

La influencia de la televisión en las conductas agresivas de los adolescentes

Adriana López Rivera (*) adri.lpzr17@gmail.com

Carlos Alfonso Pérez Becerra (*) carloperzbecerra@gmail.com

Brian Yesiel Ramírez Morales (*) b.f.brianram@gmail.com

Sabrina Michelle Ramírez Pérez (*) rapz_24@hotmail.com

*Estudiante de la carrera de Psicología de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, UNAM

Cómo citar este texto: López, A., Pérez, C. A., Ramírez, B. Y. y Ramírez, S. M. (2017). ¿Las conductas agresivas de los adolescentes son reflejo de la televisión?. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 3(6), 39-46.

RESUMEN

De acuerdo con Rojas (2008), la conducta de los niños y adolescentes puede cambiar a causa del contenido que ven a través de la televisión. Partiendo de esta idea se llevó a cabo una investigación cualitativa con cuatro participantes, dos mujeres y dos hombres de edades entre los 12-15 años, el objetivo consistió en conocer cuál es la influencia en la transmisión y promoción de la violencia en los diferentes programas que son transmitidos en televisión. A cada participante se le realizó una entrevista semiestructurada, para conocer el tipo de contenido televisivo que ven, a su vez se complementó con el test de la figura humana, con la finalidad de conocer su personalidad. Se encontró que los adolescentes siguen determinados estereotipos, más no se apropian de conductas agresivas. Al final se concluyó que actualmente los adolescentes no se dejan guiar por todas las conductas que se observan en televisión.

Palabras clave: Conductas reflejo, transmisión, personalidad, estereotipos.

ABSTRACT

According to Rojas (2008), the behavior of children and adolescents may change because of the content they see on television. Based on this idea, a qualitative investigation was carried out with four participants, two women and two men aged between 12 and 15 years, the objective was to know the influence on the transmission and promotion of violence in the different programs which are broadcast on television. Each participant was given a semi-structured interview; to know the type of television content they see, in turn was complemented by the test of the human figure, in order to know their personality. Adolescents were found to be stereotyped, but they did not appropriate aggressive behaviors. In the end, it was concluded that adolescents don't allow themselves to be guided by all the behaviors that are observed in television.

Keywords: Behaviors, reflex, transmission, personality, stereotypes.

1. INTRODUCCIÓN

Presentación de la problemática

Diversos autores (Monereo y Pozo, 2014; Tubella, 2005), mencionan que, durante el proceso de la construcción de la identidad, se encuentran mecanismos creadores, que influyen desde una forma individual e intrapsicológica, estas se pueden observar en las prácticas comunitarias, historias, culturas y/o sociedades. Por otro lado, la televisión es un factor que influye en la forma de interacción y concepción social e individual. En el presente trabajo se pretende conocer cuál es la influencia en la transmisión y promoción de la violencia, que está presente en contenidos principalmente en novelas, series televisivas, noticieros, vídeos musicales y caricaturas, los cuales en su mayoría contienen ejemplos de agresión

física, verbal y/o psicológica. De esta manera un porcentaje de los adolescentes imitan las conductas que observar a través de la televisión, cabe mencionar que estas conductas no son del todo apropiadas para una convivencia social sana, pues pueden ser actitudes de violencia tanto física, verbal y psicológica, lo cual no es adecuado para ellos mismos ni para las personas de su alrededor, por lo cual se podría prevenir o disminuir con la supervisión de los padres, además de una restricción en horarios y pláticas con sus hijos para hacerles saber la situación de la vida real.

Presentación del problema específico

En el presente trabajo se pretende conocer cuál es la influencia en la transmisión y promoción de la violencia, que está presente en contenidos principalmente en

*Estudiante de la carrera de Psicología de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, UNAM

novelas, series televisivas, noticieros, vídeos musicales y caricaturas, los cuales en su mayoría contienen ejemplos de agresión física, verbal y/o psicológica.

De acuerdo con Rojas (2008), la conducta de los niños y adolescentes puede cambiar a causa del contenido que ven transmitido en televisión, ya que no todos los programas están aptos al tipo de público que los ven, además de que actualmente la televisión es una herramienta tecnológica a la cual este tipo de población tiene un fácil acceso, ya que en la mayoría de los hogares se cuenta con esta tecnología, por lo tanto se tiene una mínima o nula restricción por parte de los padres o de quien esté a cargo, sin contar que puede ser factor de otras afecciones en las personas.

