



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PEDAGOGÍA

**“LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS
ADOLESCENTES DE ESCUELA SECUNDARIA”**

TESIS PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PEDAGOGÍA**

PRESENTA:

ALMARELI RUIZ MARÍN

ASESOR DE TESIS:

LIC. FÉLIX MARIO LASTRA RIVAS

Villahermosa, Tabasco 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Porque creyeron en mí, y porque me sacaron adelante dándome ejemplos de superación y entrega. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme a lo largo del camino. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

A mis hermanos, tíos, primos, abuelos y amigos gracias por haberme fomentado en mí, el deseo de superación y anhelo de triunfo en la vida.

El agradecimiento de mi tesis es principalmente a dios quien me ha ayudado y me ha dado fortaleza de seguir adelante.

INDICE

Dedicatorias

Introducción

CAPITULO I

PLATEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	9
1.2 Delimitación del tema	10
1.3 Justificación.....	10
1.4 Objetivo General.....	11
1.4.1 Objetivo Especifico.....	11
1.5 Hipótesis.....	12
1.5.1 Variable independiente.....	12
1.5.2 Variable dependiente.....	12

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de los medios de comunicación.....	14
2.2 Concepto de adolescencia.....	15
2.3 Los efectos de los medios de comunicación.....	16
2.4 Funciones de los medios de comunicación.....	18
2.5 Los efectos de la televisión sobre los adolescentes.....	19
2.6 Cambio de perspectiva de aproximación a la audiencia juvenil.....	21
2.7 Perspectiva social de la comunicación.....	24
2.8 Cambio en el uso de medios de comunicación en la adolescencia.....	24
2.9 Televisión.....	31

2.10 Video, Dvd y salas de cine.....	33
2.11 Nuevos medios.....	35
2.12 Influencia de los medios de comunicación sobre la educación.....	37
2.13 Dimensión cognitiva: los medios de comunicación como fuente de información y aprendizaje.....	39
2.14 La educación y los medios de comunicación.....	43
2.14.1 Las investigaciones sobre el rendimiento escolar.....	43
2.14.2 La educación y los medios una convivencia difícil.....	46

CAPITULOIII

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Tipo de investigación.....	54
3.2 Diseño de la investigación.....	54
3.3 Población y muestra.....	54
3.4 Enfoque de investigación.....	54
3.5 Instrumento de investigación.....	55

CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

4.1 Análisis e interpretación de los resultados.....	57
Conclusión.....	67
Subgerencias.....	68
Bibliografía.....	69
Anexos.....	72

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación social han protagonizado el gran encuentro informativo en la sociedad ya que estos participan en el proceso de globalización de las sociedades y nadie pone en duda que actualmente los medios informativos desempeñan un papel relevante en la vida cotidiana de los adolescentes, ejerciendo un poder de transformación en la sociedad en su conjunto. Debido a esta realidad se efectuará el trabajo de investigación, sobre la influencia de los medios de comunicación en la educación de los adolescentes, para beneficio de la misma sociedad. El trabajo de investigación está formado por cuatro capítulos que a continuación se detallan:

En el capítulo uno se encuentra el planteamiento del problema y se da a conocer de cómo se llegó a él a través de la observación de un grupo. Consecutivamente se delimito el tema para realizar la investigación.

En la justificación se hace referencia a los motivos por el cual abordamos el tema y los beneficios que traerá a la educación en base a la encuesta y cuestionarios.

A continuación se presentara el trabajo el objetivo general y específico que sitúa el trabajo hasta su terminación. Continuando se menciona la hipótesis con sus variables independiente y dependiente que trata de comprobar si la investigación fue un éxito.

En el capítulo dos se hace referencia al marco teórico, el cual contiene la fundamentación teórica dentro del cual se enmarca el trabajo a realizar para aprobar la investigación.

En el capítulo tres se hace mención de la metodología utilizada para obtener, toda la información necesaria para presentarla y tener un resultado seguro del trabajo en cuestión.

En el cuarto se presenta la conclusión, sugerencias, Bibliografía y anexos que evidencia los resultados obtenidos.

**LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS
ADOLESCENTES DE ESCUELA SECUNDARIA.**

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres. Actualmente es posible obtener grandes cantidades de información con gran rapidez sin importar el momento en que surgieron.

Los medios de comunicación contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de los adolescentes, y sobre todo en la sociedad actual a establecer la agenda de los asuntos políticos, sociales y económicos que se discuten, proporcionan información y elementos para que la persona o el público construyan, ponderen y formen sus opiniones.

¿Qué medios de comunicación utilizan más los adolescentes?

¿Influirá demasiado los medios de comunicación en los niveles de aprendizaje de los medios de comunicación de los adolescentes?

¿Qué papel desempeñan los medios de comunicación en la educación de los adolescentes?

1.2 DELIMITACION DEL TEMA

Causas y consecuencias que presenta la influencia de los medios de comunicación en los alumnos del primer grado de la Escuela Secundaria Coronel Gregorio Méndez Magaña de la ranchería boquerón 1era sección, en el municipio de Centro, Tabasco.

1.3 JUSTIFICACION

Los medios de comunicación a través del tiempo han desmejorado la manera de pensar y de actuar de ciertas personas; así como también puede darse el caso contrario ya que pueden ayudar a mejorar el aspecto cognitivo del ser humano.

La mejora que aportan los medios de comunicación en cuanto a educación es, por ejemplo el uso del cañón el uso de materiales de apoyo que nos sirven como patrones fundamentales y de rapidez en el aula y en toda ocasión estudiantil.

Es por ello que este tema es de suma importancia tanto para la investigación educacional, como para la mejora de la enseñanza, ya que puede ser basada en esto como patrón fundamental.

1.4 OBJETIVO GENERAL

Conocer la importancia de la influencia de los medios de comunicación en la educación de los alumnos del 1er grado de la Escuela Secundaria Coronel Gregorio Méndez Magaña de la ranchería boquerón 1ra sección, en el municipio de Centro, Tabasco.

1.4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Analizar la importancia de los medios de comunicación dentro del aula de clases de los alumnos del 1er grado de la Escuela Secundaria Coronel Gregorio Méndez magaña de la ranchería boquerón 1ra sección, en el municipio de centro, tabasco.

Conocer las causas de la influencia de los medios de comunicación en la educación de los alumnos del 1er grado de la Escuela Secundaria Coronel Gregorio Méndez magaña de la ranchería boquerón 1era sección, en el municipio de centro, tabasco.

1.5 HIPÓTESIS:

A mayor influencia de los medios de comunicación dentro de la educación mayor rapidez de aprendizaje y de avance programático.

1.5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

A mayor influencia de los medios de comunicación dentro de la educación

1.5.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Mayor rapidez de aprendizaje y de avance programático.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

A través de la historia de la humanidad, el hombre ha utilizado diferentes formas de comunicarse, desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados. La telegrafía fue el primer medio de comunicación verdaderamente moderno, seguido rápidamente por la telefonía, la radio, la televisión, la transmisión por cable y satélite, y por supuesto Internet. Todo este desarrollo ocurrió en los últimos 150 años, la mayor parte durante el último siglo con Internet que es el usualmente se usa en las últimas décadas.

A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

Estos han contribuido, desde un principio, a acercar más a la gente, en el sentido que se ha ido facilitando, cada vez más, la comunicación y la información. El propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en; informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar, etc.

Los medios de comunicación pueden ser definidos genéricamente como unos instrumentos técnicos a través de los cuales grupos de profesionales transmiten unidireccionalmente unos contenidos de información formación, o entretenimiento a un público numeroso, disperso y heterogéneo. Coloman, 1990; Moles 1975.

A lo largo del progreso de la tecnología, cada nueva generación de medios de comunicación trajo consigo su carga de utopías de creación de espacios públicos de interacción participativa entre ciudadanos informados que hacen uso de su derecho a la palabra.

2.2 CONCEPTO DE ADOLESCENCIA

La adolescencia (del latín "adoleceré" crecer, desarrollarse) la adolescencia es una etapa en la vida de un ser humano entre la niñez y la vida adulta. Esta transición de cuerpo y mente, proviene no solamente de sí mismo, sino que se conjuga con su entorno, el cual es trascendental para que los grandes cambios fisiológicos que se produce en el individuo lo hagan llegar a la edad adulta.

