comentar diversas informaciones” (Melgarejo & Rodríguez, 2015, p. 6).

Es difícil encontrar un programa infantil que cumpla con características o aspectos formales que expongan un género informativo, hoy en día por decretos que ha establecido el gobierno actual se están transmitiendo programas infantiles que orientan en el ámbito familiar, social, tecnológico y cultural; por tal motivo la diversidad de formatos de series de ficción, magazines, dibujos animados, concursos, realitys; que en la mayoría de casos aportan muy poco en la propagación de la cultura y tradición, tomando en cuenta estas premisas se efectúa el estudio de los programas infantiles entre lo cual se tiene.

Riesgos de ver demasiada televisión para los niños

Los niños que ven demasiada televisión están expuestos a un mayor número de riesgos para su desarrollo intelectual y emocional. Algunos de ellos son los siguientes:

Malas notas en la escuela. “Sucede al dedicar más tiempo a la televisión que a los deberes y al estudio.

Leer menos libros. Demasiada televisión resta tiempo a la lectura.

Menos ejercicio físico. La televisión supone un grave peligro de sedentarismo para los niños.

Problemas de sobrepeso. El sedentarismo unido a un mayor consumo de snacks y productos calóricos durante el tiempo que pasan sentados delante de la televisión puede aumentar su riesgo de obesidad.

Convertirse en niños pasivos. La celeridad con la que pasan las secuencias de las imágenes en televisión puede hacer perder a los niños por otros juegos tradicionales, que para ellos, se convierten en lentos, aburridos y sin interés”. (Aquino, 2014, p. 203)

El ver demasiada televisión proporciona a los niños varios riesgos ya sea en el ámbito académico o en la salud, se vuelven sedentarios, dejan a un lado las tareas escolares y dedican mucho tiempo a sus programas favoritos de televisión, no cuidan su salud física ya que pierden el interés en realizar deportes, consumen comida chatarra influenciados por la gran publicidad que se presenta en los canales televisivos, es decir cada vez más los niños sin control se vuelven adictos a la pantalla

Factores de elección de los programas infantiles

La forma correcta de elegir los programas infantiles en la TV con un contenido formal, educativo se establecen los siguientes campos de acción.

Relación niño – familia.- “La principal acción del adulto, es orientar y explicar el contenido del programa, las acciones que tienen los protagonistas, si son reales o no, justo en el instante que ve televisión con el niño” (Ayerve, 2015, p. 20). Se establece alternativas novedoras de comunicación entre los niños, y por ende se infunda valores familiares principalmente el respeto, la voluntad y equidad.

Creadora de espacios.- “Aquí, el medio televisivo promueve enriquecer encuentros entre los niños, niñas, adolescentes con los adultos para poder entender de mejor manera todos los hechos que están afectando nuestra vida” (Trujillo, 2014, p. 14). En este campo se establece el como comportarse en el hogar, como convivir con las demás personas que estan dentro de su círculo familiar y que el niño los vaya identificando.

Manifestación de la Realidad: “Durante la programación infantil, se muestran actores que se presentan como héroes otros como villanos, será de suma importancia que esta caracterización sea explicada a los niños mediante la compañía del adulto, para que no de paso a la distorsión entre lo que es real y lo que es fantasía” (Trujillo, 2014, p. 15). Este tipo de manifestación se presenta en los anuncios publicitarios, donde la persona que en ese momento esta viendo la televisión, se centra en el programa o producto demayor relevancia o aceptación.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Definición

“Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar

de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales". (Sandoval, 2014)

El medio social en el que los seres humanos nos desarrollamos nos encontramos con un sin número de seres, objetos, cosas, tecnología y es así que el mismo ser humano se ha ideado una gran variedad de cosas crea algo para beneficio propio y de los demás, siendo el autor de aparatos de última tecnología como la computadora, el internet y la televisión del cuál vamos a hacer referencia la programación que transmite debido que tiene programas educativos que pueden servirle al niño.

Tipos de medio de comunicación

Se debe destacar que los medios de comunicación tienen una clasificación de forma de general, según los tipos de comunicación que engloban:

***Medios Auxiliares o Complementarios:** "estos afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos.*

***Medios Alternativos:** Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. En segundo lugar, cada uno de estos grupos incluye una diversidad de tipos de medios de comunicación, como se podrá ver en detalle a continuación:*

***Medios Masivos:** Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios medidos. Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación (Palermo F. , 2016)*

***Televisión:** Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento.*

***Radio:** Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad.*

***Periódicos:** Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales.
Revistas: Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales.*

***Muestreo:** Cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto.*

***Medios Auxiliares o Complementarios:** Este grupo de medios incluye los siguientes tipos de medios de comunicación:*

Medios en Exteriores o Publicidad Exterior: Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre”. (Palermo F. , 2013, p.29)

Para establecer una comunicación se debe tener en cuenta que exista un emisor y receptor al igual que un mensaje, caso contrario se podría decir que, y cómo se comunicarían, se debe destacar que dicha comunicación se lo realiza por diferentes medios; sean estos tecnológicos, por el lenguaje de la persona, además por medios de señas, mímicas o símbolos en el caso de personas con discapacidad auditiva o bucal. Finalmente, el emisor quien quiere dar un mensaje debe hacerlo utilizando cualquier medio masivo o medio alternativo.

Características.

- ***“Son generadores de nuevas tendencias sociales, desde las actitudes políticas hasta las normas o los valores, pasando por las modas o las necesidades de consumo.***
- ***Se presentan como el gran escaparate publicitario, estableciéndose como herramientas imprescindibles del desarrollo comercial y económico.***
- ***Favorecen el intercambio de ideas, promoviendo el conocimiento de otras culturas y realidades y enriqueciendo y diversificando las realidades locales, edificando la llamada aldea global”. (Hiru, 2013)***

Estos medios de comunicación establecen el inicio de la mencionada cultura de masas, la cual se va nutriendo cultural e interculturalmente en un porcentaje muy alto de la población, permitiendo que la estructura social sea más uniforme.

Funciones

En condiciones ideales, se han establecido tres funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación de masas:

Informar. “Hasta la llegada de las nuevas tecnologías, eran la fuente básica de noticias, opinión y control de los poderes políticos.

Formar. Los medios son un canal fundamental para la recepción de conocimientos y productos culturales como piezas literarias, teatrales, cinematográficas o musicales.

Entretener. Son igualmente plataformas insustituibles de difusión de contenidos como eventos deportivos o programas de variedades”. (Hiru, 2013)

Es decir, para comunicar o intercambiar la información el emisor quien emite el mensaje a un receptor a través de un canal esperando una respuesta del emisor se está realizando una comunicación para ello se ha visto que contiene muchas funciones y no solo esto, sino que para el dialogo se vale de un canal es decir puede ser voz del ser humano, celular, carta etc.

Estructura según su carácter

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

Informativos: “Su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general” (Sánchez, 2014). Los medios informativos que tienen mayor representatividad son los noticieros, de igual forma las emisoras que difunden noticias en el día al igual las revistas de información y análisis, siendo el más representativo los periódicos o prensa.

De entretenimiento: “Hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, entre otros” (Sánchez, 2014). Actualmente es el más utilizado y de mayor éxito en la comunicación, se ha dado un paso muy importante en el entretenimiento, a pesar de ser muy criticado, al ser utilizada correctamente puede alcanzar importantes fines específicos.

De análisis: “Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos” (Sánchez, 2014). La principal finalidad de este medio es el de explicar, investigar, examinar lo que está sucediendo y de esta forma dar mayor credibilidad a la noticia, más que

todo para que el lector pueda entender las causas y consecuencias de la noticia que este leyendo.

Especializados: “Dentro de este tipo de medios entran los culturales, los científicos y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público” (Sandoval, 2014). Las noticias de este medio no son muy trascendentes, pero hay que tomar en cuenta que son investigados ampliamente y rigurosamente tratados.

COMUNICACIÓN Y ENTRETENIMIENTO

Comunicación

En términos generales, comunicación es el proceso de trasmisión y recepción de ideas, información y mensajes. Vivimos en un tiempo en que la comunicación está en una etapa de grandes avances; pero debemos comprender que no es algo inventado en este siglo ni en el anterior. Existe desde que el género humano apareció sobre la tierra.

“Los humanos somos seres sociales por naturaleza y, por lo tanto, tenemos la necesidad de relacionarnos con los demás y dejar constancia de nuestra existencia. En la antigüedad, Aristóteles estableció un modelo y la importancia de la comunicación. Sirve para influir en las personas; los mensajes comunicativos, al ser un estímulo, buscan provocar una conducta deseada en el receptor”. (Zurita, 2013, p. 93)

Para comunicarnos no basta escribir o hablar. Es pertinente considerar los aspectos culturales de los pueblos y sociedades, las características personales de los individuos, hasta el lugar donde viven y su naturaleza étnica, sin olvidar la estratificación social.

Elementos de la Comunicación

También en la comunicación tenemos sus elementos los cuales son importantes para todos los seres humanos:

*El emisor: “El emisor es la persona que envía el mensaje a otra persona.
El receptor: Es la persona que recibe el mensaje enviado por el emisor.
El mensaje: El mensaje es el contenido que una persona le hace saber a otra se transmiten mediante códigos, claves, imágenes, etc., cuya información debe ser interpretada por el receptor.
El código. Es el conjunto de claves o idioma que se utilice y son utilizados para para transferir el mensaje.
El canal. Es el medio a través del cual se envía el mensaje.
El contexto. Se refiere al entorno donde se lleva a cabo la comunicación”.*
(Zurita, 2013, p. 103)

En términos individuales, el hombre se comunica con sus actitudes, con los movimientos de su cuerpo, de sus manos o movimientos de los ojos, la expresión de su cara. Lo anterior nos lleva a concluir que, aunque la comunicación adopta múltiples formas, las más importantes son la comunicación verbal y la comunicación no verbal.

Tipos de Procesos Comunicativos:

La comunicación unilateral: Es tipo de comunicación se da cuando el emisor envía un mensaje hacia el receptor el cual lo recibe, pero sin dar una respuesta al mensaje recibido.

La comunicación bilateral: Es cuando el emisor envía un mensaje al receptor lo cual el al recibirlo se convierte en emisor para él envió de uno nuevo mensaje convirtiendo el primer emisor en receptor del mensaje.

Características.

*“Son generadores de nuevas tendencias sociales, desde las actitudes políticas hasta las normas o los valores, pasando por las modas o las necesidades de consumo.
Se presentan como el gran escaparate publicitario, estableciéndose como herramientas imprescindibles del desarrollo comercial y económico.
Favorecen el intercambio de ideas, promoviendo el conocimiento de otras culturas y realidades y enriqueciendo y diversificando las realidades locales, edificando la llamada aldea global”.* (Palermo, 2013, p.29)

Los medios de comunicación constituyen el origen de la denominada cultura de masas, de donde se nutre cultural e intelectualmente un alto porcentaje de la población, lo que hace que la estructura social sea más homogénea.

Funciones

En condiciones ideales, se han establecido tres funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación de masas:

Informar. “Hasta la llegada de las nuevas tecnologías, eran la fuente básica de noticias, opinión y control de los poderes políticos.

Formar. Los medios son un canal fundamental para la recepción de conocimientos y productos culturales como piezas literarias.

Entretener. Son igualmente plataformas insustituibles de difusión de contenidos como eventos deportivos o programas de variedades”. (Hiru, 2013)

Es decir, para comunicar o intercambiar la información el emisor quien emite el mensaje a un receptor a través de un canal esperando una respuesta del emisor se está realizando una comunicación para ello se ha visto que contiene muchas funciones y no solo esto, sino que para el dialogo se vale de un canal es decir puede ser voz del ser humano, celular, carta etc.

Entretenimiento

El entretenimiento se basa en divertir y llamar la atención de los televidentes y de esta forma relajar y distraer, además se fusiona con la educación originando formas más eficaces de aprender

“La diversión o entretenimiento, utilidad social e información. Los medios en general se usan con un fin específico, la audiencia selecciona el medio y los contenidos según sus necesidades hay quienes prefieren informarse y otros ven series porque les gusta identificarse con la realidad en ellas representada. Así, los hombres suelen ver programas de actualidad, informativos, deportes y concursos; mientras que las mujeres, de una clase social inferior y que no trabajan, ven más televisión que los anteriores y ven series, películas, novelas y programas infantiles”. (Hiru, 2013)

Las personas de la tercera edad observan gran parte de programas y junto a los más vulnerables es decir a los niños y niñas, son los que mayor tiempo pasan en la TV, ya que la forma de entretener es su mayor pasatiempo.

Importancia

“Los programas de entretenimiento causan como principal efecto una alteración de la percepción de valores, al transmitir sobre todo competitividad violenta, ya que la televisión da preferencia a programas de falsos valores” (Berrospi, 2014, p. 142).

El negocio televisivo representa una de las mayores industrias de entretenimiento en la sociedad actual. Desde el punto de vista de las audiencias, la búsqueda del disfrute es la principal razón por la que el espectador medio ve un producto audiovisual como las series, los concursos o cualquier programa televisivo no informativo.

Clases de entretenimiento

Chatear.- “La acepción de la palabra Chat es amplia, y por lo general cumplen la función de comunicar a dos o más personas

Danza.- Es el arte, de expresarse mediante movimientos del cuerpo, generalmente, acompañados de ritmos musicales.

Cine.- Es un espectáculo artístico, normalmente itinerante, que incluye a acróbatas, payasos, magos, adiestradores de animales y otros artistas.

Deporte.- Es toda aquella actividad que involucra movimiento físico, a menudo asociadas a la competitividad.

Juego.- Es la actividad recreativa que cuenta con la participación con uno o más participantes, su función primordial es proporcionar entretenimiento y diversión aunque puede cumplir con un papel educativo.

Internet.- ayuda a resolver todas las dudas y además ayuda a entretenerse mediante videos, imágenes, en un medio visual”. (Cañar, 2013, p. 41)

Hoy en día las diferentes sociedades industrializadas dependen de los diferentes medios de comunicación existentes ya que les ayuda en sus labores comerciales y así lograr difundir la información del producto, empresa, servicio de una forma más acertada, logrando que observen varias personas dicha información, por tal motivo existe una relación muy estrecha entre los grupos económicos y las cadenas de comunicación.

2.4.2. Fundamentación teórica de la variable dependiente

DIVERSIDAD CULTURAL

Definición

“Se entiende por diversidad cultural a la variedad de culturas dentro de un grupo de personas o sociedad. Este tipo de diversidad se refleja, por ejemplo, en la existencia de diferentes etnias, idiomas, tradiciones y costumbres dentro de un mismo entorno humano”. (Propiedad Intelectual, 2015)

A lo manifestado por el autor se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Se manifiestan en los modos de creación artística, en la producción, difusión, distribución y disfrute de los mismos, cualesquiera medios y tecnologías utilizados.

La diversidad étnica cultural del Ecuador reflejada a través de los grupos étnicos, las lenguas nativas, culturas precolombinas, artesanías, juegos o deportes tradicionales y gastronomía:

Importancia

- *“La Diversidad Cultural tiene como base su patrimonio como expresión propia. Es muy significativa por sus poblaciones y sus ecosistemas diversos naturales como el alimenticio.*
- *Para proteger esta diversidad cultural deben impulsarse investigaciones científicas es la base del desarrollo, políticas culturales y trabajar con enfoques multisectoriales integral, realizar alianzas con el sector educativo y público y las comunidades de base. Esto es fundamental para el desarrollo de la sociedad”. (Castro E. , 2014, p. 12)*

En muchas ocasiones, la supervivencia de una cultura se ve amenazada por el avance de otra cultura con vocación hegemónica, en estos casos, el gobierno y las instituciones deben proteger a la cultura que tiene menos poder para garantizar su subsistencia y, asegurar la diversidad cultural.