Propósito

Un porcentaje de los adolescentes imitan las conductas que observar a través de la televisión, cabe mencionar que estas conductas no son del todo apropiadas para una convivencia social sana, pues pueden ser actitudes de violencia tanto física, verbal y psicológica, lo cual no es adecuado para ellos mismos ni para las personas de su alrededor, por lo cual se podría prevenir o disminuir con la supervisión de los padres, además de una restricción en horarios y pláticas con sus hijos para hacerles saber la situación de la vida real.

En el presente trabajo se pretende conocer cuál es la influencia de la televisión en la transmisión de contenido visual que promueve la violencia a cada uno de sus espectadores integrando al público infantil, adolescente, juvenil y adulto; que ésta se transmite en contenidos como son principalmente las novelas, las series televisivas, los noticieros, los vídeos musicales, y las caricaturas, los cuales en su gran mayoría contienen ejemplos de violencia física, verbal y/o psicológica, sirviendo como modelo los consumidores televisivos

2. MARCO CONCEPTUAL

Perspectiva

La televisión (TV) es un medio de comunicación masiva que tiene como receptores a gente mayor de edad, adultos, adolescentes e infantes. Su función es la transmisión de programas particulares con diversos objetivos, tales como entretener, informar o educar (Gerbner, 2002). La educación generalmente es concebida como aquella formación que tiene lugar en un sistema escolarizado en el que la enseñanza se imparte en centros específicos, sin embargo, la educación institucionalizada constituye únicamente el tipo de educación denominada formal, pero también existe la educación informal la cual se imparte en ambientes no escolares, esto es, a través de las prácticas en las que se involucra el individuo, por ejemplo en la familia, a través de la religión, centros recreativos, deportivos, culturales, de trabajo o mediante medios de

comunicación (Belmonte y Guillamón, 2013). En esta última está ubicada la televisión.

Algunos autores sostienen que la televisión genera efectos psicológicos y sociales sobre su público (Tubella, 2005; Keightley, 2011; Greenfield, 2014). Rojas (2008) afirma que el comportamiento puede cambiar en relación al tipo de contenido televisivo que se consume. El contenido televisivo calificado como violento es común en la programación dirigida a audiencias infantiles y adolescentes. Optar por estos contenidos reafirma la consolidación de la televisión como instrumento de ocio, en detrimento de otras funciones posibles, y el gusto, entre los adolescentes, por la programación diseñada para los adultos. Así mismo se define la adolescencia como la etapa de la vida comprendida entre los 10 y los 19 años de edad, de acuerdo con la definición de la Organización Mundial de la Salud. La edad o la situación social particular, son otro tipo de variables que han sido asociadas a la influencia de la TV sobre los consumidores (Samaniego, et al., 2007).

Causas del problema

Un acto violento es definido como aquel que implica “un ataque directo, corporal contra las otras personas, que reviste un triple carácter: brutal, exterior, y doloroso. Lo que la define es el uso físico de la fuerza, la rudeza ejercida voluntariamente en detrimento de alguien” (Chensnais, 2003).

Ejemplos de algunos estudios que muestran cómo afecta el contenido televisivo violento al comportamiento son los que se muestran en el libro "Televisión. Sus efectos en niños y adolescentes" en donde se exponen algunas conclusiones de investigaciones realizadas en EUA, con el objetivo de evaluar los efectos de programación infantil sobre el comportamiento, destaca el caso del doctor Steve quien, en 1971, encontró que los niños que veían dibujos animados de contenidos violentos tendían a la conducta agresiva con sus compañeros. Por otro lado, Hapkiewics y Roden en el mismo año, encontraron que además de presentar conductas agresivas, los infantes eran egoístas al compartir sus juguetes (Detrés, 1995).

No deberíamos identificar un término de tan amplio espectro como «educación», única y exclusivamente con el de «escolaridad», de gran importancia pero con carácter mucho más restrictivo y acotado, sino más bien con otros de semejante amplitud como «socialización», «individuación» o «enculturación». Los procesos de formación e instrucción que se desarrollan en las instituciones escolares y académicas, y que solemos identificar como educación reglada o formal, no agotan el «hecho educativo», sino que requieren de otros procesos paralelos y externos a la institución escolar para configurar lo educativo en toda su riqueza y diversidad. Así, junto a la «socialización secundaria» de la escuela encontramos la «socialización primaria» de la familia, y

junto a su «educación formal», la «educación no formal» de los medios de comunicación (Belmonte y Guillamón, 2013).