Es una etapa de crisis, de búsqueda y reconocimiento de modelos, de identificación con sus pares, de rebeldía, de cuestionamiento a sus mayores, buscando sus propios ideales y metas, de desarrollo del pensamiento formal, y de profundos cambios corporales, que influyen en la psiquis.

La adolescencia es una época en la que el individuo se hace cada vez más consciente de sí mismo, intenta poner a prueba sus conceptos ramificados del yo en comparación con la realidad y trabaja gradualmente hacia la auto estabilización que se caracteriza hacia la vida adulta.

La adolescencia es la época en la vida de los seres humanos cuando posiblemente uno tiene menos ganas de comunicar con la gente de otra generación (mayor o menor), pero paradójicamente, cuánto más te esfuerces en este sentido, más puertas se te abrirán.

La adolescencia es una etapa de expansión intelectual y desarrollo intelectual, así como de experiencia académica. La persona encuentra que debe ajustarse a un crecimiento número de requisitos académicos e intelectuales.

2.3 LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS ADOLESCENTES

La evasión este efecto es uno de los que más se repite en los medios de comunicación ofrece o intenta ofrecer un alivio para las realidades monótonas o desagradables para la vida sus funciones son la distracción, la relajación y el olvido de inquietudes. Uno de los fenómenos más característicos de este efecto en la interacción, sustitutiva producida cuando en el desarrollo de algún programa hablan unas personas con otras e inclusive consigo mismas, como un sustantivo del contacto humano real.

La frustración es un sentimiento de insatisfacción, de fracaso que corresponde a la presencia de algún obstáculo que impide la realización de algún deseo o necesidad ya sea de tipo material, social o psicológico.

La manipulación es el propósito de guiar a un público hacia la adopción de conductas y actitudes predeterminadas. Es un resultante de operación por medio del cual se orienta y cambian las opiniones creencias o comportamientos de los públicos a través de un dirigente político o social de la influencia de los medios de comunicación.

La motivación este efecto lo constituye el conjunto de factores psicológicos que empujan inconscientemente hacia un determinado género de reacciones o de objetivos prefijados, a través de la estimulación de sus deseos y capacidades.

La disfunción narcotizante consiste en cuando se produce el contacto con los medios de comunicación uno o varios individuos se trasforman en seres informados e interesados en su entorno; esto es que se han convertido en receptores pasivos de los mensajes les atañan o no, sin haber tomado conciencia de ello.

La socialización entendemos el proceso de índole psicológico que dura toda la vida, durante el cual el individuo va incorporando normas, valores y pautas de comportamiento social. En la sociedad moderna la televisión, las películas

constituyen elementos básicos de socialización sobre todo para los niños y los adolescentes.

2.4 FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación se caracterizan porque introducen en las diversas capas sociales pautas de comportamiento y de consumo. Se ha comprobado que los medios de comunicación ejercen sobre los auditorios diferentes tipos de influencia que incluyen desde la función persuasiva, la enajénate y la manipulativa.

La comunicación desempeña una función primordial conocida como la trasmisión del conocimiento y su consecuente de los valores sociales, por otro lado incrementa y motiva la participa la participación social y las normas de consumo del individuo.

Wright en 1969 señala unas funciones de la comunicación:

- La de vigilancia del ambiente, la que realiza la sociedad para entender su entorno.
- La de transmitir gran parte de la herencia social, y cultural a niños y jóvenes.
- La función de entretenimiento proporciona distracción a una nada social representada por los auditorios.

2.5 LOS EFECTOS DE LA TELEVISIÓN SOBRE LOS ADOLESCENTES

Los primeros estudios sobre las relaciones entre los adolescentes y la televisión se realizan desde la perspectiva de los efectos, basada en el paradigma positivista y la lógica informacional, y dominante en el campo de la comunicación durante décadas. Los pioneros trabajos de Himmelweit, Vince y Oppenheim (trad. cast., 1962) y Schramm, Lyle y Parker (trad. cast., 1965) no poseían esta orientación, pero pronto los estudios alcanzaron un perfil de psicología imbuidos del temor a su posible impacto sobre niños y adolescentes.