Aspectos de la diversidad cultural

*“Respetar las diferencias y alcanzar a través de ellas el enriquecimiento mutuo; considera que los grupos de aprendizaje son heterogéneos, lo que determina que los procesos de enseñanza y aprendizaje se vean sumamente enriquecidos por el aporte de cada uno de los participantes.
Valorar el pluralismo cultural; Es fundamental que el docente considere que no existen grupos homogéneos de aprendizaje.
Aceptar sin prejuicios la diversidad; La diversidad propicia el intercambio de puntos de vista diferentes que enriquecen sobre las distintas temáticas tratadas, porque la lógica de la diversidad sustituye a la homogeneidad.
Atender las desigualdades; es preciso trabajar en función de las desigualdades, una escuela donde puedan ingresar todos los niños/as con sus saberes sus costumbres y sentimientos
Considerar el derecho a la educación de todos/as y cada uno de los niños/as en función de sus características y necesidades; Conviene establecer una gran variedad y diversidad de actividades que tengan en cuenta las necesidades y los ritmos de aprendizaje de los pequeños” (Gil, 2014, p. 38).*

Estas actividades son privilegiadas para la dependencia individual con los niños, además permite fortalecer la autonomía mejorando así su progreso formativo, se debe organizar varias actividades con los niños y niñas enfocándose en la diversidad sean estas, bailar, cantar, realizar rondas infantiles, preparando disfraces de diferentes culturas y jugar, realizando demostraciones de las distintas etnias del país, dando a conocer sus costumbres y tradiciones y de esta forma los niños tendrán conocimientos variado de las culturas del país además de sus tradiciones que se han perdido por culpa medios comunicacionales que han introducido fiestas extranjeras al país.

Diversidad cultural del Ecuador

Desde los primeros indicios, el hombre se fue formando dentro de una identidad cultural, es así que en el Ecuador la identidad cultural y social la trae desde hace mucho tiempo atrás, es porque:

Grupos étnicos.- *“El 77,4 % de la población del Ecuador es mestiza, heredera de vertientes culturales indígenas y europeas. Junto a la población mestiza, se reconocen 13 nacionalidades indígenas:*

Lenguas nativas.- Existen 13 lenguas nativas: nueve en la región amazónica, cuatro en la Costa. Y el Kichwa hablada por la etnia Kichwa, que vive en el callejón interandino y son más de tres millones de kichwa-hablantes.

Culturas precolombinas.- El Ecuador es poseedor de un riquísimo patrimonio cultural, identificado desde lo más lejano y que tiene que ver con los orígenes mismos de lo que hoy se conoce como Ecuador.

Juegos o deportes tradicionales.- Que aún se practican en varios poblados del país, en las áreas rurales especialmente, sobresale el juego de la pelota nacional

Gastronomía.- Es otra de las fuertes expresiones culturales del Ecuador, peculiar y específica de cada zona del país. En la sierra, la cocina tiene fuerte influencia del mundo andino y sus platos típicos se relacionan con las festividades católicas, ejemplo son la fanesca, la colada morada acompañadas de las guaguas de pan, etc”. (Taxiaguano, 2016, p. 19)

La diversidad cultural es un aspecto que define y caracteriza a cada cultura sea por su gastronomía, sus costumbres o juegos además de las interacciones que existen entre las culturas coexistentes, además de la valoración y preservación de las culturas respetando las características propias de cada una de ellas considerándolas, así como patrimonio cultural dentro de una sociedad.

La diversidad cultural como realidad en los medios televisivos se encuentra obstaculizada por varios factores, a saber: el contexto económico de alta concentración, el industrialismo en que se producen los programas, la uniformidad de las prácticas de los profesionales, así como de las audiencias. Sin embargo, la diversidad se encuentra protegida por la forma en que se adaptan las propuestas globales a los contextos locales, por la manera en que las audiencias negocian con los significados de los contenidos, usan y se apropian de éstos o los rechazan.

IDENTIDAD CULTURAL

Definición

“La identidad cultural son valores, tradiciones y modos ver el comportamiento de la persona ante la sociedad, con el fin de pertenecer a las normas compartidas dentro de su cultura dominante, demás corresponde a las distintas identidades personales de cada individuo, donde

permite describir sus diferencias mediante sus culturas” (Toapanta, 2016, p. 49).

Contribuyendo a lo mencionado por la autora se argumenta que la identidad cultural ayuda al individuo a identificar, comprometerse y conocer las pertenencias culturales existentes en su sociedad, ciudad y país, a pesar que hoy en día la sociedad va adquiriendo nuevas creencias, extranjerismos que se destruyen las tradiciones culturales del país.

Importancia de la Identidad Cultural

“La identidad cultural es importante ya que obtiene distintos factores y características que son sometidos para sí mismos o cuando existan dos personas de la misma identidad, por cuanto pueden ser similares, ya que hay veces que se cuenta con las mismas vivencias, creencias, cualidades y sobre todo las similitudes físicas que poseen, además sus usos y costumbres ha podido determinar que las tareas y las sabidurías han permitido desarrollar de una manera eficiente sus eventos y tradiciones referentes a sí mismas” (Toapanta, 2016, p. 31).

Es importante para el niño, niña, adolescente tener conocimiento de su identidad, con el único fin de saber de dónde proviene, que cultura y tradición realizaban sus contemporáneos y así valorar sus costumbres y tradiciones, inculcando su cultura a los demás y así fortalecer su cultura.

Clasificación de la Identidad Cultural

Según Toapanta (2016) manifiesta que la identidad cultural se clasifica de la siguiente manera:

Tópica: “Consiste en las distintas categorías que son necesarias dentro de la identidad, como es lo social, religión y la economía.

Histórica: Es una herencia social en donde las personas realizan distintas actividades para poder adaptarse al ambiente social que le vida les rodea.

Mental: La identidad mental se identifica por los hábitos y costumbres que tiene cada persona, ya que de esta manera permite obtener una mayor distinción ante los demás.

Simbólico: La identidad simbólica permite apoyarse en distintos hábitos y costumbres, para que de esta manera puedan ser compartidos ante la sociedad sin ningún inconveniente” (Toapanta, 2016, p. 31).

La identidad cultural se ve focalizada en las tradiciones y costumbres que se han ido manifestando de generación a generación, sin perder la esencia cultural de donde se proviene para sentirse orgulloso de sus costumbres, sus tradiciones sobre todo ensalzar los símbolos a que representa.

Factores que influyen en la Identidad Cultural

Entre los factores que permite influir en la identidad cultural, se detalla a continuación:

Contexto Social: “Permite incrementar su crecimiento personal dentro de un contexto en donde puede ser diferenciado por varios factores que van influyendo su identidad a través de varias culturas y tradiciones” (Toapanta, 2016, p. 31). En este factr se puede alcanzar desafíos, ya que esta ligado a su cultura y tradiciones.

Contexto familiar: Toapanta, I. (2016) manifiesta que “las relaciones y parentescos familiares que han ido creciendo durante su infancia y lo que ha permitido tener un gran logro en cuanto a su identidad por parte de los jóvenes, además se han realizado para poder ser escuchados y poder expresarse en el medio ambiente que los rodea sin ningún conflicto” (29). Dentro de un contexto familiar se puede obtener una mejor relación con nuestros familiares, ya que de esta manera se obtiene su propia verdadera identidad.

Características de la identidad cultural

Entre las características de la identidad cultural, se puede comprender los siguientes aspectos:

Identidad Nacional: “Es un sentimiento que permite identificarse ante los demás, ya que se basa en la pertenencia a un estado o nación de distintas

maneras, basadas siempre en su cultura y la lengua, por cuanto las convenciones compartidas se basan en la identidad para que su actividad cultural sea una regla básica para toda la sociedad

Identidad de género: Es un grupo de pensamientos y sentimientos juntos, que hace que la persona pueda tener una identificación propia, tanto de género como su proceso psicológico y social que de hecho permita tener conciencia sobre su propia identidad, logrando de tal forma la auto preservación de la cultura, autonomía y su propia identidad cultural

Identidad Personal: Son varias características que tiene cada persona en diferencia a la de los demás, permitiendo de tal forma equilibrarse para poder tener pertenencia a diferentes grupos sociales o colectivos y lograr de tal manera una mayor información para una mejor identificación” (Toapanta, 2016, p. 52).

La interculturalidad es importante en este sentido ya que inicia la relación de los grupos socioculturales y así desarrollar diferentes tipos de culturas, mejorando la unidad nacional al mismo tiempo respetando la diversidad de las mismas, se debe respetar las culturas externas y promoviendo la propia sin criticar la de otras sociedades.

Estrategias de la Identidad Cultural

Se da a conocer las siguientes estrategias para poder mejorar la identidad cultural, del cual se detalla a continuación:

Conocer a los alumnos y al educador: “Es necesario saber quiénes son los alumnos, para que de esta manera se pueda saber lo que piensa, lo que hacen y lo que sienten, ya que en base a esta estrategia se puede desarrollar sus culturas y costumbres ante la sociedad, logrando de tal forma mejorar su identidad.

Conocer el entorno físico y la comunidad: Se puede decir que el entorno físico y la comunidad son las fuentes más importantes para poder desarrollar de tal manera su aprendizaje, ya que su conocimiento es primordial porque permite que cada persona tenga su propia identidad, tanto en lo cultural, como en lo social y económico.

Establecer un diálogo cultural: Se observa que los educadores no siempre logran compartir sus costumbres y tradiciones con los estudiantes, además no permiten promocionar una información efectiva sobre las culturas, por cuanto no existe la relación interpersonal y de tal forma es importante el diálogo para que los estudiantes puedan establecer un mejor diálogo.

Establecer normas y pautas de convivencia: Es importante implantar las diferentes normas de convivencia, para que de esta manera se pueda

analizar, discutir y compartirla a las demás personas para que lo puedan aplicar de una manera correcta, teniendo en cuenta que estas normas deben ser respetadas y cumplidas para una mejor convivencia”. (Toapanta, 2016)

La identidad es el rasgo que precisamente nos da una existencia propia, autónoma y única. Es lo que nos diferencia de personas de otras latitudes. Sin embargo, existe en toda sociedad dependiente, sometida a presiones culturales de países hegemónicos, y más con los medios de comunicación masivos, un peligro real de pérdida de la identidad cultural. Se ha implantado códigos y valores en todo el mundo que globalizan la individualidad y la competitividad y la eficiencia.

ALIENACIÓN CULTURAL

Definición

“La alienación cultural es poseerse a sí mismo, cuando la actividad que realiza le anula, le hace salir de sí mismo y convertirse en otra cosa distinta a la que él mismo propiamente es” (Serrano, 2014, p. 16). Para el autor define a la alienación cultural la forma de apropiarse de algo que no es propio entre estos se tiene; la vestimenta, costumbres, religión, lenguaje ya que las sociedades se encuentran rodeadas en variedad.

La mayoría de personas se ven influenciados y aceptan el uso de las nuevas modas, y esto permite que se conviertan en entes consumidores. Esto provoca que las personas pierdan su identidad propia y lleguen a ser parte de la enajenación, porque se sienten presionadas ante los constantes cambios del entorno social, ocasionando distorsión en la cultura de cada individuo.

Importancia

“La alineación más que todo es un problema mental, falta de una identidad, pérdida de una cultura, no querer lo propio y más bien se fijarse en lo de afuera; copian la música, la vestimenta, la comida y así de esta manera se van perdiendo lo que es propio, lo que nos identifica y nos hace ser seguros

de nosotros mismos ante todos y ante cualquier problema que nos pueda aquejar” (Cruzado, 2015).

Se puede considera como un aislamiento moral, enfocado en los distintos factores que van cambiando en la sociedad general, ya que los adolescentes y los niños son los más propensos en adoptar otras culturas, costumbres y tradiciones

Modos de alienación

Publicidad y Consumo: “La Publicidad y Consumo fueron creadas como estrategia técnica de los medios que apelan a la emocionalidad de las personas estimulándolas al consumo. Por ejemplo: Perfumes con envases de formas eróticas, automóviles asociados al poder y al éxito, cremas anti arrugas entre otros.

Política e Instituciones: Este nivel tiene que ver con la propaganda, enfocadas a condicionar grandes masas respecto a posiciones políticas.

Valores y Patrones de conducta: El mensaje de los medios impone patrones de conducta ajenos al receptor. Por ejemplo: La industria cosmética impone patrones de belleza “juventud y éxito”

La Cotidianeidad: Se pone de manifiesto en nuestras relaciones sociales, en nuestros quehaceres domésticos diarios, no de acuerdo a nuestros hábitos, sino a los de ellos, haciendo perder nuestra identidad personal y cultural.

La realidad Virtual y Cultural: Los medios han generado una realidad virtual del mundo con una cosmovisión que no es nuestra alterando nuestras bases culturales, alienándonos constantemente, esto claro con la ayuda de los medios de comunicación que en realidad son medios de desinformación quienes se han convertido en Jueces de la Verdad”. (Tapia, 2013, p. 27)

Los contenidos de los programas educativos e informativos y de entretenimiento influyen en los hábitos de consumo de la Población. Las políticas sociales aparecen como decisiones del estado destinadas, a atenuar los efectos negativos de los problemas sociales generados por desigualdad económica, comprometiéndose a garantizar a los individuos un nivel de vida mínimo, cosa que no se ha cumplido, ya que enajenan todo este tipo de modos a la pérdida de la cultura que años tras año se perdiendo el interés.

Alienación en la cultura

En lo cultural: “Las tradiciones y costumbres de un pueblo o nacionalidad son parte esencial de la identidad cultural de una persona. Y a su vez, la cultura es la forma como una persona expresa su alegría, su fe, su tristeza o su honor, es decir, como manifiesta su interioridad.

En lo social: El problema de pérdida valores culturales es también de carácter social ya que mucha gente dice que se está dejando las prácticas culturales. Por lo cual ellos ya no consideran como una cultura diferente. Los jóvenes que viven en ciertos lugares o los que nacieron ya no usan nuestra vestimenta original en ciertos pueblos.

En lo religioso: Con el cambio a la religión evangélica van desapareciendo tradiciones, además de enfocarse en costumbres ajenas a lugares o pueblos, que tradicionalmente eran orgullosos de sus vestimentas.

En la vestimenta: Hoy en día la población a cambiado radicalmente su forma de vestir, esto se debe a que acogen modas extrañas que son promocionadas en la televisión, sean estos artistas, deportistas, actores, etc., se pierde las costumbres que diferenciaban a cada pueblo o ciudad.

En el idioma: Con los antecedentes expuestos es similar los casos el idioma kichwa poco a poco ha desaparecido ya porque sus padres no hablan con sus hijos, otros han adquirido otros idiomas o palabras que alteran su vocabulario.

En las costumbres: Son las más vulneradas ya que al pasar de los tiempos, en varios pueblos y ciudades han adoptado nuevas creencias y costumbres dejando de lado a las que normalmente se han venido realizando”.
(Obando, 2014, p. 39)

La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. Es la sociedad la que, a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad.

2.5. HIPÓTESIS

(H₁) Hipótesis Afirmativa

Los programas televisivos infantiles **si** influye en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

(H₀) Hipótesis Nula

Los programas televisivos infantiles **no** influyen en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable Independiente

Los programas televisivos infantiles

Variable Dependiente

La alienación cultural

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque fue cualitativo – cuantitativo, el primero tuvo como fin analizar la realidad de la investigación, es decir, las causas y efectos de los programas televisivos infantiles en la alienación cultural de los niños y niñas, entendiendo que la programación televisiva afectan en su manera de actuar, el segundo es una base para explicar el problema con datos reales para establecer el nivel de comportamiento pero de manera estadística, con porcentajes y gráficos, los datos permitieron la comprobación de la respectiva hipótesis.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo conjunto es decir se utilizará la investigación de campo y la bibliográfica, no experimental puesto que no se pretende manipular las variables.

3.2.1. Investigación Bibliográfica – Documental

La investigación es bibliografía documental, ya que permite recolectar, ampliar y profundizar datos y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos como: libros, revistas, periódicos, internet, folletos y otras publicaciones, que serán importantes para la realización del presente proyecto.

3.2.2. Investigación de Campo

La investigación se apoya en la modalidad de campo, puesto que, el estudio se realiza en el lugar que se producen los hechos vinculados a los aspectos que dificultan el proceso del comportamiento social en los estudiantes el cual se realiza

la respectiva investigación con la población de estudio siendo de una forma directa y en el lugar de los hechos en el Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Investigación exploratoria

Este tipo de investigación permitió identificar de una manera simple y sencilla el problema de estudio el cual encierra los programas televisivos infantiles, y da apertura a ideas de lo que se planteó. Esta investigación se realizó con el contacto y la familiarización con los niños y niñas de la institución educativa y posteriormente aplicar la respectiva encuesta.

3.3.2. Investigación descriptiva

Permitió el análisis descriptivo, de causas y consecuencias del problema con los resultados obtenidos a través de la ficha de observación desarrolladas, con el fin de establecer los indicadores que representan los programas televisivos infantiles y la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

3.3.3. Investigación Correlacional

Es correlacional porque permite determinar el grado de relación entre dos o más variables, se emplea esta investigación con único interés de interrelacionar las variables de la hipótesis, es decir, los programas televisivos infantiles inciden en la alienación cultural de los niños y niñas.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de esta investigación está formada por 54 niños, niñas y 53 padres de familia de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos que conforman la totalidad de la población, para lo cual no se requiere obtener una muestra mediante formula, por ser una población finita.