Si aceptamos pues la íntima conexión entre «educación» y «socialización»: inclusión de la persona en su medio colectivo o construcción de su identidad social, entre «educación» e «individuación»: configuración de sus rasgos individuales o construcción de su Identidad personal, y entre «educación» y «enculturación»: adopción de los rasgos culturales de su comunidad o construcción de su identidad cultural, entonces, dada su clara presencia y relevancia sociocultural, ya no cabe duda de que la televisión «educa», otra cosa es que se trate de «buena» o «mala educación», la valoración opera en función de los productos televisivos concretos (la televisión no es un todo homogéneo), y de los criterios de quienes la juzguen (ni los telespectadores ni los analistas o críticos compartirán todos un mismo punto de vista), y tampoco cabe duda respecto a la «construcción de identidades», en mayor o menor medida y de mejor o peor forma. Es por lo tanto, necesario estudiar la TV al margen de su participación en la educación y en la construcción de una identidad personal (Belmonte y Guillamón, 2013).

La televisión es la fuente de imágenes y mensajes más grande en la historia humana. A pesar de la existencia de nueva tecnología que transforma los negocios y la comunicación profesional en los últimos años, las comunidades de investigación parecen continuar preocupados y centrados en la televisión. Las razones de esto son que 1) Aún en la actualidad se consume mucho la televisión 2) No muestra signos de “debilitarse” y 3) Cada vez hay más sistemas que ofrecen el servicio tales como el cable, vía satélite, etc., penetrando así más en la vida diaria de las personas y estableciéndose en hábitos. La TV es promotora de programas de drama, comerciales, noticias y de otros contenidos relativamente coherentes con la realidad. Representa una de las principales fuentes de información y socialización que generan predisposiciones y preferencias en los consumidores. Además, provee una relativa cantidad de temáticas para una determinada variedad de público. Nielsen (1984), afirma que en la casa típica, se consume la televisión aproximadamente 7 horas al día, es decir, casi una tercera parte de la vida diaria. Sin embargo no se trata de minimizar la importancia de programas específicos, la atención selectiva u otras formas de comunicación específicas, sino que el centro de atención en torno a la TV, recae en los aspectos relativos a los efectos de este medio de comunicación, visto como un “cuenta historias” de la era actual (Gerbner, 2002). Ciertamente las fuentes de información del siglo XX, han cambiado respecto al año actual, no obstante, la TV continúa siendo un medio de comunicación frecuentado en gran parte de las sociedades actuales y ahí su relevancia y aportación al tema en cuestión.

Por otro lado, Heintz-Knowles (2001), muestra como es la representatividad de la población adolescente en programación ficticia estadounidense en horarios de emisión de máxima audiencia. Destaca la presencia de jóvenes en la mitad de los programas asociados a espacios educativos, problemas en relación a sentimentalismos, amistades, familia o de intergeneraciones. También se enfatiza la aparente capacidad de este grupo de personajes juveniles para revolver sus problemáticas sin la necesidad del apoyo de los adultos, de hecho, estos suelen estar ausentes o son inefectivos en la solución de problemas aun cuando los jóvenes eran quienes detonaban los problemas que debieran solucionar los mayores. Otros temas como el alcohol o las drogas no son relacionados con la vida cotidiana de la población joven y adolescente.

También afirma que la televisión es un medio conservador y que refleja cambios sociales que ocurren en la realidad. La representatividad de estos personajes, en ocasiones muestran aspectos positivos en términos de “sentido de lealtad” o de compasión, pero también muestran aspectos negativos, por ejemplo, el recurrir al estereotipo de jóvenes egoístas o de conflictos entre jóvenes puramente sentimentales (Heintz-Knowles, 2001). Considerando que el contenido mostrado en la televisión, permea e influyen las creencias y preferencias de los consumidores, aquellos dirigidos a una audiencia juvenil con temáticas específicas mencionadas anteriormente, pueden tener repercusiones en relación a cómo es concebido el propio adolescente, lo cual puede permitir que este tipo de prácticas ficticias sean perpetuadas, restando relevancia y responsabilidad al programa televisivo y confiriéndolo a causas ajenas a estos.