La investigación sobre los efectos de la televisión ha producido una ingente cantidad de estudios. Por lo que a los adolescentes se refiere hemos seleccionado algunos de los más relevantes en cuanto a su conexión con su capacidad socializadora. Es decir, aquellos que contengan o, al menos, se inclinen hacia los efectos sociales, modificaciones en las actitudes, conductas o creencias. Todos ellos sustentados en la lógica del poder del medio sobre los receptores.

El tema más estudiado es el de las repercusiones de violencia televisiva sobre la real. Es el que, además, ha generado la mayor polémica y contradicciones en sus resultados. Leyendo las referencias y sinopsis realizadas por Wolff (1994), Fowles (1992), Vilches (1993) o Hodge y Tripp (vers. cast. 1988) se tiene la

impresión de asistir a una película. Por lo demás, es cierto que los niños han sido objeto de mayores investigaciones, pero los adolescentes les siguen muy de cerca.

Otro tema analizado es el de la socialización política. También aquí hay contradicciones respecto a la influencia de la televisión. Adoni (1979) llega a la conclusión de que no es muy significativa su influencia en los adolescentes.

De modo similar, Johansson (1991) sostiene el escaso valor socializante en temas políticos de la pantalla debida a su escasa credibilidad como agente social, en comparación con otros. Otras investigaciones, en cambio, defienden una posición antagónica. En cambio, Strouse y Fabes (1985) defenderán que la televisión es una fuente de información y aprendizaje sexual importante para los adolescentes, por lo que los padres y educadores deberían tenerla más en cuenta.

Para Brown y Newcomber (1991) hay correlación entre el volumen de sexo visto en la televisión y el interés personal hacia él en su vida social. Hay un aprendizaje social respecto al sexo que es defendido en sus conclusiones.

Shanahan (1995) se interesa por la construcción psicológica del autoritarismo y considera que hay una influencia negativa en este concepto. Y Roberts (1993) considera que, en general, es necesario adoptar medidas correctivas para contrarrestar la influencia negativa de la televisión. Como resumen, cabe señalar lo mismo que respecto a los anteriores temas, la televisión es vista en general como un instrumento socializador en la medida en que permite un aprendizaje social, pero hay importantes variaciones en cuanto a la estimación de su contribución.

La relación entre determinados programas y actitudes o comportamientos influidos por ellos ha sido estudiado por varios trabajos. Alexander (1985) analizó la relación entre la cantidad de comedias que un grupo de adolescentes y su concepción de las relaciones sociales de pareja y familia. Los resultados son variables para hombres y mujeres. El perfil de éstas últimas muestra que son más sin dudas aquellas con menor relación paterno-familiar y más inclinadas a las pandillas de amigos y relaciones de pareja.

En cambio, los hombres que siguen estos programas son más proclives a resolver sus problemas mediante las conversaciones. En una época en que la cadena musical MTV estaba en candelero acusada de escandalizar con vídeos musicales, Gresson y Williams (1986) realizaron un estudio correlacional sobre su influencia en aspectos como el sexo, las drogas, la violencia y otras actitudes y comportamientos sociales. Su conclusión es que no hay correlación alguna entre los espectadores de este tipo de programas y la mayor inclinación hacia los temas referidos.

2.6 CAMBIO DE PERSPECTIVA: APROXIMACIÓN A LA AUDIENCIA JUVENIL

Desde una perspectiva más cercana se realizan otros trabajos centrados igualmente en programas televisivos y su relación con adolescentes. Davis y Mares (1998), estudiaron los efectos de algunos espacios de gran éxito en el mundo juvenil, los “talk shows” y llegaron a la conclusión de que los mismos tienen incidencia en la percepción de la realidad social de los adolescentes. Y pese a su incidencia, tendiendo a sobreestimar las conductas desviadas, no insensibilizan ante el sufrimiento ajeno. Incluso consideran que este tipo de programas posee efectos positivos sobre la problemática social. En idéntico sentido se manifiestan Rossler y Brosius (2001) en un estudio similar efectuado con adolescentes.