Involucrados	Numero	Porcentaje
Padres de familia	53	50%
Niños y niñas	54	50%
Total	107	100%

Cuadro N° 1: Población

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Por confiabilidad de la investigación se trabajará con toda la población. Por lo cual no es necesario sacar la muestra.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.5.1. Variable independiente: Programas Televisivos Infantiles

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
<p>Los programas televisivos infantiles es cualquier tipo de programa de televisión con diferente contenido que estimula las necesidades educativas e informativas de niños menores de 16 años, incluyendo las necesidades intelectuales, cognitivas, sociales o emocionales y que causan varios efectos en ellos. (Baird, 2015)</p>	Programas televisivos	<ul style="list-style-type: none"> • Informativo • Entretenimiento • Educativo • Infantil 	<p>¿Los niños dedican mucho tiempo para mirar televisión?</p> <p>¿Conocen lo que van a dar a cierta hora en los canales de televisión?</p> <p>¿Qué programas de Tv son los que le gustan más?</p>	<p>Técnica</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p>
	Contenido	<ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje inapropiado • Violencia • Maltrato • Insultos 	<p>¿Imitan acciones y actitudes de algún personaje?</p> <p>¿Ha observado rasgos de violencia a consecuencia de los programas infantiles?</p>	
	Efectos	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios de comportamiento • Limitación de conductas • Desinterés por el estudio. • Perdida de costumbres y cultura. 	<p>¿El comportamiento del niño y niña es agresivo frente a sus compañeros?</p> <p>¿Se concentran en sus estudios normalmente?</p> <p>¿Conocen sobre las costumbres que se realizan en la ciudad?</p>	

Cuadro N° 2: Operacionalización de variables – programas televisivos infantiles

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

3.5.2. Variable dependiente: Alienación de la cultura

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
<p>La alienación cultural es el modo de apropiarse de algo que no es nuestro, como: la vestimenta, formas de hablar, tradiciones, entre otras, debido a que la sociedad se encuentra rodeada por las grandes cantidades de masas, en donde modelos culturales de otros lugares desplazan a los propios provocando pérdida de identidad. (Serrano, 2014)</p>	Apropiación de cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos • Lenguaje • Vestimenta • Alimentación • Música 	<p>¿Los niños y niñas tienen otro tipo de hábitos a los que son habituales?</p> <p>¿Tienen algún tipo de lenguaje que les identifica con un personaje infantil o súper héroe?</p> <p>¿En su alimentación consideran los productos tradicionales o desean sodas, snacks?</p> <p>¿Los niños y niñas conocen de canciones nacionales?</p>	<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>
	Tradiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Valores • Creencias • Costumbres 	<p>¿Son respetuosos ante los docentes y sus compañeros?</p> <p>¿Sus padres les han conversado de algún tipo de creencias?</p> <p>¿Ellos conocen de costumbres de otros países o ciudades?</p>	
	Pérdida de identidad	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionalidad • Símbolos • Lenguaje • Tradiciones 	<p>¿Han mencionado que desean ser de otro país o ciudad?</p> <p>¿Conocen los símbolos patrios de la ciudad?</p> <p>¿conoce las tradiciones más relevantes de nuestro país?</p>	

Cuadro N° 3: Operacionalización de variables – Alienación de la cultura

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se aplicó la técnica de la observación mediante una lista de cotejo para los niños y niñas con la finalidad de determinar los programas televisivos infantiles como incide en la alienación cultural.

Preguntas básicas	Explicación
1.- ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos propuestos para la investigación.
2.- ¿De qué personas?	Niños y niñas de la institución
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Los programas televisivos infantiles y la alienación cultural
4.- ¿Quién lo realizara?	Freire Zurita Silvana Alejandra
5.- ¿Cuándo?	Año lectivo 2016
6.- ¿Dónde?	Unidad Educativa Madre Gertrudis
7.- ¿Cuántas Veces?	Dos veces
8.- ¿Qué técnicas de recolección se utilizaron?	Observación
9.- ¿Con que?	Ficha de observación
10.- ¿En qué situación?	En las aulas de la Institución.

Cuadro N° 4: Plan de recolección de la información
Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para poder realizar este trabajo de investigación se aplicaron instrumentos que fueron dirigidos a los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa Madre Gertrudis del Cantón Cevallos provincia de Tungurahua

Técnicas

- Encuesta

Instrumentos

- Cuestionario

3.8. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Una vez realizada la encuesta, los datos recogidos se transformaron siguiendo los siguientes procedimientos.

- Limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Corregir fallas de las respuestas
- Elaboración de gráficos con los resultados obtenidos
- Tabulación y análisis de datos de acuerdo con los objetivos planteados en el presente proyecto de investigación
- Comprobación de la hipótesis
- Establecer conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ENCUESTA APLICADA A LOS NIÑOS Y NIÑAS

Pregunta N°1: Los niños y niñas prefieren dibujos animados más que otros programas

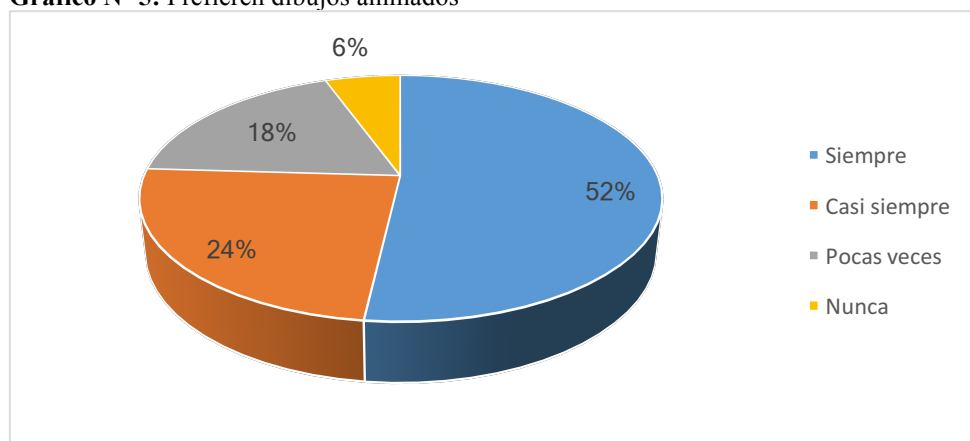
Cuadro N° 5: Prefieren dibujos animados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	28	52%
Casi siempre	13	24%
Pocas veces	10	18%
Nunca	3	6%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 5: Prefieren dibujos animados



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde al 100%; se escogieron las siguientes opciones 28 con el 52% siempre prefieren dibujos animados, 13 con el 24% casi siempre, 10 con 18% Pocas veces, 3 con el 6% Nunca son preferidos.

Interpretación: En un porcentaje mayoritario de niños y niñas han escogido la opción de siempre en lo que se refiere a los programas más vistos por ellos, es el programa que les entretiene, divierte, y aún más cuando son sus dibujos más preferidos, que inclusive dejan de realizar sus actividades cotidianas para verlos.

Pregunta N°2: Los programas infantiles fortalecen la personalidad del niño o niña

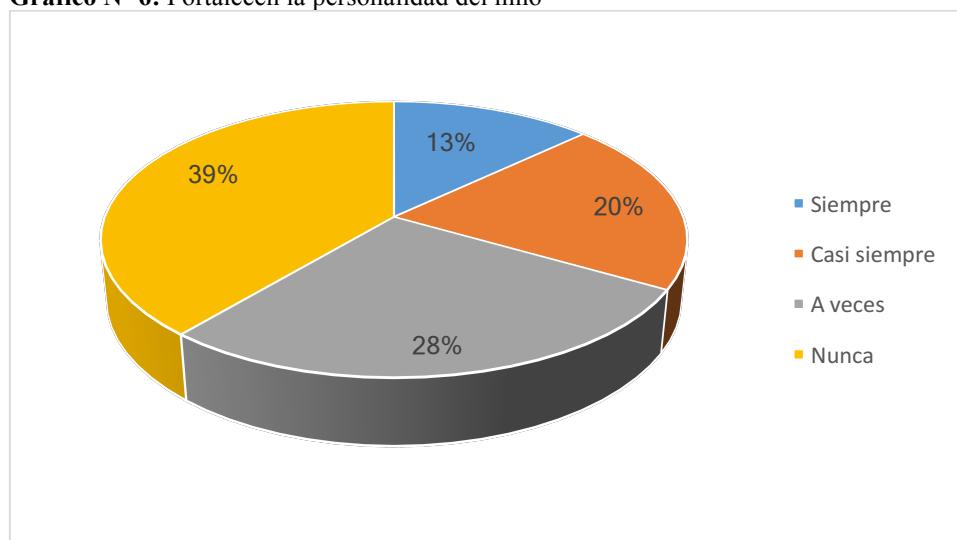
Cuadro N° 6: Fortalecen la personalidad del niño

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	13%
Casi siempre	11	20%
Pocas veces	15	28%
Nunca	21	39%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 6: Fortalecen la personalidad del niño



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde al 100%; se escogieron las siguientes opciones 21 con el 39% Nunca fortalece la personalidad, 15 con el 28% Pocas veces, 11 con 20% Casi siempre, 7 con el 13% Siempre.

Interpretación: La mayoría de niños y niñas nunca han fortalecido su personalidad cuando observan dibujos infantiles, esto se debe a la presencia de violencia, malas costumbres, consumismo, entre otros, que son transmitidos en dichos dibujos, y el niño al observar aquello y a edades iniciales pretende imitar lo que su dibujo preferido interpreta y realiza.

Pregunta N°3: ¿Conoces los programas que se transmiten en la tarde y noche en la TV.?

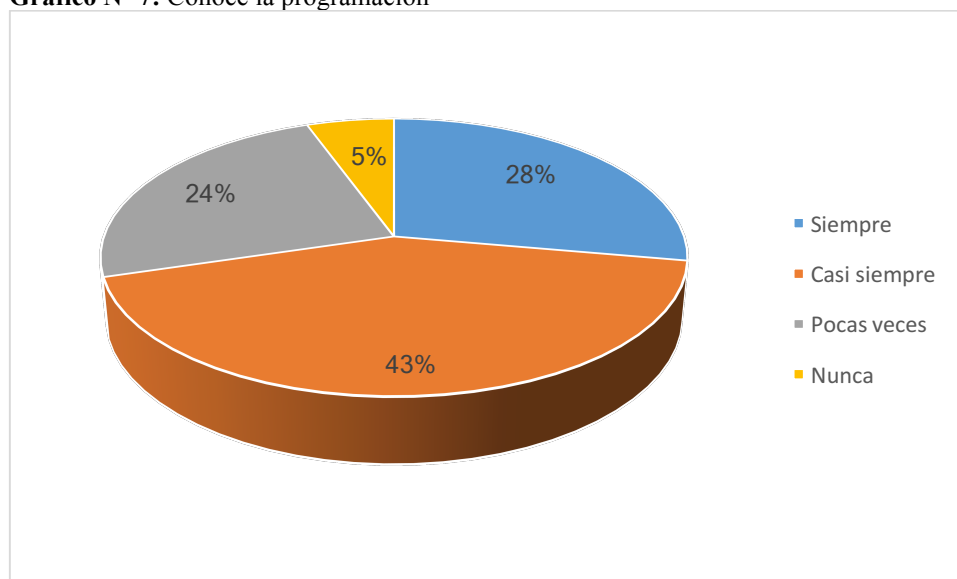
Cuadro N° 7: Conoce la programación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	28%
Casi siempre	23	43%
Pocas veces	13	24%
Nunca	3	5%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 7: Conoce la programación



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde a 100% 15 niños y niñas que constituye el 28% contestaron que siempre, 23 que corresponde el 43% la opción casi siempre, 13 de ellos con el 24% en la opción pocas veces y 3 con el 5% manifiestan la opción nunca.

Interpretación: Los niños y niñas en su mayoría conocen a qué momento dan los programas infantiles que ha ellos más les gusta, están pendientes de la televisión, e inclusive dejando de lado actividades más productivas por ver sus series favoritas, provocando en ellos desinterés por el estudio.

Pregunta N°4: ¿El niño o niña mira al menos de 3 a 4 horas días de TV al día?

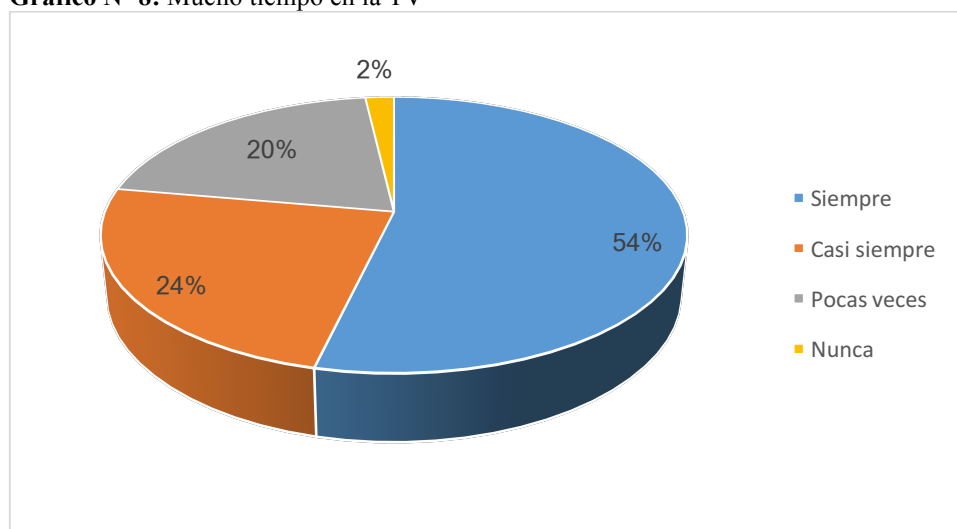
Cuadro N° 8: Mucho tiempo en la TV

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	54%
Casi siempre	13	24%
Pocas veces	11	20%
Nunca	1	2%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 8: Mucho tiempo en la TV



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde a 100% 29 de ellos con el 54% siempre mira tv al menos 3 a 4 horas al día, 13 que corresponde el 24% la casi siempre, 11 niños y niñas que constituye el 20% pocas veces, y 1 de ellos con el 2% nunca.

Interpretación: En un porcentaje mayoritario de niños y niñas miran la televisión en una media de 3 a 4 horas diarias, viendo diferentes programas especialmente los dibujos animados, y a consecuencia de eso van adquiriendo nuevas costumbres que se emiten a diario en estos programas, además de las propagandas sobre comidas extranjeras, vestimentas, música, etc.; que lo único que provocan es la desvalorización de las costumbres y tradiciones de nuestros pueblos.

Pregunta N°5: ¿Cuándo ves más televisión?

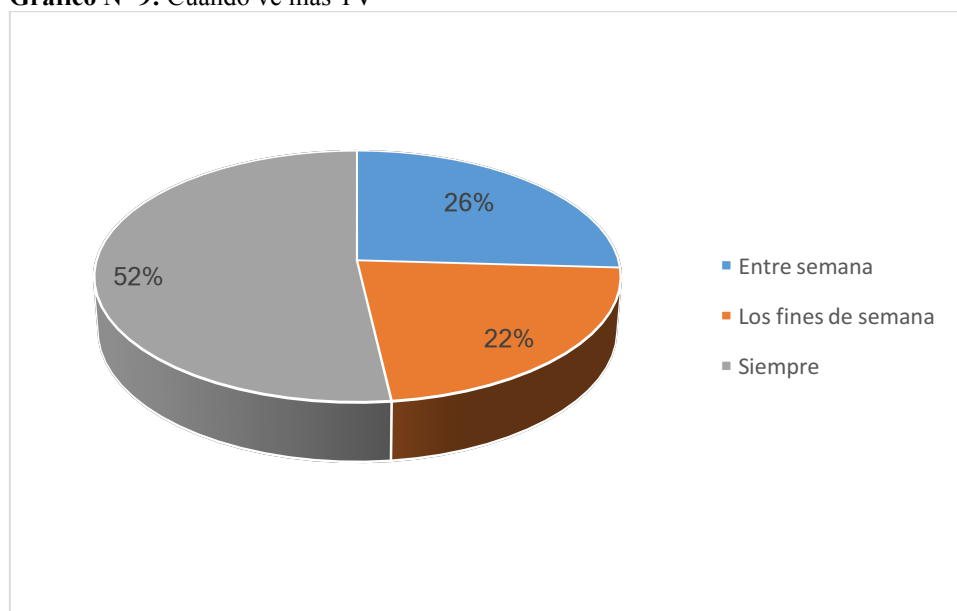
Cuadro N° 9: Cuando ve más TV

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Entre semana	14	26%
Los fines de semana	12	22%
Siempre	28	52%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 9: Cuando ve más TV



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde a 100%, 28 de ellos con el 52% mira televisión siempre, 14 niños y niñas que constituye el 26% contestaron entre semana, y 12 que corresponde el 22% la opción los fines de semana.