La televisión, como ya antes se mencionó, es un medio que genera cambios sociales en la realidad, pero también puede generar cambios de conducta en las personas, según Rojas (2008), existe un cambio en el tipo de conducta que pueden presentar tanto los niños como los jóvenes a causa del contenido que ven actualmente en la televisión, ya que en nuestro país no están totalmente adaptados ni al horario, ni al tipo de público que lo ve, los programas que se transmiten, ya que los niños independientemente del horario en que vean la televisión, cuentan con un acceso a contenido de violencia tanto psicológica, verbal o física, incluso en los programas como caricaturas que se supone son hechos para ellos, además de otros temas como sexo, y vocabulario inadecuado.

Sumado a esto, otro factor, es que no es adecuado el tiempo que pasan sentados frente a la televisión, ya que puede traer diversas consecuencias, tales como obesidad, en el caso de la salud, o también poca o nula convivencia tanto con sus pares como con su familia, al igual que bajo rendimiento escolar, a causa de que por ver tanta televisión no dedican tiempo a otras actividades como la

lectura y por ende, no hay una correcta comprensión, ni desempeño académico.

Monereo y Pozo (2014) mencionan que todo aprendizaje, enseñanza y actividad social, se encuentra relacionada con una determinada identidad. “La identidad comienza cuando un organismo es capaz de auto-reconocerse y de atribuir determinados rasgos, conductas y consecuencias de las acciones, a sí mismo“ (Melucci, 1982, cit. en Monereo y Pozo, 2014). De esta manera los autores indican que la identidad tiene su origen en la relación constante con su entorno, que acaba por conformar una identidad propia que se extienden en el espacio y en el tiempo. En el proceso de la construcción de la identidad, se encuentran los mecanismos creadores, que influyen desde una forma individual e intrapsicológica, hasta las que se encuentran en las prácticas comunitarias, históricas, culturales y/o sociales.

En esta misma línea, Tubella (2005), menciona que la televisión influye en la forma de interacción y concepción social, aunque también está de acuerdo en que existen otras herramientas de igual forma relevantes como es el caso de internet, pues este influye en lo individual, pero también implica formas de interacción social. Por lo tanto esto tiene que ver con el sentir que se pertenece a un determinado grupo social, lo cual implica creencias, valores y formas de comportarse, y a su vez estos factores, están mediados por los medios de comunicación antes mencionados.

Cabe mencionar, que la identidad, es una fuente de significado y sensibilidad, pero también es una sensibilidad compartida, y los medios de comunicación son los creadores de la sensibilidad, en gran parte. Existen dos relevantes tipos de construcción de identidad, los cuales son: la identidad individual entendida como el sentido de uno mismo dotado de ciertas características y potencialidades, y la identidad colectiva, entendida como un sentido de uno mismo como miembro de un grupo social.

Teniendo a los medios televisivos como constructor de la identidad Greenfield (2014) menciona que “Hace veinte años Marshall McLuhan avanzó la tesis revolucionaria de que "el medio es el mensaje". Su idea era que cada medio de comunicación produce efectos sociales y psicológicos en su público, relaciones sociales particulares y forma particular de conciencia o modo de pensar, que son bastante independientes del contenido que se transmite. Estos efectos constituyen el mensaje del medio.” (Ibit, 2014). La autora remarca que, para muchas personas, la impresión sigue siendo un sello distintivo de la educación y de los estándares que se encuentran en contraposición de los demás medios. Asimismo, menciona que esta visión del mundo se percibe en la televisión, el cine y los nuevos medios electrónicos son una amenaza para la impresión.

De acuerdo con esto, Keightley (2011), hace referencia a que es necesario y pertinente hacer conciencia del contenido que se trasmite por medio de la televisión, ya que muy pocas veces se llega a hacer, lo cual es relevante para poder determinar las consecuencias que esto puede generar, y así poder prevenirlas, pues en ocasiones es algo que afecta a las personas sin tener tanta relevancia, pues se comienza con el deseo de lo que sería algo "ideal", por lo tanto, comienza a comparar su vida con lo que se está transmitiendo, lo cual no tiene ningún sentido porque es solo un programa de entretenimiento, pero esto puede incluso llegar a generar frustración.

También toma en cuenta que la identidad personal y social se ve afectada por estos factores, llegando a modificar las creencias culturales, lo cual tiene sentido, en relación a la frustración o cambios en la personalidad de una persona.