Hay tres estudios que plantean la problemática de las relaciones entre los medios y los adolescentes desde una perspectiva diferente, muy cercana a la perspectiva centrada en la audiencia.

Uno es el de Cohen, Adoni y Drori (1983), quienes examinan la repercusión que la televisión puede tener en la percepción de la realidad social de un grupo de adolescentes. En sus conclusiones establecen que en lo que respecta a la representación que la pantalla hace de temas sociales, su credibilidad depende de dos importantes factores, la edad y la experiencia vital, es decir, la cercanía con ellos.

El segundo es el de Boethius (1995), quien analiza un tema recurrente desde que la televisión y los medios en general, comenzaron su expansión social, el pánico moral. Su conclusión es clara: no hay relación entre el temor social y los medios de comunicación sino que las raíces de ello hay que buscarlas en factores sociales, económicos y políticos.

Es sin duda, uno de los pocos trabajos americanos que toman en consideración las variables sociales a la hora de analizar la repercusión de los medios. Factores con frecuencia invisibles a los ojos de otros muchos investigadores.

Y el tercero es el del investigador alemán Bonfadelli (1993), quien hace un repaso a los tópicos que han alimentado las investigaciones de los efectos y reclama un planteamiento en el modo de acercarse a las relaciones entre los adolescentes y los medios de comunicación uno de los primeros estudiosos

españoles, considera que su práctica es generadora de nuevas relaciones y espacios vitales necesarios para el desarrollo y transmisores de un mundo simbólico.

En este aspecto, según Cassell y Jenkins (1998), los videojuegos son una alternativa a los juegos de ocio tradicionales y no altera sustancialmente los aspectos relativos a la sociabilidad, sino que genera nuevas formas de ella. Se recalca, pues, su valor socializante.

Otro investigador francés, Trémel (2000), los considera fundamentales en la construcción de la identidad y en los procesos de socialización entre pares por la actividad creativa que rodea la práctica del juego. Alude a lo que, con buen criterio, llama “socialización de la videoconsola”, reconociendo que ésta es exponente de los valores que impregnan la sociedad actual, con su etnocentrismo, el éxito personal, la diversión. Fomenta la sociabilidad y cohesión del grupo de iguales. En cualquier caso, las inquietudes por los medios persisten como consecuencia de su capacidad transmisora de información social.

Meyrowitz (1985) y Postmann (vers. cast., 1991) expresan ese temor al considerar que su uso ha borrado los límites entre edad, género, clase social y cultura, poniendo a disposición de los usuarios una extensa gama de comportamientos sobre roles y aprendizaje social.

Meyrowitz habla de muerte de la inocencia, en la medida en que se extienden y proyectan más allá de lo perceptible hasta superar los límites naturales del aprendizaje. El concepto de Meyrowitz de “carecer de sentido del lugar” como

consecuencia de la amplia disponibilidad informativa que se pone a disposición de las generaciones electrónicas ha de tener forzosamente consecuencias sobre ellas.

En la misma línea se expresan Amstrong y Greenberg (1990), mostrando su preocupación por las implicaciones cognitivas, pues requieren poner en movimiento procesos mentales distintos a los de medios escritos. Si la escritura contribuyó a modelar el pensamiento y la estructura del mundo, según Olson (1997), nos hallamos ante un reto cuya magnitud no ha sido entrevista, en la medida en que son otras las destrezas y habilidades que el sujeto debe poner en juego en el conocimiento derivado de su interacción con los nuevos medios.

2.7 PERSPECTIVA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

Teoría de la mediación social. La mediación social ha sido fundamentalmente definida y desarrollada por y Martín Barbero (1986) y Martín Serrano (1987). Para entender su concepto, Martín Serrano parte de la distinción entre dos modalidades comunicativas:

- a) interacción personal directa, aquella que se realiza cara a cara y que guarda una estrecha relación con lo que el psicólogo americano Bruner (1977) denomina “aprendizaje por experiencia” .
- b) comunicación mediada, aquella que se realiza a través de algún sistema tecnológico, como pueden ser los medios de comunicación y a la que el propio Bruner se refería como “aprendizaje por mediación”.