Interpretación: En un porcentaje mayoritario se puede visualizar que los niños y niñas siempre miran la televisión, ya que no se pierden los capítulos o programas infantiles que dan a diario, especialmente en los programas que a ellos más les gusta, en un porcentaje minoritario ven televisión en mayor tiempo los fines de semana.

Pregunta N°6: Prefiere comida extranjera y no platos típicos

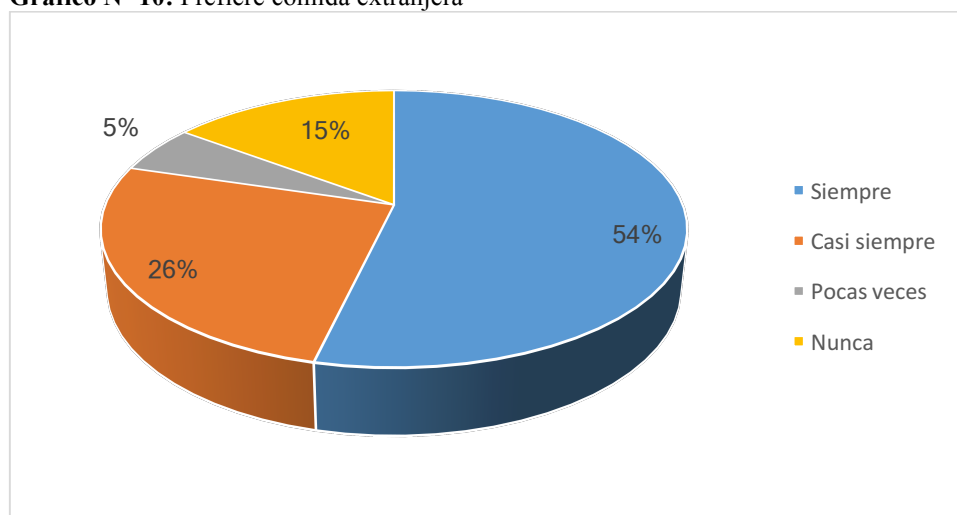
Cuadro N° 10: Prefiere comida extranjera

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	54%
Casi siempre	14	26%
Pocas veces	3	5%
Nunca	8	15%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 10: Prefiere comida extranjera



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde a 100%, 29 niños y niñas que constituye el 54% se encuentra en la opción siempre, 14 que corresponde el 26% la opción casi siempre, 3 de ellos con el 5% en la opción pocasveces y 8 con el 15% manifiestan la opción nunca.

Interpretación: Como se puede evidenciar en un porcentaje mayoritario de niñas y niños prefieren la comida extranjera que la comida típica de la ciudad o el país, en este caso ellos prefieren comidas como el KFC, Burger King, Pizza Hut entre otras, y en un porcentaje minoritario eligen comer comidas que son tradicionales sean estas papas con cuy, fanesca, hornado, etc., se puede dar cuenta que ellos prefieren comidas extranjeras que pasan en las propagandas al mirar la televisión, con esto se describe la alienación cultural referente a la comida.

Pregunta N°7: ¿La publicidad transmitida en los programas infantiles inciden en el consumismo del niño o niña?

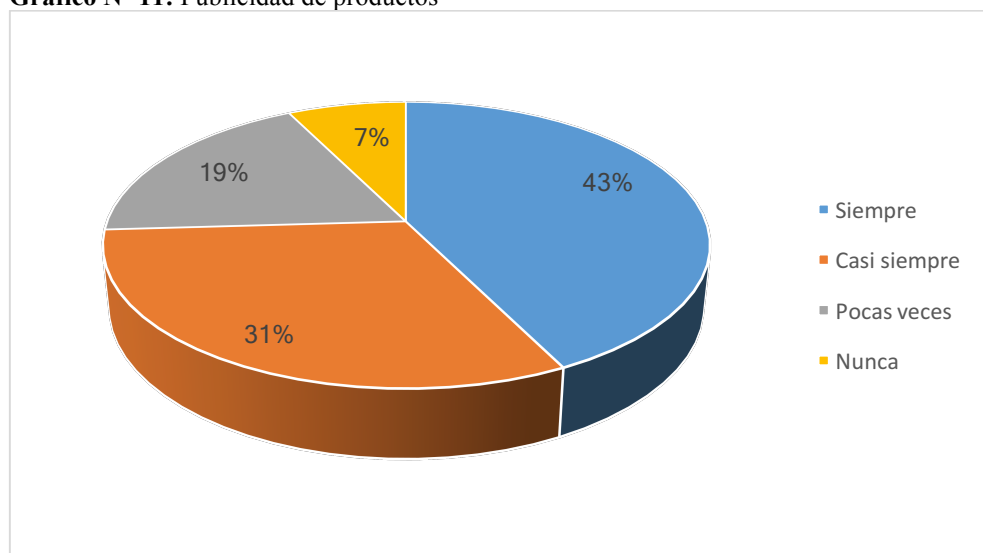
Cuadro N° 11: Publicidad de productos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	23	43%
Casi siempre	17	31%
Pocas veces	10	19%
Nunca	4	7%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 11: Publicidad de productos



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde al 100%; se escogieron las siguientes opciones, 23 con el 43% siempre incide en el consumismo, 17 con 31% casi siempre, 10 con el 19% pocas veces, 4 con el 7% nunca.

Interpretación: La mayoría de niños y niñas han evidenciado los diferentes productos o comidas que a ellos les gustan ya que en todos los programas infantiles pasan estas propagandas de estos productos, generando en ellos un consumismo de productos extranjeros, incidiendo en la pérdida de la cultura en los niños y niñas.

Pregunta N°8: ¿Prefiere celebraciones extranjeras y no nacionales?

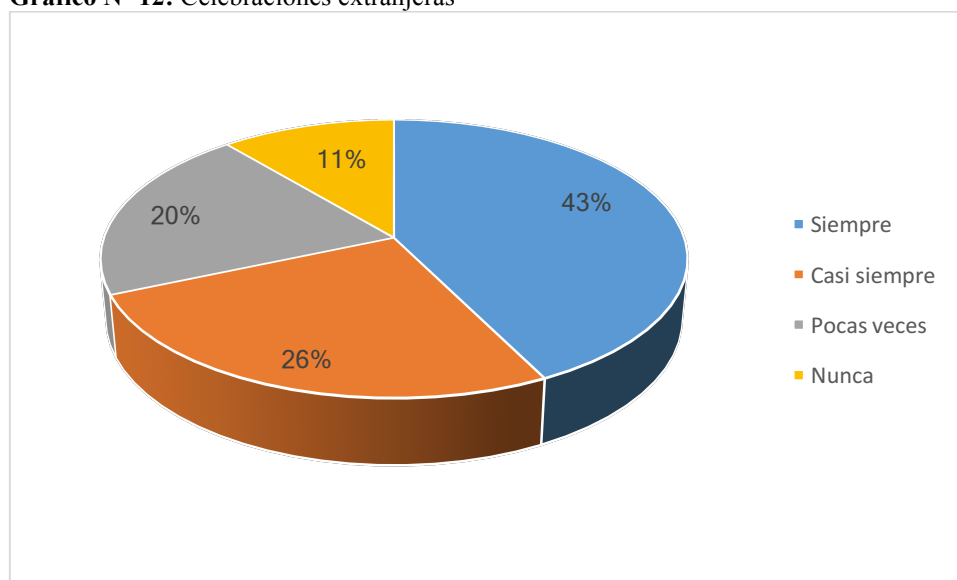
Cuadro N° 12: Celebraciones extranjeras

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	23	43%
Casi siempre	14	26%
Pocas veces	11	20%
Nunca	6	11%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 12: Celebraciones extranjeras



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde a 100%, 23 niños y niñas que constituye el 43% se encuentra en la opción siempre, 14 que corresponde el 26% la opción casi siempre, 11 de ellos con el 20% en la opción pocas veces y 6 con el 11% manifiestan la opción nunca.

Interpretación: En un porcentaje mayoritario de niños y niñas prefieren las celebraciones extranjeras que se han implementado en el país siendo estos Halloween, Navidad, Día de reyes, entre otros, además de las celebraciones y tradiciones como finados, carnaval, pase del niño, mama negra, y con esto produciéndose una pérdida de costumbres y tradiciones.

Pregunta N°9: ¿Realiza otra actividad mientras mira sus programas infantiles?

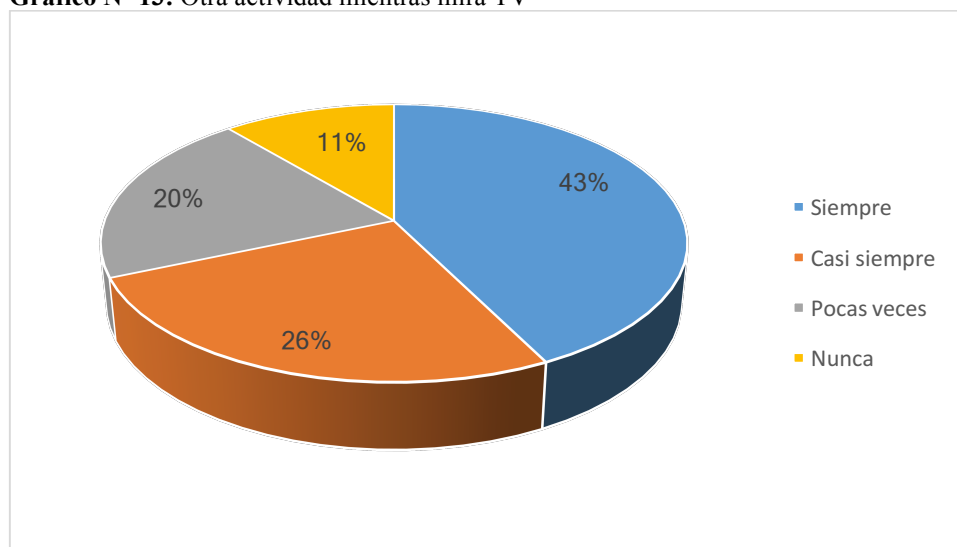
Cuadro N° 13: Otra actividad mientras mira TV

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	23	43%
Casi siempre	14	26%
Pocas veces	11	20%
Nunca	6	11%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 13: Otra actividad mientras mira TV



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde a 100%, 23 niños y niñas que constituye el 43% siempre realiza otro tipo de actividad mientras mira tv; 14 de ellos con el 26% casi siempre, 11 con el 20% pocas veces y 6 con el 11% nunca realiza otra actividad

Interpretación: Como se puede evidenciar la mayoría de niños y niñas realizan otro tipo de actividades cuando están viendo sus series favoritas en la televisión entre las actividades que realizan está el imitar algún personaje que ellos están viendo en ese momento, de igual forma realizan comen o juegan, e inclusive realizan su tarea escolar.

Pregunta N°10: ¿Miras la TV en compañía de algún adulto?

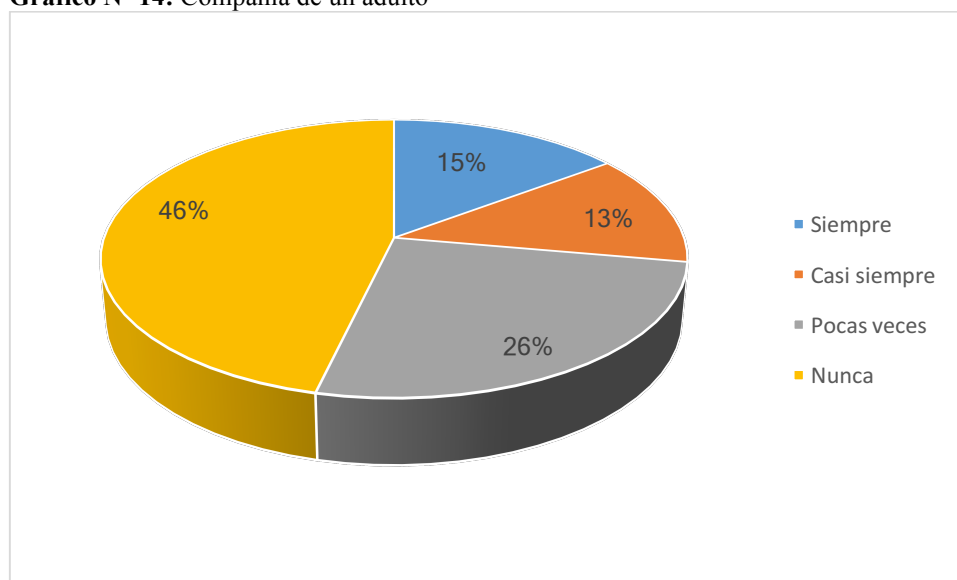
Cuadro N° 14: Compañía de un adulto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	15%
Casi siempre	7	13%
Pocas veces	14	26%
Nunca	25	46%
Total	54	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Gráfico N° 14: Compañía de un adulto



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a niños y niñas Unidad Educativa Madre Gertrudis

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde a 100%, 25 con el 46% manifiestan la opción nunca, 14 de ellos con el 26% en la opción pocas veces, 8 niños y niñas que constituye el 15% se encuentra en la opción siempre, y 7 que corresponde el 13% la opción casi siempre.

Interpretación: En un porcentaje mayoritario con la opción nunca y pocas veces los niños y niñas no son supervisados o acompañados de algún adulto mientras ellos miran la televisión, ellos manifiestan que sus padres trabajan y llegan en la noche o están ocupados en otras cosas y ellos pasan en la TV mucho tiempo y sin control de un adulto.

4.2. ENCUESTA APLICADA A LOS PADRES DE FAMILIA

Pregunta N°1: Señale dos tipos de programas que su hijo(a) miran normalmente.

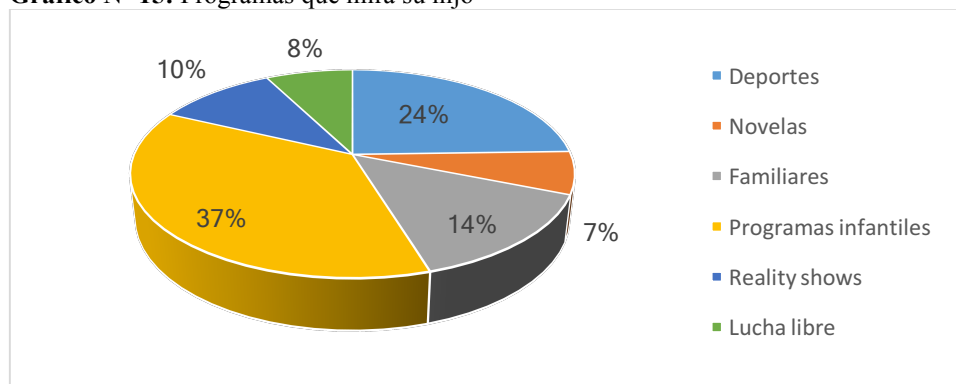
Cuadro N° 15: Programas que mira su hijo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Deportes	26	24%
Novelas	7	7%
Familiares	15	14%
Programas infantiles	39	37%
Reality shows	11	10%
Lucha libre	8	8%
Total	106	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 15: Programas que mira su hijo



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 53 encuestados que corresponde al 100%; se escogieron las siguientes opciones, 39 con el 37% programas infantiles, 26 con el 24% deportes, 15 con 14% Familiares, 11 al 10% reality shows, 8 con el 8% la lucha libre y 7 con el 7% Novelas.

Interpretación: En un porcentaje mayoritario de padres de familia manifiestan que a sus hijos e hijas les gustan ver programas infantiles, seguido con un porcentaje considerable los deportes, tomando en cuenta que estos programas especialmente los dibujos animados son los de mayor entretenimiento en esta edad, puntualizando que en algunos casos los padres de familia no conocían que programas veían sus hijos, ya que ellos no controlan lo que ven.

Pregunta N°2: Señale dos de los programas infantiles de la TV que más ve su hijo(a).