Por otro lado Samaniego, Pascual y Navarro (2007), comentan que las pantallas en particular la televisión se ha incorporado a nuestras vidas de forma cotidiana modificando nuestra conducta, principalmente en los ámbitos del desarrollo cognitivo y emotivo y en la formación de implicar en actitudes, valores y normas. Los autores mencionan "la televidencia es un proceso mediado, que supera la relación unidireccional de la televisión, la afectividad, la personalidad, etc." De tal manera que el televidente es considerado como una persona activa y receptiva de los mensajes generados por la televisión. Se entiende como una fuente de aprendizaje que abarca tres dimensiones: a) los propios contenidos; b) el medio en sí mismo; y c) el lenguaje. Sin embargo, mencionan que la influencia de la televisión va a depender de la edad en la que se encuentre el sujeto y del momento social; teniendo mayor influencia en la infancia y en la adolescencia.

Ante la finalidad de obtener dos series de comparaciones con respecto a los valores personales y los valores televisivos, los autores realizaron la escala de Valores Televisivos, en donde los autores mencionan que ha permitido avanzar en el tema de los valores personales y televisivos.

Consideramos que los medios de comunicación en especial de la televisión son una influencia indirecta del aprendizaje cotidiano de las personas, puesto que las dimensiones de los propios contenidos, el medio en sí mismo y el lenguaje que suele pasar en un determinado programa influye en el proceso de adquisición de los valores como personas y aún más como sociedades, propiciando un “ideal” de lo que debería ser una persona, familia, grupo, etc. El hecho de que las personas más propensas a esta adquisición de ideal son los niños y los adolescentes puesto que se encuentran en una etapa de desarrollo y cambios que determinan a que persona se convertirán en un futuro próximo.

3. PLANTEAMIENTO

Método

La pregunta de investigación que se formuló en la investigación fue: ¿La televisión ocasiona que los adolescentes adquieran conductas agresivas?

Hipótesis: Si hay una constante exposición a programas televisivos de contenido violento, entonces propiciara a la adquisición de conductas agresivas en sus televidentes.

Hipótesis nula (H0): Si hay una constante exposición a programas televisivos de contenido violento, entonces efectivamente se propiciará a la adquisición de conductas agresivas en sus televidentes.

Hipótesis alternativa (H1): Independientemente de una constante exposición a programas televisivos de contenido violento, esto no propiciara a la adquisición de conductas agresivas en sus televidentes.

Obtención de datos

El escenario en el cual se llevaron a cabo las entrevistas fue en una sala-comedor, el cual cuenta con tres sillones, una pequeña mesa de madera e iluminación artificial, ubicada en Coacalco de Berriozabal.

Se llevó a cabo un estudio con 4 adolescentes entre los 12 y 15 años, con nivel de escolaridad de secundaria. Para esta investigación se utilizó el test proyectivo dibujo de la figura humana de Karen Machover, con la finalidad de conocer la personalidad de los participantes; así mismo también se realizó una entrevista semiestructurada con las categorías: 1) horas de exposición, 2) Tipo de contenido, 3) Participación de los padres, 4) Conductas imitadas y 5) Disposición a ver la televisión. La finalidad de la entrevista fue principalmente para complementar la herramienta utilizada, el test de la figura humana y de esta forma conocer de forma más personal acerca de sus hábitos televisivos.

Resultados

Se presentarán los resultados obtenidos de la entrevista y la prueba de la figura humana de cada participante. Primero se mostrarán los datos obtenidos en las entrevistas dividiéndolas por categorías y finalmente se mostrarán los resultados de la prueba de la figura humana.

Las categorías que se emplearon para realizar la entrevista fueron: 1) horas de exposición, 2) Tipo de contenido, 3) Participación de los padres, 4) Conductas imitadas y 5) Disposición a ver la televisión.

En la primera categoría que abarcaba las horas de exposición a los contenidos televisivos tanto entre semana, como en los fines de semana. En el caso de la exposición entre semana dos de los cuatro participantes ven la televisión de 0-3 horas, mientras que un participante ve la televisión de 3-7 horas, mientras que el otro participante ve la televisión más de 12 horas, no

obstante, algo en lo que coincidieron los cuatro participantes es que ven la televisión después de las 12 pm. Por otro lado, en los fines de semana varía pues la cada participante la ve en diferente horario y solo un participante sobrepasa a las 3 horas de exposición.