La mediación aparece como una categoría que dinamiza todos los procesos comunicativos, manifestándose en aquellos espacios en que intervengan transacciones relacionadas con la comunicación humana. El modelo mediador integra la acción social y comunicativa como fundamento de sus investigaciones.

En palabras de Marín Barbero:

“Lo que nos interesa es la propuesta de una teoría social de la comunicación basada en el paradigma de la mediación. Que es aquel modelo 'que trabaja con intercambios entre entidades, materiales, inmateriales y accionales adecuado para estudiar aquellas prácticas en las que la conciencia, la conducta y los bienes entran en proceso de interdependencia (1989).

En nuestro caso, el adolescente elabora y reconstruye, modificando, rememorando, deduciendo, experimentando con los mensajes tomados de los medios. Pero en el proceso modificador de representaciones es un procedimiento autónomo, dado que eso significaría que la única fuente de información son los mensajes. De ahí lo erróneo de establecer una relación biunívoca entre los contenidos de los mensajes y los contenidos de las representaciones.

La diferencia entre la información adquirida por uno mismo, mediante experiencia propia y la de las fuentes comunicativas, es que ésta se halla, mediada al estar elaborada por otros, por Alter, personas o medios tecnológicos (Martín Serrano, 1990). Se basa en la representación que tiene del mundo “El Otro”.

Refiriéndose a los niños sostiene Martín Serrano (1990) que la representación del mundo que se hacen es un proceso complejo donde todas las fuentes cognitivas operan e intervienen, por lo que no se puede relacionar el

contenido de la representación con su comportamiento y, por tanto, los efectos de la información no se pueden estudiar al margen del contexto de interacción social: es en ella donde el niño intercambia expresiones o acciones.

Por ello es bastante crítico con la simplicidad del esquema behaviorista. Lo que un niño hace con la información recibida puede ser muy distinto, puede servirle para reelaborar los contenidos, para utilizarlos de otro modo, lo sitúa en un escenario de prácticas sociales de interacción. La clave es el sujeto social que lee el texto. Situado socialmente en un complejo entramado de roles y funciones sociales.

El resultado de ello es que no se puede estudiar la influencia de los medios de comunicación sin tomar en consideración las interacciones sociales. Sus efectos no pueden ser abstraídas de los otros discursos de procedencia social que están imbricados en el proceso interactivo, como los familiares, educativos o interpersonales. Esos otros discursos de otras procedencias sociales, hacen lo mismo que los de los medios de comunicación.

La mediación, entendida como un proceso activo entre dos o más fuerzas o elementos, aplicada a los actores de la comunicación tiene importantes implicaciones en la dimensión difusora de los significados de los medios, tesis que venimos defendiendo.

En este sentido es entendida como un espacio de intercambio simbólico y material producida por actores sociales, llámense receptores o usuarios de la comunicación. Ello supone un ámbito de prácticas cotidianas que estructuran los usos sociales de los contenidos mediáticos.

De acuerdo con Martín Barbero, la familia es unidad básica de lectura - recepción de textos mediáticos. Vendría a ser una primera etapa mediación importante como han puesto de relieve las etnografías realizadas por los estudiosos de la recepción.

En la perspectiva del consumo, todo ello tiene importantes implicaciones en el juego de fuerzas entre culturas locales y transnacionales (García Canclini, 1993). Según Martín Barbero son los jóvenes adolescentes el grupo social más atento a lo nuevo y dispuesto a abrazar lo que las tecnologías mediáticas y consumistas les ofrecen. Directamente relacionado con cuanto se acaba de exponer se encuentra, a nuestro modo de ver, el modelo dialógico propuesto por Lindlof y Grubb-Swetnam (1996). También basado en el concepto de acción social. Para estos autores, el análisis de la relaciones medios-audiencias no se sitúa en torno a la exposición al contenido de aquellos sino que gira sobre los receptores en tanto que individuos social y culturalmente situados. Hay un desplazamiento del centro de gravedad. Esa realidad que circunda a los individuos emerge en el acto de la recepción y uso de los media. El significado proporcionado o extraído de los media se integra en su vida cotidiana pasando a ser parte de la misma.