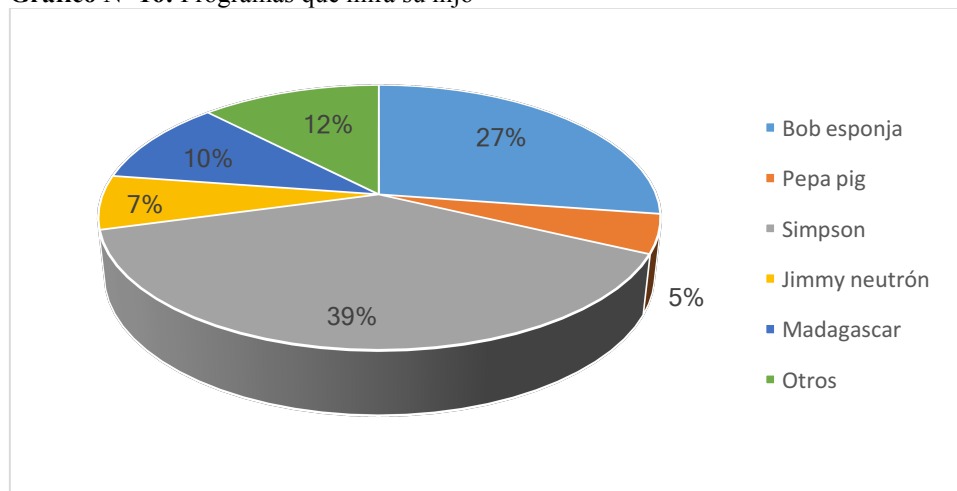
Cuadro N° 16: Programas que mira su hijo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bob esponja	29	27%
Pepa pig	5	5%
Simpson	41	39%
Jimmy neutrón	7	7%
Madagascar	11	10%
Otros	13	12%
Total	106	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 16: Programas que mira su hijo



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 53 encuestados que corresponde al 100%; escogieron las siguientes opciones, 41 con 39% Simpson, 29 con el 27% Bob esponja, 13 con el 12% en la opción otros, 11 con 10% Madagascar, 7 con el 7% Jimmy Neutrón, y 5 con el 5% Pepa pig,

Interpretación: La mayoría de padres de familia consideran que los programas infantiles que más ven sus hijos son los Simpson y Bob esponja, ya que se encuentra en horarios que ellos lo pueden ver y los otros programas están en porcentajes menores ya que dan en el mismo horario de los preferidos.

Pregunta N°3: ¿Cuándo ve más su hijo(a) TV?

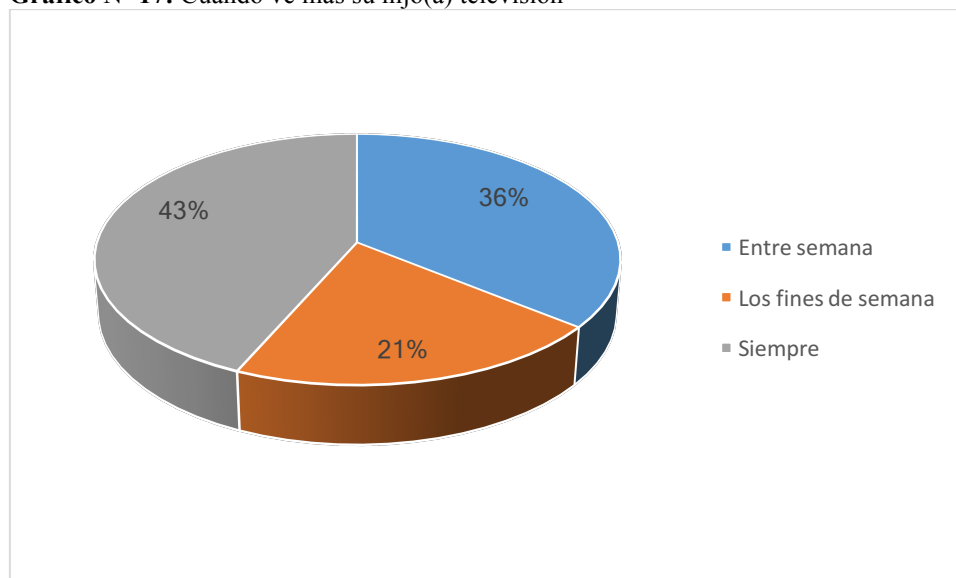
Cuadro N° 17: Cuando ve más su hijo(a) televisión

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Entre semana	19	36%
Los fines de semana	11	21%
Siempre	23	43%
Total	53	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 17: Cuando ve más su hijo(a) televisión



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 54 encuestados que corresponde a 100% 19 padres de familia que constituye el 36% contestaron entre semana, 11 que corresponde el 21% la opción los fines de semana, 23 de ellos con el 43% mira televisión siempre.

Interpretación: Como se puede evidenciar en porcentaje mayoritario los padres han manifestado que sus hijos ven la televisión siempre ya que ven varios programas todos los días, en un porcentaje considerable aseguran que miran entre semana y dejando en un menor porcentaje que lo ven más los fines de semana, acotando que al estar trabajando o en otras actividades no tienen un control sobre ellos.

Pregunta N°4: ¿Sus hijos dedican más tiempo a mirar tv que pasar con ustedes?

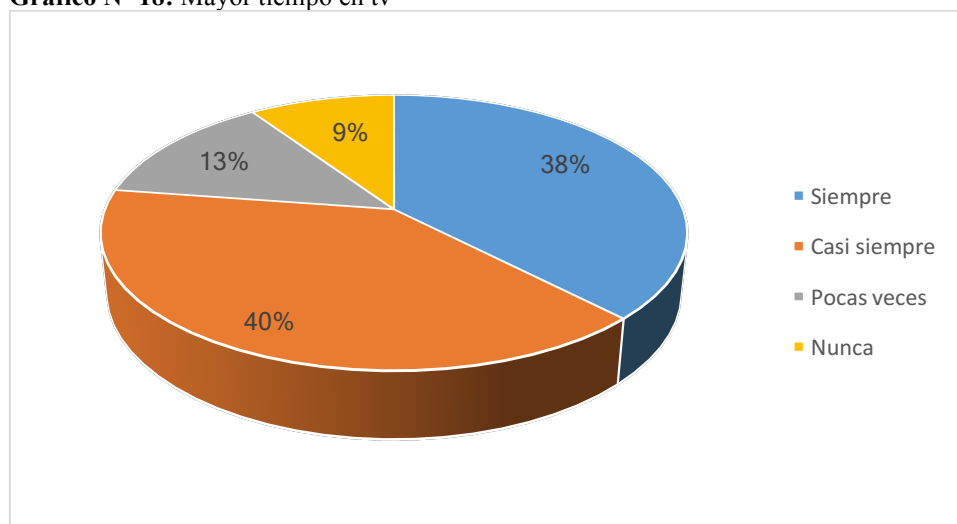
Cuadro N° 18: Mayor tiempo en tv

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	20	38%
Casi siempre	21	40%
Pocas veces	7	13%
Nunca	5	9%
Total	106	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 18: Mayor tiempo en tv



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 106 encuestados que corresponde al 100%; 21 con 40% siempre dedica más tiempo a mirar tv que acompañar a sus padres, 20 con el 38% casi siempre, 7 con el 13% pocas veces, 5 con el 9% nunca.

Interpretación: En la mayoría de padres de familia han manifestado que sus hijos prefieren estar viendo sus programas infantiles que pasar con ellos, o ayudando en las actividades de la casa, la tv ha tomado mayor importancia que otras labores que un niño o niña a edades iniciales deberían realizar, sean estas jugar, leer, socializar con otros niños, etc.

Pregunta N°5: ¿Su hijo o hija mira más de 3 a 4 horas diarias la tv?

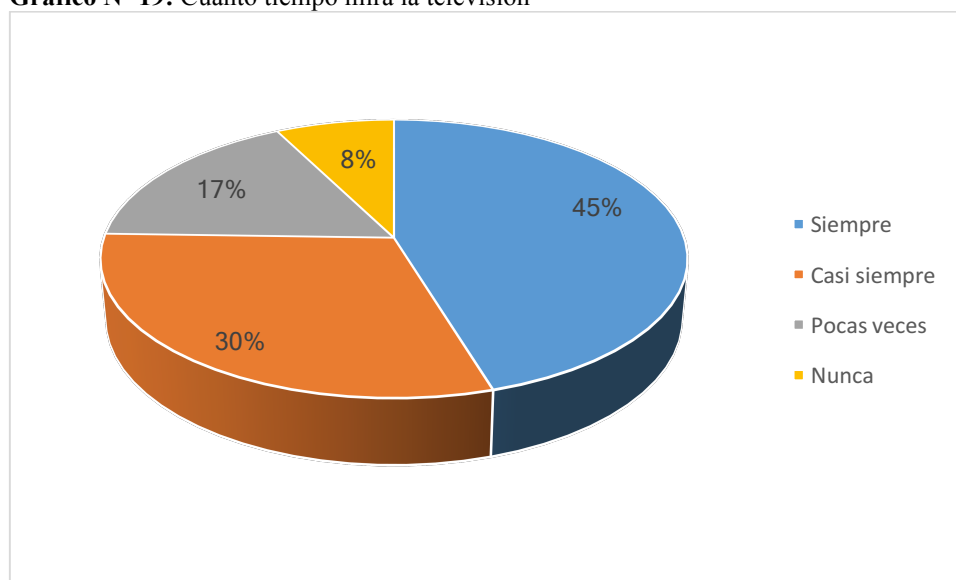
Cuadro N° 19: Cuanto tiempo mira la televisión

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	24	45%
Casi siempre	16	30%
Pocas veces	9	17%
Nunca	4	8%
Total	53	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 19: Cuanto tiempo mira la televisión



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 53 encuestados que corresponde a 100%, 24 que corresponde el 45% siempre mira la tv más de 3 a 4 horas, 16 de ellos con el 30% de casi siempre, 9 padres de familia que constituye el 17% contestaron pocas veces, y 4 de ellos con el 8% manifiestan nunca.

Interpretación: Al realizar la tabulación correspondiente en un porcentaje mayoritario manifiestan que sus hijos siempre ven televisión de 3 a 4 horas días, y ellos como padres no logran contralar aquello porque no pasan mucho tiempo con sus hijos por motivos de trabajo u otras actividades e inclusive algunos padres deciden entretenerles con los programas infantiles para que no molesten.

Pregunta N°6: ¿Considera que cambian los hábitos diarios de su hijo(a) por la publicidad en los programas televisivos?

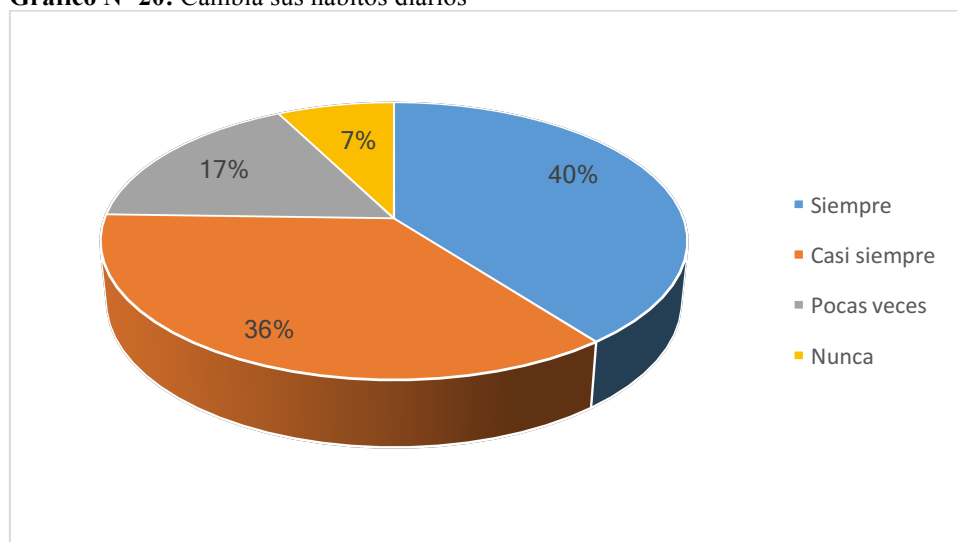
Cuadro N° 20: Cambia sus hábitos diarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	21	40%
Casi siempre	19	36%
Pocas veces	9	17%
Nunca	4	7%
Total	53	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 20: Cambia sus hábitos diarios



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 53 encuestados que corresponde a 100%, 21 padres de familia que constituye el 40% manifiestan que siempre, 19 que corresponde al 36% aseguran casi siempre, 9 de ellos con el 17% en la opción pocas veces y 4 con el 7% señalan la opción nunca.

Interpretación: La mayoría de padres de familia consideran que casi siempre la publicidad que se transmite en los programas infantiles cambian los hábitos diarios de sus hijos e hijas, ya sea en el consumismo de las comidas o la forma de comportarse y adquirir nuevas tradiciones que se dan en otros países.

Pregunta N°7: ¿Su hijo(a) imita algún personaje que mira en la TV?

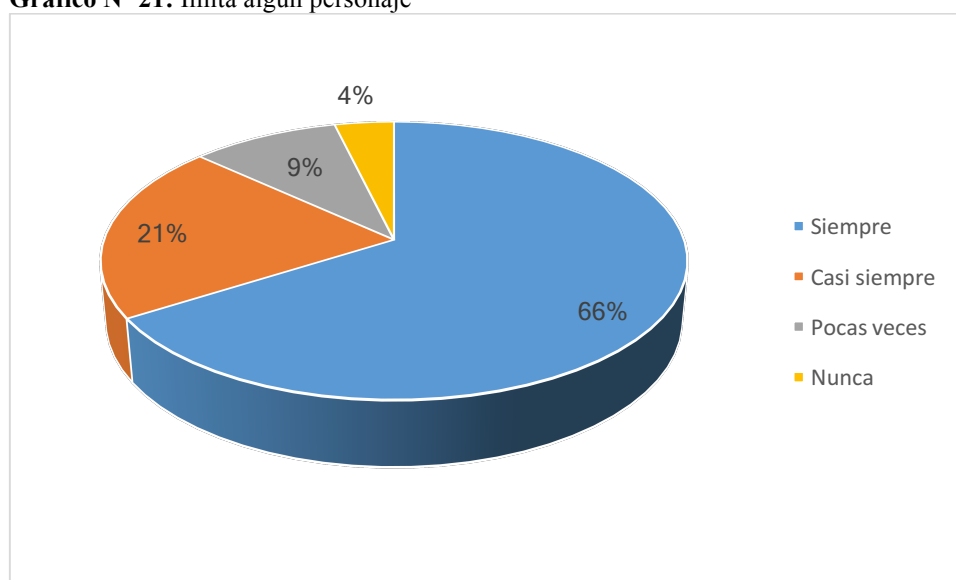
Cuadro N° 21: Imita algún personaje

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	35	66%
Casi siempre	11	21%
Pocas veces	5	9%
Nunca	2	4%
Total	53	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 21: Imita algún personaje



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 53 encuestados que corresponde a 100%, 35 padres de familia que constituye el 66% manifiestan que siempre, 11 que corresponde al 21% aseguran casi siempre, 5 de ellos con el 9% en la opción pocas veces y 2 con el 4% señalan la opción nunca.

Interpretación: En un porcentaje mayoritario de padres de familia manifiestan que sus hijos imitan algún personaje que han visto en la televisión, o se ponen a jugar siendo algún súper héroe o actividad que se haya dado en dicho programa, en un porcentaje minoritario no realizan ningún tipo de imitación ya que los padres no lo permiten.

Pregunta N°8: ¿Cree usted que la pérdida de la cultura en los niños y niñas se debe a los patrones de comportamiento que observan en los programas infantiles de TV?

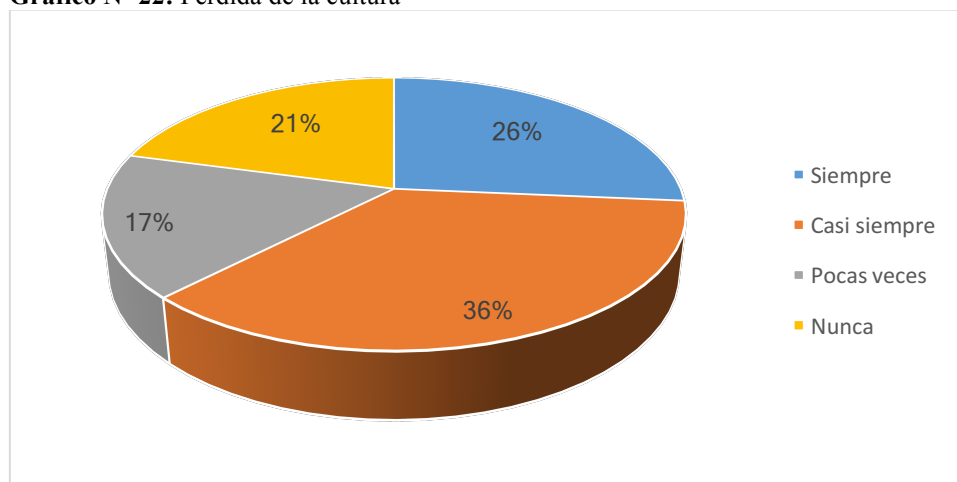
Cuadro N° 22: Pérdida de la cultura

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	26%
Casi siempre	19	36%
Pocas veces	9	17%
Nunca	11	21%
Total	53	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 22: Pérdida de la cultura



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 53 encuestados que corresponde a 100%, 19 que corresponde al 36% aseguran casi siempre, 14 padres de familia que constituye el 26% manifiestan que siempre, 11 con el 21% señalan la opción nunca, 9 de ellos con el 17% en la opción pocas veces.