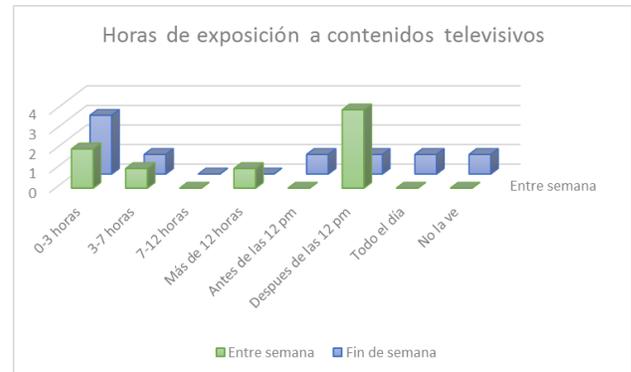


Figura 1: Horas de exposición a contenidos televisivos

En la figura 1 se muestran las horas de exposición a los contenidos televisivos por los que los participantes, la gráfica muestra los resultados de las horas por día considerando los parámetros que impliquen ver la televisión entre semana y ver la televisión en fin de semana.

En la segunda categoría se abarco el tipo de contenido que generalmente ven los adolescentes. Algo que mencionaron los cuatro participantes es que usualmente ven lo que está pasando en ese momento en la televisión. Partiendo de la clasificación de contenido de acuerdo al tipo de contenido, se dividieron en 10 categorías. En el caso de los participantes F1 y B1 tienen mayor preferencia por un solo tipo de contenido, para el caso de F1 el contenido de melodrama y para F2 contenido de acción. En cambio, los otros dos participantes tienen tres tipos de contenido preferente, para F2, se encuentra el contenido musical, de nada romance y comedia, mientras que B2 prefiere contenidos de acción, ciencia-ficción y fantasía.

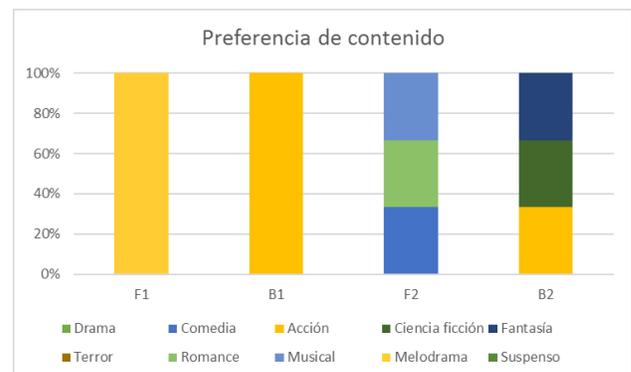


Figura 2: Preferencia de contenido

La figura 2 tiene la finalidad de mostrar la preferencia del contenido de cada participante, la clasificación de la referencia de contenido se hizo de acuerdo por su estilo o tono cinematográfico.

Por otro lado, en la categoría de la participación de los padres al momento de ver televisión, se añade la participación de los amigos. En los resultados obtenidos tres de los cuatro participantes no comentan lo visto o un programa con su familia, sin embargo, si lo hacen con los amigos, mientras que solo un participante comenta los contenidos con su familia en lugar de sus amigos.

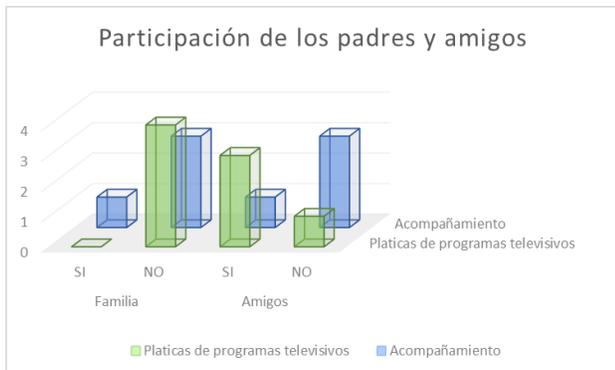


Figura 3: Participación de los padres y amigos

La figura 3 muestra los resultados que se obtuvieron en la categoría de la participación de los padres con respecto al acompañamiento para ver y platicar los contenidos televisivos, sin embargo, también se añaden a los amigos para comentar e inclusive ver juntos algún programa televisivo en específico.

En la categoría de las conductas imitadas, hubo diferencias en cuestión de género, mientras que los hombres no consideraban importante adquirir o imitar a un personaje, las mujeres les llamaba más la atención e inclusive una de ellas que si adquirió patines de un de sus personajes favoritos.



Figura 4: Conductas imitadas

En la figura 5 se muestra los resultados obtenidos en la última categoría que abarca la disposición para ver la televisión, es decir el tipo de programación con el que cuentan en casa. Algo que se pudo apreciar en los cuatro participantes es que independiente del tipo de programación con el que cuentan encasa, los cuatro prefieren ver sus programas o series a través del internet, pues a diferencia de la programación en TV, en internet pueden ver a la hora que quieran y cuanto quieran sus programas favoritos.

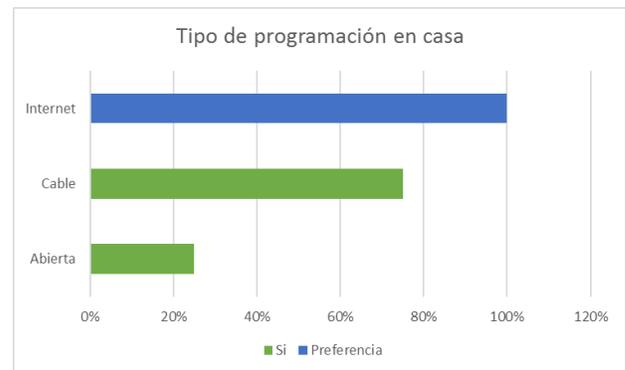


Figura 5: Tipo de programación en casa

Figura humana

De acuerdo con los resultados obtenidos en la interpretación del test de la figura humana, se pudo observar que tres de los cuatro participantes no cuentan con índices de tener una personalidad violenta, mientras que solo un participante presenta indicios de tener una personalidad violenta, sin embargo, de acuerdo con la autora, es una violencia de índole reprimido.

El presente estudio concuerda con lo planteado con Samaniego, Pascual y Navarro (2007), en donde mencionan que la televisión ha incorporado nuevas formas de una vida cotidiana, modificando y ampliando nuestra conducta, actitudes, valores e inclusive las normas sociales. En el caso de nuestra investigación los adolescentes tanto hombres como mujeres se apropian de estereotipos de una "buena vida", estereotipos de "hombre y mujer".

A diferencia de lo planteado con anterioridad en la hipótesis donde se mencionaba que la constante exposición a programación con contenido violento, esto influiría en la adquisición de una conducta violenta, fue rechazada la hipótesis central y la hipótesis nula. Sin embargo, se aceptó la hipótesis alternativa donde se menciona que independientemente de las horas de exposición a contenido violento, los adolescentes no se apropian de dichas conductas.

Solución del caso

La alternativa ante la problemática planteada por el presente trabajo, consiste en la elaboración de talleres

hacia los padres, en donde se pretende abordar la importancia de su participación como padres en el cuidado y educación de los hijos, así como cuáles son los diferentes escenarios donde las personas adquieren conocimiento. Dentro de estos escenarios se pretende mencionar el uso de la televisión como una forma indirecta de educar a los hijos a través de los diferentes programas que ven.

Para poder lograr el objetivo anterior, los padres deben establecer cuántas horas al día pueden los adolescentes ver la televisión, y a su vez el tipo de programación adecuada para su edad, además de ser supervisado la mayor parte del tiempo para así poder asegurarse de que es apropiado para ellos y de esta forma evitar conductas inapropiadas en ellos, además de hacerles ver que esto solo es una actuación, lo cual es muy distinto a la vida real que vivimos cada uno de nosotros, por lo cual no pueden pensar ni comportarse como lo ve en la televisión.

Aportaciones

La presente propuesta de investigación y su sentido está dirigido a la concientización del uso y abuso del consumo televisivo en los adolescentes ya que el contenido de éste sirve como modelo a seguir en los mismos, considerando que los programas de televisión presentan conductas violentas, de consumo de sustancias nocivas para la salud y conductas agresivas, así como estereotipos inalcanzables, generando una población que día con día pierde la integridad y los valores familiares. Así también se invita a sustituir ciertas horas del consumo televisivo por actividades lúdicas y de socialización, como son juegos de mesa, paseos por la ciudad, visita a familiares cercanos, asistir a clases de baile u otra actividad que sea del agrado del televidente.

Discusión

De acuerdo con los resultados obtenidos en el presente trabajo, se puede apreciar que no existe una relación entre las horas de exposición de la televisión y la apropiación de conductas agresivas. Sin embargo los resultados obtenidos concuerdan por lo planteado con Tubella (2005), al señalar que un medio de comunicación como referente a la identidad es la televisión, pues es un factor que influye en la forma de interacción de las personas, así como también de crear o tener una concepción social.