Interpretación: En porcentajes mayoritarios los padres de familia consideran que siempre y casi siempre los programas infantiles que se dan en la televisión tienen mucho que ver en la pérdida de la cultura en los niños y niñas, ya que en varios programas enfatizan diferentes actividades que promueven adoptar otro tipo de culturas, o vestir de otra forma o moda.

Pregunta N°9: ¿Transmite usted a su hijo(a) las diferentes tradiciones y costumbres que se celebran en el país?

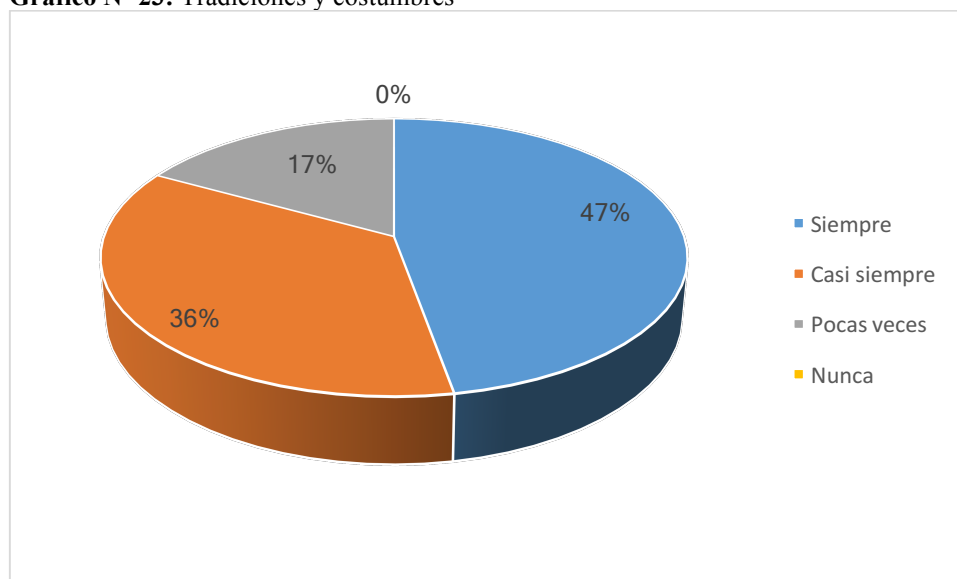
Cuadro N° 23: Tradiciones y costumbres

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	25	47%
Casi siempre	19	36%
Pocas veces	9	17%
Nunca	0	0%
Total	53	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 23: Tradiciones y costumbres



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 53 encuestados que corresponde a 100%, 25 padres de familia que constituye el 47% manifiestan que siempre, 19 que corresponde al 36% aseguran casi siempre, 9 de ellos con el 17% en la opción pocas veces y 0% señalan la opción nunca.

Interpretación: La mayoría de padres de familia puntualizan que ellos siempre y casi siempre están transmitiendo las diferentes costumbres, tradiciones, fiestas, leyendas, etc., que se dan en la ciudad o país, de esta forma promoviendo nuestra cultura en sus hijos.

Pregunta N°10: ¿Usted como adulto supervisa lo que los niños miran en la televisión?

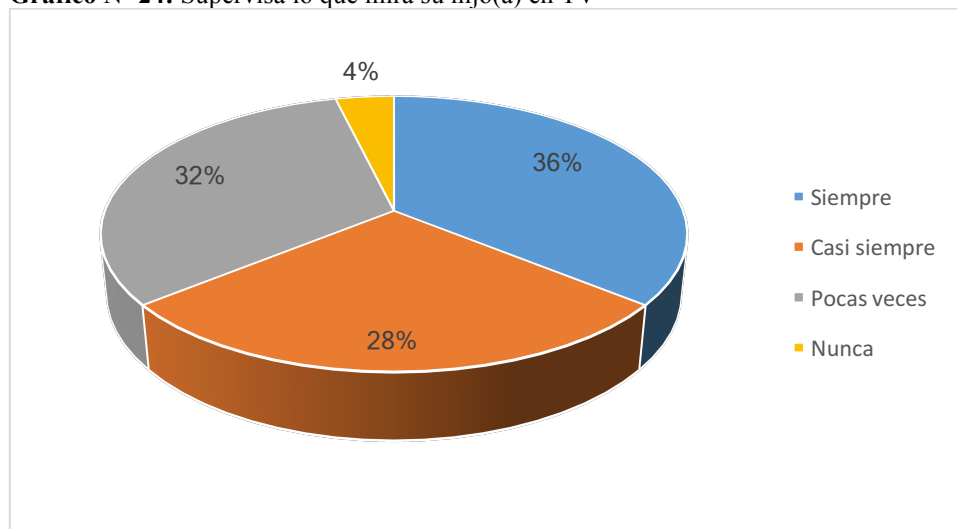
Cuadro N° 24: Supervisa lo que mira su hijo(a) en TV

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	19	36%
Casi siempre	15	28%
Pocas veces	17	32%
Nunca	2	4%
Total	53	100%

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Gráfico N° 24: Supervisa lo que mira su hijo(a) en TV



Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Fuente: Encuesta a padres de familia

Análisis: De un total de 53 encuestados que corresponde a 100%, 19 padres de familia que constituye el 36% manifiestan que siempre, 17 de ellos con el 32% en la opción pocas veces, 15 que corresponde al 28% aseguran casi siempre, y 2 con el 4% señalan la opción nunca.

Interpretación: La mayoría de padres de familia siempre y casi siempre están pendientes de sus hijos cuando están viendo la televisión, ya que existen programas que no son los adecuados para que ellos no los vean, en la opción pocas veces y nunca se encuentran en porcentaje menores, los padres por motivos de trabajo o viajes no pasan mucho tiempo con ellos y no pueden controlar muy seguido lo que ellos están viendo en la tv.

4.3. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para verificar la hipótesis se utilizó un estadígrafo en este caso hablamos sobre el χ^2 la prueba de independencia Chi-cuadrado, nos permite indicar si existe una relación entre dos variables categóricas. Es indispensable resaltar que esta prueba indica si existe o no relación entre variables.

4.3.1. Planteamiento de la Hipótesis

Hipótesis Nula:

H₀: Los programas televisivos infantiles **no** influye en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

Hipótesis Afirmativa:

H₁: Los programas televisivos infantiles **si** influye en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

4.3.2. Selección del Nivel de Significación

El nivel de significancia seleccionada para la presente indagación es del 95% de confianza con un nivel de error $\alpha=0.05$

Para la verificación de la hipótesis se eligió la prueba del Chi-cuadrado cuya fórmula es

$$\sum x^2 = \left[\left(\frac{f_o - f_e}{f_e} \right)^2 \right] \text{ (Formula del Chi- cuadrado)}$$

Donde:

x^2 = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

f_o = Frecuencia Observada

f_e = Frecuencia Esperada

4.3.3. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad (gl) considerando que el cuadro tiene 4 filas y 4 columnas. El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de filas menos 1, por el número de columnas menos 1. Por lo tanto, será:

$$x^2t(\alpha,)$$

x^2t = Chi-cuadrado tabular o critico

α = Nivel de significancia del 0.05

$$gl = (f-1)(c-1)$$

$$gl = (4-1)(4-1)$$

$$gl = (3)(3)$$

$$gl = 9$$

Por lo tanto, con 9 grados de libertad y un nivel de significancia del 0.05 la tabla del $x^2t = 16,9190$

Obtenemos en la tabla estadística del Chi-cuadrado teórico x^2

Cuadro N° 25: Tabla de distribución del chí – cuadrado (x^2)

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403

Fuente: http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

4.3.4. Combinación de Frecuencias

Cuadro N° 26: Frecuencia Observada

#	Alternativas	Categorías				Total
		Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Nunca	
3	¿Conoces los programas que se transmiten en la tarde y noche en la TV?	15	23	13	3	54
6	¿Prefiere comida extranjera que platos típicos?	29	14	3	8	54
8	¿Prefiere celebraciones extranjeras que nacionales?	23	14	11	6	54
10	¿Tienes supervisión de un adulto mientras miras los programas infantiles de TV?	8	7	14	25	54
	Subtotal	75	58	41	42	216

Fuente: Encuesta a niños y niñas

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

Para el cálculo de la frecuencia esperada se utiliza la fórmula aplicada de la tabla de frecuencias observadas. $Fe = (\text{Total de la fila}) (\text{Total de la columna}) / \text{Gran Total}$

Cuadro N° 27: Frecuencia Esperada

#	Alternativas	Categorías				Total
		Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Nunca	
3	¿Conoces los programas que se transmiten en la tarde y noche en la TV?	18,75	14,5	10,25	10,5	54
6	¿Prefiere comida extranjera que platos típicos?	18,75	14,5	10,25	10,5	54
8	¿Prefiere celebraciones extranjeras que nacionales?	18,75	14,5	10,25	10,5	54
10	¿Tienes supervisión de un adulto mientras miras los programas infantiles de TV?	18,75	14,5	10,25	10,5	70
	Subtotal	75	58	41	42	216

Fuente: Encuesta a niños y niñas

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

4.3.5. Cálculo del chí cuadrado

Con los valores de las tablas de la frecuencia observada y frecuencia esperada se reemplaza en la fórmula de Chi ²

Cuadro N° 28: Cálculo del chí cuadrado

Observada	Esperada	O – E	(O – E) ²	(O – E) ² /E
15	18,75	-3,75	14,06	0,75
29	18,75	10,25	105,06	5,60
23	18,75	4,25	18,06	0,96
8	18,75	-10,75	115,56	6,16
23	14,5	8,50	72,25	4,98
14	14,5	-0,50	0,25	0,02
14	14,5	-0,50	0,25	0,02
7	14,5	-7,50	56,25	3,88
13	10,25	2,75	7,56	0,74
3	10,25	-7,25	52,56	5,13
11	10,25	0,75	0,56	0,05
14	10,25	3,75	14,06	1,37
3	10,5	-7,50	56,25	5,36
8	10,5	-2,50	6,25	0,60
6	10,5	-4,50	20,25	1,93
25	10,5	14,50	210,25	20,02
Chi cuadrado calculado (x²)				57,57

Fuente: Frecuencia observada y esperada

Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

4.3.6. Regla de Decisión

Con 9 gl con un nivel de 0,05 $x^2_t = 16,9190$

x^2_c = chi cuadrado Calculado

x^2_t = chi cuadrado Tabulado

$x^2_c \leq x^2_t = 16,9190$ No se acepta la H_0

$x^2_c \geq x^2_t = 16,9190$ Se acepta la H_1

Por tal motivo con 9 gl y un nivel de significancia de 0.05 se tiene en la tabla χ^2 t el valor de 16,9190; por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula, para todo valor de χ^2 c que sea menor o igual a 16,9190 y se acepta la hipótesis alternativa cuando los valores en χ^2 c son mayores o igual de 16,9190.

4.3.7. Representación gráfica

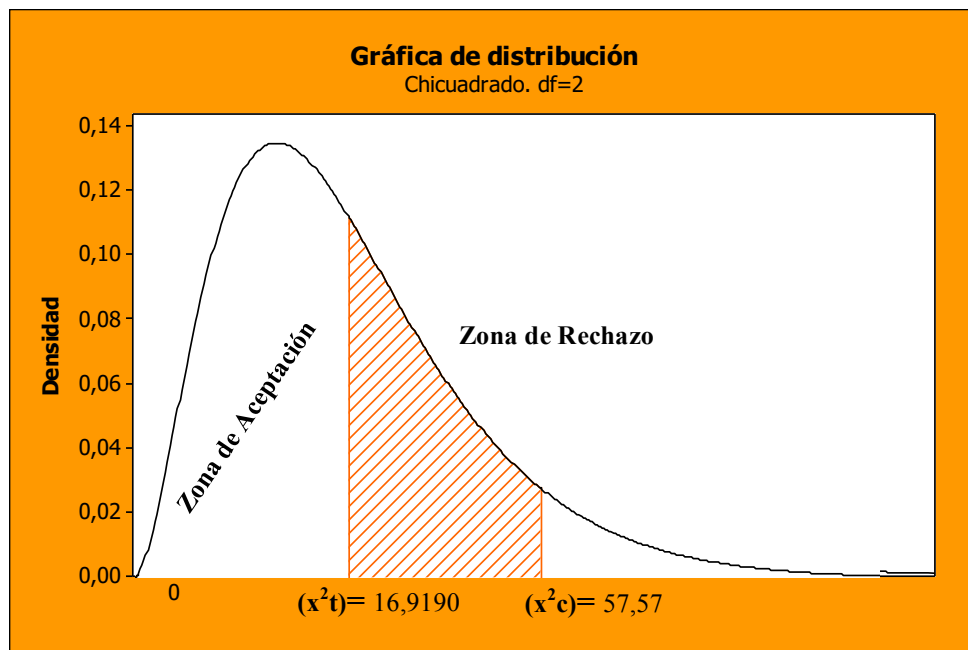


Gráfico N° 25: Representación gráfica del chi cuadrado
Elaborado por: Freire Zurita Silvana Alejandra

4.3.8. Decisión final

$(\chi^2 t = 16,9190 \leq \chi^2 c = 57,57)$ Para 9 grados de libertad a un nivel de 0.05 se obtiene en la tabla 16,9190 y como el valor de χ^2 calculado es 57,57 es decir mayor, se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice: Los programas televisivos infantiles **si** influye en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Los programas televisivos que más observan los niños y niñas son los dibujos animados, los deportes y la lucha libre, los mismos que afectan de forma negativa a un gran porcentaje de la población infantil, debido a que en la mayoría de hogares existe un escaso control o ausencia de los padres, siendo estos motivos los causantes de que los niños hagan mal uso de su tiempo libre, provocando graves efectos como la adicción a la televisión, despreocupación en el cumplimiento de tareas, la pérdida de valores y especialmente adquiriendo nuevas costumbres, modas y tradiciones.
- Existen despreocupación en la institución y en el hogar en la propagación de actividades que ayuden a los niños y niñas a fortalecer y conocer las culturas, costumbres, tradiciones del cantón, ciudad y país, y no adquieran otro tipo de hábitos que se realizan en otros países tanto en costumbres, idioma, tradiciones, alimentación, etc.
- En la institución no se ha realizado un estudio profundo en el que se pueda tratar y dar a conocer sobre la incidencia que tienen los programas de televisión en la alienación cultural de los niños y niñas, que es una realidad que afecta no solo a los niños y niñas de la institución sino también a una gran parte de la población infantil a nivel nacional.

5.2. RECOMENDACIONES

- Concientizar a los padres de familia sobre el uso adecuado del tiempo libre y sobre los programas de televisión que son perjudiciales para su desarrollo, estableciendo normas y acuerdos dentro del hogar en beneficio del niño, de manera que los padres también se involucren activamente de forma que contribuyan en la formación de valores e identidad cultural y motivándolos a aprender desde los hogares.
- Aplicar actividades que ayuden a fortalecer la cultura, tradiciones, costumbres, que son parte de nuestra historia y de esta forma los niños y niñas incrementen su amor a sus raíces a su pueblo y fortificando sus valores de patriotismo.
- Ejecutar un estudio más profundo sobre esta problemática que permita la difusión de resultados investigativos más amplios para dar a conocer sobre esta temática, a través de un artículo científico.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, P. (2015). *Día de la Diversidad Cultural*. Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/dia-de-la-diversidad-cultural/>
- Almario, J. (2015). *Influencia de la televisión y los videos en los niños*. Obtenido de <http://www.spp.com.pa/influencia-de-la-television-y-los-videos-en-los-ninos/>
- Andrade, G. (2015). *La televisión*. Obtenido de <https://www.emaze.com/@AOZFQIRL/LA-TELEVISION>
- Aquino, C. (2014). *Los niños y el tiempo que pasan frente a la television y otros medios*. Obtenido de <http://ux.edu.mx/wp-content/uploads/16-los-nin%cc%83os-y-el-tiempo-que-pasan-frente-a-la-television-y-otros-medios.pdf>
- Arango, L. Á. (23 de Mayo de 2014). *BIBLIOTECA VIRTUAL*. Obtenido de ¿QUÉ SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?: <http://www.banrepultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/losmediosdecomunicacion.htm>
- Ausubel. (2010).
- Ayerve, V. (2015). *La programación infantil violenta y el comportamiento agresivo*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20259/1/AYERVE%20LLERENA%20VICTORIA%20ELIZABETH..pdf>
- Baird, J. (2015). *La historia de la televisión*. Obtenido de <https://tvprincipiantes.wordpress.com/>
- Berrosipi, V. (2014). *El entretenimiento televisivo y la identidad cultural*. Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/3740/1/Berrosipi_cv.pdf
- Bringas, C., Díaz, M., & Rofríguez, F. (2015). *Violencia en televisión: análisis de una serie popular de dibujos animados*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1173772>

- Cañar, G. (2013). *Los programas televisivos y su influencia en el estado emocional en los niños*. Obtenido de http://redi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2725/1/tebp_2011_252.pdf
- Castro, E. (2015). *Diversidad cultural*. Obtenido de <http://lahora.com.ec/noticias/show/1101400206#.WHOkcPI95dg>
- Cohen, D. (2014). *La violencia en los programas televisivos*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1215192>
- Cruzado, J. (2015). *La alineación cultural*. Obtenido de <http://jhampierrcruzadoremigio.blogspot.com/2015/07/la-alineacion-cultural.html>
- Digón, P. (2014). *Programación infantil y TV sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2729074>
- Fuenzalida, V. (2013). *La influencia cultural de la televisión*. Obtenido de <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/17-revista-dialogos-la-influencia-cultural-de-la-television.pdf>
- Fuenzalida, V. (2014). *Televisión abierta y audiencia en América latina*. Argentina: Norma.
- Fuenzalida, V. (2015). *La influencia cultural de la televisión*. Obtenido de <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/17-revista-dialogos-la-influencia-cultural-de-la-television.pdf>
- Gil, M. (2014). *La Diversidad Cultural en la Educación Inicial y el Referente Curricular*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2379/1/tps674.pdf>
- Greenfield, P. M. (1984). *Los niños y los medios de comunicación*.
- Guehil, B. (2012). *Valores y sus características*. Barcelona: Sigma.
- Holguín, J. (2015). *Los programas televisivos infantiles en el desarrollo cognitivo*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/5390/1/05%20FECYT%202900%20TESIS%20DE%20GRADO.pdf>

- Ley Orgánica de Comunicación. (2015). *Principios y Derechos*. Obtenido de <http://www.etapa.net.ec/Portals/0/TRANSPARENCIA/Literal-a2/LEY-ORGANICA-DE-COMUNICACION.pdf>
- López, L. (20 de Noviembre de 2014). *Comunicacion*. Obtenido de Comunicacion: <http://lorenacuyacomunicacion.blogspot.com/>
- Melgarejo, I., & Rodríguez, M. (2015). *Géneros y formatos en los canales infantiles*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5100236.pdf>
- Mosterín, J. (2013). *La cultura humana*. Buenos Aires: Espasa.
- Muñoz, I. (2015). *Ventajas y desventajas de la TV en los niños*. Obtenido de <http://irenemunoz3a.wixsite.com/elsuenodesermaestra/blank-2>
- Obando, S. (2014). *Perdida de valores culturales en los pueblos*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20010/1/TESIS.pdf>
- Palermo, F. (10 de Mayo de 2013). *Medios de Comunicación*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/6589_15896.pdf
- Palermo, F. (10 de Mayo de 2013, p.29). *Medios de Comunicación*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/6589_15896.pdf
- Pérez, F., & Prieto, D. (2013). *Una nueva tecnología pedagógica, educación a distancia*. Montevideo: Papyrus.
- Perlado, L., & Sevillano, M. (2014). *La influencia de la televisión en los niños*. Obtenido de http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20332&dsID=influencia_televisión.pdf
- Sagaseta, C. (1988). *la television y su efecto en la conducta*.
- Salinas, I. (2015). *Identidad cultural*. Obtenido de <http://documents.mx/documents/identidad-cultural-569e43fe1fd04.html>
- Santana, P. (12 de Marzo de 2014). *Los medios de comunicación social*. Obtenido de Características y funciones de los medios de comunicación: <http://www.hiru.com/ciencias-sociales/los-medios-de-comunicacion-social>

- Serrano, K. (2014). *Alienación de estereotipos culturales provenientes de la ciudad*.
Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3120/1/T-UTC-4067.pdf>
- Tapia, J. (2013). *La alienación cultural como factor determinante* . Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/3659/1/QUITUISACA%20JOHANA.pdf>
- Taxiaguano, V. (2016). *Los ecuatorianos como elementos de identidad cultural y social*. Obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/16031/1/Taxiguano_Quinga_Viviana_Elizabeth.pdf
- Thompson, I. (Julio de 2011). *promonegocios.net*. Obtenido de Tipos de Medios de Comunicación: <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>
- Thompson, I. (Julio de 2014). *promonegocios.net*. Obtenido de Tipos de Medios de Comunicación: <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>
- Toapanta, I. (2016). *La tradición de los finados y su incidencia en la identidad cultural*. Obtenido de <http://redi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20265/1/Natalia%20Toapanta%2024-02-2016.docxfirmas3.pdf>
- Torres, E. (2014). *Desarrollo de la identidad cultural de los estudiantes*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3362/2/TESIS.pdf>
- Universo. (octubre de 8 de 1959).
- Zurita, T. (2013). *Habilidades sociales y dinamización de grupos*. Málaga: Innova.

ARTÍCULO CIENTÍFICO

EL ENTRETENIMIENTO TELEVISIVO Y LA PÉRDIDA CULTURAL

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Carrera de Educación Parvularia

Autora: Freire Zurita Silvana Alejandra
Email: silvanaf89@hotmail.com

Resumen: En la presente investigación se demostró la influencia que tienen los programas infantiles en la alienación cultural en los 54 niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis”, que están distribuidos en 35 mujeres y 19 varones a quienes se les aplicó la respectiva encuesta, se plantea la investigación como un estudio sobre el impacto de los programas televisivos respecto a la identidad, la sociedad moderna, tiene en los medios de comunicación un símbolo, sobre todo en la televisión, que invadió la institución familiar generando todo un estilo de vida. Como conclusión se puede ver que los mensajes televisivos pueden afectar las estructuras culturales de los individuos y los grupos, expuestos a los contenidos estereotipados y estandarizados, que ofrecen en sus programas, especialmente en la señal abierta de cobertura nacional, una programación de consumismo, donde los más vulnerables que son los más pequeños absorben las diferentes costumbres, lenguaje, vestimenta, tradiciones, alimentación, etc.; que se propagan en los diferentes programas infantiles e inclusive en las propagandas que se televisan, produciéndose una enajenación cultural en los infantes.

Palabras claves: Programas infantiles, alienación cultural, comunicación, estereotipo, cobertura.

Abstract: This study showed the influence of children's programs on cultural alienation in the 54 first-year children of the "Mother Gertrudis" Educational Unit, which are distributed among 35 women and 19 men who are I apply the respective survey, the research is considered as a study on the impact of television programs with respect to identity, modern society, has in the media a symbol, especially in television, that invaded the family institution generating everything A lifestyle. In conclusion, it can be seen that television messages can affect the cultural structures of individuals and groups, exposed to stereotyped and standardized contents, which offer in their programs, especially in the open signal of national coverage, a programming of consumerism, where The most vulnerable are the smaller ones absorb the different customs, language, clothing, traditions, food, etc. ; That are propagated in the different children's programs and even in the advertisements that are televised, producing a cultural alienation in the infants.

Keywords: Children's programs, cultural alienation, communication, stereotype, coverage.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación es una aproximación teórica sobre la forma en que la televisión se constituye en un medio de comunicación social que, a pesar de la aparición de otros como el Internet, no ha perdido la supremacía que posee en relación a estos, en cuanto a cobertura y nivel de audiencias. Según Durá, Mauleón, & Gúrpide, (2014) manifiesta que la televisión, es, hoy en día un importante elemento que incide en la transformación cultural de la que es objeto la sociedad en su conjunto; la misma que al encontrarse en medio de la estructura capitalista, está necesariamente adscrita en el actual modelo de globalización, de analizar el consumo de programas infantiles, las preferencias del niño hacia determinados programas y la influencia que estos contenidos televisivos ejercen en el niño específicamente en la alienación de la cultura, la amplitud de los instrumentos de investigación utilizados la edad estudiada convierten a esta investigación en un referente para la toma de decisiones

en materia de programación televisiva infantil sobre todo el control que se debe ejercer sobre ellos.

Es entonces, la televisión una herramienta de la que se vale el actual orden para mantener alienado, engañado o enajenado a su público, mediante la difusión de contenidos con cierta carga ideológica que llegan al público mediante el discurso dominante, el mismo, que convierte al sujeto alienado en un producto cultural que le da vigencia y legitimidad al sistema capitalista en todas aquellas acciones de su convivir en sociedad, Según Durá, Mauleón, & Gúrpide, (2014) expresa que los programas televisivos, incluyendo la programación infantil, están saturados de contenidos violentos (golpes, amenazas, muertes, etc.), y existe una relación causal entre la violencia en los medios de comunicación y la conducta agresiva de las personas, incluyendo además la enajenación de culturas.

Por tal motivo, convendría evitar un consumo abusivo de la TV, sobre todo

en niños y adolescentes, particularmente vulnerables a los mensajes audiovisuales; no sólo por los contenidos intrínsecos de los programas y mensajes, sino porque dedicar mucho tiempo a la TV también supone, en gran medida, dejar de hacer muchas otras cosas como (lectura, trabajo escolar, deportes, juegos, aficiones, convivencia familiar, etc.) imprescindibles para el desarrollo integral de la personas. Citando a Briones & Vidal (2014) enfatiza que en la sociedad actual el medio televisivo ocupa un lugar y un tiempo privilegiado en la vida del hombre y, sobre todo de los niños; de hecho, la televisión se ha ido introduciendo poco a poco en el entorno doméstico y ha conseguido, gracias a sus tácticas persuasivas de transmitir sus contenidos, entretener y moldear la mente de los individuos y, en concreto, la de los niños más pequeños

La televisión cuenta con múltiples y de los más variados formatos, pero para analizar los contenidos en un sentido más amplio y sobre todo para evitar caer en la particularidad del

estudio, necesariamente se toma como referente a las funciones de esta que son la informar, formar y entretener, lo cual está expuesto en este caso os niños y niñas que son los más vulnerables. Como plantea Peraldo & Sevillano (2015) deduce que, en el contexto familiar es donde se desarrolla la mayor interacción entre el niño y el televisor. El niño, al regresar de la escuela pasa muchas horas sentado frente al televisor y este factor es debido a que los padres y familiares que conviven con el niño pasan por alto que la televisión es un medio que fácilmente crea adicción en el niño. Su problema con frecuencia es que no saben lo que harían con los niños si no existiera la televisión como forma de aparcamiento de sus propios hijos.

La relación existente entre la televisión y la alienación cultural de la que es objeto el niño y adolescente, es justamente la ideológica, la misma que cumple el papel de crear en el individuo alienado una falsa conciencia, de nuevos paradigmas, culturas, frases, vestimentas, etc., dejando de lado la cultura propia de sus pueblos. Lo expuesto por

Morduchowicz (2013) revela que a pesar del desarrollo en cuanto a cobertura del internet, es claro el papel central de la televisión en la difusión y consumo de la cultura global y de las restantes industrias culturales en particular, los modos de producir, transmitir y consumir la cultura pasan por profundas transformaciones que se orientan hacia otros lugares-espacios que tienen que ver con los medios y especialmente con el peso de lo audiovisual

La cultura pasa de una a otra generación las esencias de símbolos heredados, creencias, costumbres, tradiciones, símbolos; teniendo en cuenta, que, si se producen cambios sustanciales colectivos, actuarán en el presente y en el patrimonio a legar, las crisis culturales de nuestro tiempo, los valores absolutos pasan a ser relativos y se infiltran como ideologías en la vida del país. De acuerdo con Ortíz, Ruiz, & Díaz (2013) deduce que hasta su desaparición o hasta ser desplazada por el Internet u otro medio, la televisión continuará siendo el más importante instrumento de la globalización en la enajenación

cultural; las innovaciones tecnológicas conservarán la visión transnacional de la televisión, favoreciendo la circulación sin fronteras de productos, pero también de formatos, personajes, o temas estandarizados que en medio de esta dinámica van afirmando niveles y espacios diversificados de identidad.

La televisión, en tanto medio de comunicación, es un sujeto alienante que incide directamente en el cambio, alteración o modificación de los patrones culturales de las sociedades, conduciéndolas a una transformación cultural orientada a legitimar al sistema capitalista en la forma que se presente, como expresa Caviedes, Quezada, & Herranz, (2015) deduce que los adolescentes principalmente los niños adquieren otro tipo de costumbres cuando ven programas extranjeros y desconocen en varios casos sobre las diferentes vestimentas, tradiciones, costumbres de nuestros pueblos e inclusive se dejan llevar por las propagandas de cadenas alimentarias y no consumen platos tradicionales de nuestros pueblos.

METODOLOGÍA

Participantes. Los participantes de la presente investigación estuvieron conformados 53 padres de familia y 54 niños y niñas.

Diseño de investigación: Para la aplicación de los instrumentos de investigación se utilizó un enfoque de la investigación Cualitativo-cuantitativo, porque permitió fundamentar las variables teóricamente y dar juicios de valor, con la finalidad de establecer la mejor propuesta, y al mismo tiempo basado en la recopilación de la información representar gráficamente y estadísticamente los resultados obtenidos.

Para la fundamentación teórica científica de las variables se empleó la modalidad de investigación bibliográfica-documental, basada en textos, libros, folletos, memoria, entre otros que se encontró a disposición del investigador. La aplicación de las técnicas e instrumentos se los realizó en las instalaciones de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” es decir se aplicó una investigación de campo.

Se estableció el problema poco conocido empleando el nivel investigativo exploratorio, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos de recopilación de la información primarios como la observación y el dialogo. Una vez conocido el problema a investigar, se procedió a establecer el comportamiento del niño y niñas al ver los programas infantiles, a través del nivel descriptivo, para lo cual se recopiló la información mediante la aplicación de técnicas estructuradas, en el presente caso la ficha de observación a los niños y la encuesta a los padres de familia. Se pudo observar la incidencia de la variable independiente sobre la dependiente empleando el nivel Correlacional o asociación de variables.

Técnicas e instrumentos. Para la recolección de la información se utilizó dos tipos de técnicas: la observación y la encuesta. En cuanto a los instrumentos se trabajó con fichas de observación aplicadas a los niños y niñas de primer año y cuestionarios para los padres de familia, la investigación se lleva a cabo gracias a la exploración del

entorno educativo en el que se desenvuelven los niños.

Procedimiento: Para recabar la información principalmente en los niños y niñas se acudió a las aulas de la institución específicamente a las de primer año, se aplicó la ficha de observación en grupo de 5 niños, tomando en cuenta que cada ficha tiene el nombre de cada niño, y se los realizo en jornadas diarias de trabajo sin interrumpir sus actividades educativas planificadas, luego de aplicar a todos los niños la ficha se discrimino preguntas con errores, se continua con la tabulación de datos para ser procesado en el programa Excel con su respectiva frecuencia, porcentaje y gráfico estadístico; procediendo a la establecer su respectivo análisis e interpretación de resultados.

Para la encuesta a los padres de familia se citó a una reunión de planificación educativa y se aprovechó a aplicar la respectiva

encuesta que resaltando a que respondan a su criterio propio; para las gráficas correspondientes se realizó lo antes mencionado en la ficha de observación aplicada a los niños.

Una vez recopilada la información tanto del cuestionario de la encuesta como de la ficha de observación, se procedió a la comprobación de la hipótesis, utilizando el método del Chi^2 (Chi cuadrado), que permitió aceptar la hipótesis alternativa (H_0). Se analizaron los resultados y se establecieron conclusiones y recomendaciones.