Por el contrario del planteamiento inicial en que, la constante exposición a programación en donde sea visible la violencia en sus diferentes niveles de manifestación, esto traerá como consecuencia la adquisición de esta conducta, en el caso de nuestros participantes no fue al caso, aun cuando en la prueba de la figura humana se presentarán algunas características de una personalidad violenta, esta no se encuentra ligada con lo que ven en la televisión, sino por lo contrario, aun cuando los programas tengan contenidos de violencia, lo que más les resulta atractivo son los personajes que se encargan de

luchar y salir adelante ante las adversidades que se les presente.

Partiendo de este punto de vista Heintz-Knowles (2001), afirma que la televisión es un medio conservador y a la vez representa cambios sociales que ocurren en la realidad, mientras que la representatividad de los personajes en ocasiones mientras aspectos positivos en términos de sentido de lealtad o de compasión, pero también se muestran aspectos negativos al recurrir en estereotipos de jóvenes egoístas, conflictos entre jóvenes puramente sentimental. De esta manera la autora considera que el contenido mostrado en la televisión, permea e influye en las creencias y preferencias de los consumidores como: productos televisivos.

Algo que se pudo observar en los cuatro participantes es como expansión de ver televisión se hace presente cada día con la llegada del internet, pues permite en gran medida buscar y tener acceso a series, películas, etc. en el momento en el que se desea. Ante esto Gerbner (2002), menciona que actualmente el consumo de la televisión en lugar de "debilitarse", va en aumento por los diferentes sistemas que se ofrecen como el cable, vía satélite, etc. y estos se van penetrando en la vida cotidiana, estableciéndose como hábitos.

4. CONCLUSIÓN

Los puntos resaltantes dentro de ésta investigación fue que los adolescentes no se dejan guiar por todas las conductas que se observan, específicamente las conductas agresivas, ya que cuentan con un criterio más reflexivo, es decir, piensan antes de actuar, en cuanto a las actitudes que reflejan ante la sociedad. De las excepciones que existen entre las conductas que se llegan a imitar, se encuentran los estereotipos que destacan en resiliencia, valentía o estilos de vida con un nivel socioeconómico alto. La manera de solucionar ésta problemática consiste en la participación de los padres, a manera de supervisar el contenido de acuerdo a la edad correspondiente y los valores que se les quiere inculcar.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belmonte J. y Guillamón S. (2013). Televisión, educación y construcción de identidad de los telespectadores. Comunicar 7.
- Cuevas Molina, R. (2001). Televisión E Identidad Cultural En Tiempos De Neoliberalismo. Temas de Nuestra América. Revista de Estudios Latinoamericanos, 17(35), 11-23.
- Gerbner, G. & al. (2002). Growing up with Television: Cultivation Processes. In Bryant, J. & Zillmann, D. (Comps.). Media Effects. Advances in Theory and

- Research. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates; 43-68.
- Greenfield, P. M. (2014). *Mind and media: The effects of television, video games, and computers*. Psychology Press.
- Heintz-Knowles, K. (2001). *Images of Youth: A content Analysis of adolescents in Prime-Time Entertainment Programming*. Washington: Frameworks Institute.
- Huertas A. y Elisa M. (2001). El espectador adolescente. Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo. Bilbao: ZER Revista de Estudios de Comunicación, nº11.
- Keightley, E. (2011). From Dynasty to Songs of Praise: Television as cultural resource for gendered remembering. *European Journal of Cultural Studies*. Vol. 14. No. 4. pp. 395 - 410.
- Mastro, D. E., Behm-Morawitz, E., & Kopacz, M. A. (2008). Exposure to television portrayals of Latinos: The implications of aversive racism and social identity theory. *Human Communication Research*, 34(1), 1-27
- Monereo, C. y Pozo, J. (2014). La identidad en psicología de la educación. Narcea, Colombia. pp. 11-16.
- Rojas, V. (2008). Influencia de la televisión y videojuegos en el aprendizaje y conducta infanto-juvenil. Chile: *Rev. chilena de pediatría*. Vol.79. No. 1. Pp. 80-85.
- Samaniego, C. M., Pascual, P. A. C., & Navarro, S. P. (2007). La televisión y el desarrollo de valores. *Revista de educación*, 342, 307-328.
- Tubella, I. (2005). Television and Internet in the construction of identity. *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Washington, DC: Johns Hopkins Centre for Transatlantic Relations, 257-26.