RESULTADOS

De los datos recabados en la ficha de observación aplicada a los niños y niñas de primer año, se obtuvieron los siguientes resultados relevantes para la investigación, tomando en cuenta en la gráfica presentada son tomados los valores de la frecuencia observada.

Tabla 1: Resultados frecuencia observada niños y niñas

Indicador	Siempre		Casi		Pocas veces		Nunca	
¿Conoces los programas que se transmiten en la tarde y noche en la TV?	15	28%	23	43%	13	24%	3	5%
¿Prefiere comida extranjera que platos típicos?	29	54%	14	26%	3	5%	8	15%
¿Prefiere celebraciones extranjeras que nacionales?	23	43%	14	26%	11	20%	6	11%
¿Tienes supervisión de un adulto mientras miras los programas infantiles de TV?	8	15%	7	13%	14	26%	25	46%

De un total de 54 encuestados que corresponde a 100% 15 niños y niñas que constituye el 28% contestaron que siempre, 23 que corresponde el 43% la opción casi siempre, 13 de ellos con el 24% en la opción pocas veces y 3 con el 5% manifiestan la opción nunca. Teniendo como análisis que los niños y niñas en su mayoría conocen a qué momento dan los programas infantiles que ha ellos más les gusta, están pendientes de la televisión, e inclusive dejando de lado actividades más productivas por ver sus series favoritas, provocando en ellos desinterés por el estudio. (ver Tabla 1)

De un total de 54 encuestados que corresponde a 100%, 29 niños y niñas

que constituye el 54% se encuentra en la opción siempre, 14 que corresponde el 26% la opción casi siempre, 3 de ellos con el 5% en la opción pocas veces y 8 con el 15% manifiestan la opción nunca. Además la mayoría de niñas y niños prefieren la comida extranjera que la comida típica de la ciudad o el país, en este caso ellos prefieren comidas como el KFC, Burger King, Pizza Hut entre otras, y en un porcentaje minoritario eligen comer comidas que son tradicionales sean estas papas con cuy, fanesca, hornado, etc., se puede dar cuenta que ellos prefieren comidas extranjeras que pasan en las propagandas al mirar la televisión, con esto se describe la pérdida de

alienación cultural referente a la comida. (ver Tabla 1)

De un total de 54 encuestados que corresponde a 100%, 23 niños y niñas que constituye el 43% se encuentra en la opción siempre, 14 que corresponde el 26% la opción casi siempre, 11 de ellos con el 20% en la opción pocas veces y 6 con el 11% manifiestan la opción nunca. Agregando que en mayoritariamente los niños y niñas prefieren las celebraciones extranjeras que se han implementado en el país siendo estos Halloween, Navidad, Día de reyes, entre otros, sin tomar en cuenta al realizar esta pregunta las celebraciones y tradiciones como finados, carnaval, pase del niño, mama negra, y con esto

produciéndose pérdida de costumbres y tradiciones. (ver Tabla 1)

De un total de 54 encuestados que corresponde a 100%, 25 con el 46% manifiestan la opción nunca, 14 de ellos con el 26% en la opción pocas veces, 8 niños y niñas que constituye el 15% se encuentra en la opción siempre, y 7 que corresponde el 13% la opción casi siempre. Y por último en un porcentaje mayoritario con la opción nunca y pocas veces los niños y niñas no son supervisados o acompañados de algún adulto mientras ellos miran la televisión, ellos manifiestan que sus padres trabajan y llegan en la noche o están ocupados en otras cosas y ellos pasan en la TV mucho tiempo y sin control de un adulto. (ver Tabla 1)

Tabla 2: Resultados frecuencia observada padres de familia

Indicador	Siempre		Casi Siempre		Pocas veces		Nunca	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
¿Sus hijos dedican más tiempo a mirar tv que pasar con ustedes?	20	38%	21	40%	7	13%	5	9%
¿Su hijo o hija mira más de 3 a 4 horas diarias la tv?	24	45%	16	30%	9	17%	4	8%
¿Cree usted que la perdida de la cultura en los niños y niñas se debe a los patrones de comportamiento que observan en los programas infantiles?	14	26%	19	36%	9	17%	11	21%
¿Usted como adulto supervisa lo que los niños miran en la tv?	19	36%	15	28%	17	32%	2	4%

En la mayoría de padres de familia han manifestado que sus hijos prefieren estar viendo sus programas infantiles que pasar con ellos, o ayudando en las actividades de la casa, la tv ha tomado mayor importancia que otras labores que un niño o niña a edades iniciales deberían realizar, sean estas jugar, leer, socializar con otros niños, etc. (ver Tabla 2)

Al realizar la tabulación correspondiente en un porcentaje mayoritario manifiestan que sus hijos siempre ven televisión de 3 a 4 horas días, y ellos como padres no logran contralar aquello porque no pasan mucho tiempo con sus hijos por motivos de trabajo u otras actividades e inclusive algunos padres deciden entretenerles con los programas infantiles para que no molesten. (ver Tabla 2)

En porcentajes mayoritarios los padres de familia consideran que siempre y casi siempre los programas infantiles que se dan en la televisión tienen mucho que ver en la pérdida de la cultura en los niños y niñas, ya que en varios programas enfatizan diferentes actividades que promueven adoptar otro tipo de culturas, o vestir de otra forma o moda. (ver Tabla 2)

La mayoría de padres de familia siempre y casi siempre están pendientes de sus hijos cuando están viendo la televisión, ya que existen programas que no son los adecuados para que ellos no los vean, en la opción pocas veces y nunca se encuentran en porcentaje menores, los padres por motivos de trabajo o viajes no pasan mucho tiempo con ellos y no pueden controlar muy seguido lo que ellos están viendo en tv. (ver Tabla 2)

DISCUSIÓN

Según Durá, Mauleón, & Gúrpide, (2014) destaca que existe una actitud muy permisiva respecto a la TV en nuestros hogares, a nuestros hijos se les facilita su acceso desde edades muy tempranas e incluso a muchos de ellos se les colocan aparatos de televisor en sus propias habitaciones, apenas existe control por parte de los padres o tutores de los mensajes y contenidos de la programación televisiva y, en consecuencia, el consumo de la TV de nuestros adolescentes es excesivo y, peor aún, indiscriminado. De acuerdo a la investigación los padres de familia mencionan tener control sobre lo que sus hijos o hijas miran en la televisión específicamente los programas infantiles, siempre está un adulto con los niños, de esta forma evitan que los niños sean vulnerables a las diferentes programaciones violentas que se transmiten hoy en día en dichos programas.

Según García, A. (2014) manifiesta que el uso indiscriminado de la TV aumenta la pasividad intelectual, limita la creatividad, disminuye su tiempo libre para realizar otras

actividades, condiciona un mayor consumo de alimentos, adquisición de nuevas culturas, costumbres y una menor actividad física. En algunos casos la utilización de la televisión cuando son utilizadas con moderación y en programas que tienen un nivel documental, educativo ayuda en el desarrollo personal del niño, adquiriendo nuevos conocimientos que ayudan en su formación.

Según Ortiz, R. (2014) analiza que el Informarse, estudiar, investigar más a profundidad sobre la alienación y los efectos de la televisión en la conducta de los individuos para en primer término poder llegar de una mejor manera a los públicos, y a su vez para desenmascarar al sistema que de múltiples formas nos oprime y reprime. Se permite ver un poco más allá de los límites que este sistema ha puesto como barreras para controlar la conciencia de los individuos, y, entender que la objetividad en el periodismo no es posible porque se trata de una construcción humana y el individuo por naturaleza muestra siempre una predisposición hacia algo, incluso antes de conocerlo y peor aún, al ser objeto de alienación ideológica

CONCLUSIONES

La influencia de la televisión en el proceso de alienación cultural, está determinada en la medida en que un mensaje sea cual sea la forma que presente este, lleve en su contenido un nivel de carga ideológica que permita en una u otra medida servir a los intereses de la clase dominante olvidándose las del lugar de origen.

La mayoría de programas infantiles que los niños observan tienen mensajes de consumismo de otro tipo de costumbres que enajenan la de nuestros pueblos adquieren costumbres, lenguaje, vestimenta de otros lugares los niños desean vestirse o imitar a sus personajes favoritos.

Los contenidos televisivos infantiles, en el formato que se presenten, son en su mayoría productos culturales que alienan culturalmente al niño y niña teniendo como resultado, tanto el emisor como el receptor del mensaje en la mayoría de los casos no poseen conciencia plena del papel que juegan en el proceso de apropiación de cultura global en la adopción de esquemas culturales ajenos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, J., & Pérez, M. (2015). *La educación en los medios de comunicación*. Obtenido de http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_1/nr_566/a_7901/7901.pdf
- Aguado, M. (2014). *La educación intercultural: concepto, paradigmas, realizaciones*. Obtenido de <http://red.pucp.edu.pe/ridei/wp-content/uploads/biblioteca/090804.pdf>
- Briones, O., & Vidal, R. (2014). *Un enemigo en casa: la televisión*. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656704795402>
- Caviedes, B., Quezada, E., & Herranz, J. (2015). *La televisión y los niños: ¿es responsable la televisión de todos los males que se le atribuyen?* Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656700784770>
- Durá, T., Mauleón, C., & Gúrpide, N. (2014). *La televisión y los adolescentes*. Obtenido de

- <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656702789981>
- Elgezabal, R. (2013). *Estructuras de la comunicación y la cultura: Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Friedrich, R. (2015). *Alienación cultural a través de la transferencia de tecnología*. Obtenido de <http://repositoriobiblioteca.intec.edu.do/handle/123456789/801>
- Fuenzalida, V. (2014). *La influencia cultural de la televisión*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Fuenzalida_Valerio/publication/266216357_LA_INFLUENCIA_CULTURAL_DE_LA_TELEVISION/links/5735e16108ae298602e09529.pdf
- García, A. (2014). *Por una televisión para la educación en sintonía multimedia*. Obtenido de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1244/b15279340.pdf?sequence=1>
- Ibañez, J., & Zalbidea, Á. (2015). *Televisión y programación infantil en Euskadi*. Obtenido de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17408>
- Molano, O. (2015). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4020258>
- Morduchowicz, R. (2013). *El capital cultural de los jóvenes*. Obtenido de <http://www.roxanamorduchowicz.com/textos%20pdf/El%20capital%20cultural%20de%20los%20jovenes.pdf>
- Ortíz, M., Ruiz, J., & Díaz, E. (2013). *Las televisiones y la investigación en infancia y televisión*. Obtenido de <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=40-2013-16>
- Ortíz, R. (2014). *Cultura, modernidad e identidades*. Obtenido de http://nuso.org/media/articles/downloads/2417_1.pdf
- Peraldo, L., & Sevillano, M. (2015). *La influencia de la televisión en los niños*. Obtenido de <http://espacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20332&dsID=influen>

cia_television.pdf&a=bi&pagen
umber=1&w=100

Rincón, O. (2013). *La televisión pública del consumismo al ciudadano*. Bogota: Impresid.

Sánchez, S. (2013). *Televisión y educación: un desafío posible*.
Obtenido de

<https://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/69272>

Souza, M. (2014). *Prescolares y televisión*. Obtenido de https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/pre_escolares_y_tv.pdf

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
ULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE EDUCACIÓN PARVULARIA



OBJETIVO: Investigar la influencia que tienen los programas televisivos infantiles en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

Encuesta dirigida a los niños de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis”

Instrucción: En cada pregunta señala la alternativa(s) con la que tú estés de acuerdo.

1. ¿Señala tres programas de TV que te gustan más?

Noticias



Deportes



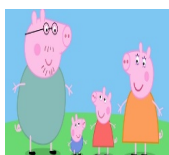
Reality Show Dibujos



Lucha



2. ¿Señala tres programas infantiles que te gusta ver?



Pepa	Padrinos mágicos	Bob esponja	Simpson	Doraemon	Gravity falls

3. ¿Conoces los programas que se transmite en la, tarde y noche en la TV?

- Siempre ()
 Casi siempre ()
 Pocas veces ()
 Nunca ()

4. ¿Dedicas mucho tiempo a mirar TV en el día?

- Menos de 1 hora ()
 1 a 2 horas ()
 3 a 4 horas ()
 5 horas o más ()



5. ¿Cuándo ves más televisión?

- Entre semana ()
 Los fines de semana ()
 Siempre ()

6. ¿Señala tres alimentos que te gustan más?



Papas con cuy	KFC	Burger King	Hornado	Fanesca	Pizza Hut

	
Seco de pollo	Papas fritas

7. ¿En qué programas de Tv infantil miraste la publicidad del producto(s) que te gusta más?

- Bob esponja ()
 Pepa pig ()
 Simpson ()
 Jimmy Neutrón ()
 Madagascar ()

Otros:.....

8. ¿De las celebraciones que se realizan en nuestro país señala tres que te guste más?



Navidad	Carnaval	Finados	Halloween	Mama negra	Día de Reyes

9. Mientras estás viendo la televisión ¿Qué es lo que haces generalmente?

- Imitas algún personaje mientras ves TV ()
Como, juego, dibujo o hago cualquier cosa ()
Hago la tarea ()
Veo varios programas a la vez, cambiando de canal ()

10. ¿Tienes supervisión de un adulto mientras miras los programas infantiles de Tv?

- Siempre ()
Casi siempre ()
Pocas veces ()
Nunca ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN



CARRERA DE EDUCACIÓN PARVULARIA

OBJETIVO: Investigar la influencia que tienen los programas televisivos infantiles en la alienación cultural de los niños y niñas de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis” del Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

Encuesta dirigida a los padres de familia de primer año de la Unidad Educativa “Madre Gertrudis”

Instrucción: Colocar una X en la alternativa que usted esté de acuerdo.

1. ¿Señale dos tipos de programas que su hija(o) miran normalmente?

- Deportes ()
- Novelas ()
- Familiares ()
- Programas infantiles ()
- Reality shows ()
- Lucha Libre ()

2. ¿Señale dos de los programas infantiles de la tv que más ve su hija(o)?

- Bob esponja ()
- Pepa pig ()
- Simpson ()
- Jimmy Neutrón ()
- Madagascar ()
- Otros:.....

3. ¿Cuándo ve más tv su hija(o)?

- Entre semana ()
- Los fines de semana ()
- Siempre ()

4. ¿Señale dos actividades que más realiza su hija(o)?

- Acompañar a los padres ()
- Jugar ()
- Leer ()
- Salir a la calle ()
- Ver la televisión ()
- Otra ()

5. ¿Señale cuánto tiempo mira la tv su hija(o) en el día?

- Menos de 1 hora ()
- 1 a 2 horas ()
- 3 a 4 horas ()
- 5 horas o más ()

6. ¿Considera usted que cambian los hábitos diarios de su hija(o) por la publicidad en los programas?

- Siempre ()
- Casi siempre ()
- Pocas veces ()
- Nunca ()

7. ¿Su hijo imita algún personaje que mira en la tv?

- Siempre ()
- Casi siempre ()
- Pocas veces ()
- Nunca ()

Cual.....

8. ¿Crees usted que la pérdida de la cultura en los niños se debe a los patrones de comportamiento que observan en los programas infantiles de tv?

- Siempre ()
- Casi siempre ()
- Pocas veces ()
- Nunca ()

9. ¿Transmite usted a su hija(o) las diferentes tradiciones y costumbres que existen?

- Siempre ()
- Casi siempre ()
- Pocas veces ()
- Nunca ()

10. ¿Usted como adulto supervisa lo que los niños miran en la televisión?

- Siempre ()
- Casi siempre ()
- Pocas veces ()
- Nunca ()



UNIDAD EDUCATIVA "MADRE GERTRUDIS"
Acuerdo No. 0086-DT - Resol. No. 00198-R-CZE3-2015



CERTIFICACIÓN

La suscrita Directora de la Unidad Educativa Madre Gertrudis del cantón Cevallos, Provincia de Tungurahua, a petición verbal de parte interesada;

CERTIFICA

Que: al recibir la solicitud de SILVANA ALEJANDRA FREIRE ZURITA, CI. 180348320-3, estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, de la carrera de Ciencias de la Educación, Especialización Parvularia, certifico que realizó el Proyecto de Investigación sobre "Los programas televisivos infantiles en la alienación cultural de los niños y niñas de 1° Año de la Unidad Educativa Madre Gertrudis", para lo cual presentó Encuestas a maestros y la respectiva ficha de observación a los niños de la edad mencionada.

Es cuanto puedo afirmar en honor a la verdad.

El portador de este documento puede hacer uso del mismo como creyere conveniente.

Cevallos, 28 de noviembre del 2016



Sor Edid Aldaz A.

DIRECTORA