Eso no significa que se diluya y pierda todo su valor sino que su capacidad de irradiación ha de ser medida con otros baremos que los efectos visibles sobre comportamientos y actitudes. En esa actividad diaria los significados alcanzan un valor de re significación.

Los textos mediáticos se dispersan en extensos contextos sociales que sólo parcialmente están bajo control. Es más, los objetos de los medios no son sólo objeto de atención y uso social en la vida diaria de los individuos, sino que son utilizados en la construcción de identidades por parte de diversos grupos de la población, especialmente niños y adolescentes.

Una audiencia se constituye al incorporar los contenidos de los medios tanto en sentido objetivo (como objetos) como subjetivo (temas y argumentos utilizados por los receptores en la construcción de su identidad).

Este cambio desde un modelo expositivo lineal y mono lógico hacia otro dialógico está sin duda relacionado con la penetración en la vida diaria de las nuevas tecnologías y el papel cada vez más relevante que ellas poseen en la escena social.

Rasgo este que definiría a la época actual conocida como postmoderna (Gergen, 1992, trad. cast.; Harvey, 1989). Desde este planteamiento, la investigación basada en el efecto de la exposición es insuficiente. Se trata de construir un modelo de círculo reversible, de intercambio entre polos, medios/texto y audiencia/recepción, donde ambos se sostienen y coadyuvan en el mantenimiento de vínculo comunicativo.

Usos sociales de la comunicación. El investigador francés Dominique Boullier (1991) resumía su crítica a los estudios de la recepción afirmando que la

verdadera influencia de la televisión comienza al apagar el aparato. De ahí que el momento de la recepción sea irrelevante.

Esta idea está muy extendida entre los estudiosos franceses que realizan trabajos de audiencias (Boullier, 1991; Pasquier, 1995, 1997; Proulx, 1995) y entre los nórdicos (Schroeder, 1987; Hoijer, 1992; Drotner, 1994; Jensen, 1995). Para ellos, la obsesión por la etnografía doméstica de muchos investigadores vinculados a los estudios culturales, tratando de analizar el momento receptivo como algo esencial, no tiene especial valor. La recepción es sólo un aspecto en el que se hallan implicadas las relaciones entre el público y los medios.

2.8 CAMBIOS EN EL USO DE MEDIOS DE COMUNICACION EN LA ADOLESCENCIA

En los años 50 dieron comienzo los primeros estudios sobre la televisión, un medio nuevo del que, al igual que ocurriera con otros anteriormente, se desconocían sus repercusiones y comienza a preocupar en distintos ámbitos sociales.

Un examen minucioso de los estudios pioneros al respecto rebasaría los objetivos de este capítulo, pero cabe citar, entre otros, los trabajos de Maccoby (1951), Himmelweit, Vince y Oppenheim (trad.cast., 1962) y Schramm, Lyle y Parker (trad. cast., 1965) que dan cuenta de cada vez. Una de ellas alude al por qué se usan los medios, o, si se prefiere al para qué. La distinción entre por qué y para qué no es baladí, dado que remite a una distinción epistemológica fundamental: la diferencia entre causa eficiente y final, explicación y comprensión, causalidad e intencionalidad.

La teoría de usos y gratificaciones al pretender abordar esta cuestión ha terminado por diluir la causalidad en motivaciones psicológicas. No nos convence el planteamiento psicologista que subyace a sus análisis. Además, remite a otras interrogantes subsidiarias. Por lo demás, no corresponde a esta investigación una pregunta tan genérica como el porqué. Utilización de los medios mayor tiempo invertidos en el consumo televisivo por las generaciones jóvenes. Al tiempo que estiman que se produce un declive en la interacción familiar con el aumento del protagonismo de la pequeña pantalla. Idea sostenido por Lyle y Hoffman (1972) para quienes aunque ver TV era a menudo un hecho familiar social, sin embargo la visión solitaria aumentaba a medida que los niños entraban en la adolescencia. Es una constatación muy extendida que en la adolescencia se tiende a ver la televisión de manera más aislada e independiente de la familia. Y la incidencia de la visión solitaria es especialmente pronunciada cuando el niño o adolescente poseen su propio aparato de televisión. Un hecho cada vez más frecuente en los hogares españoles.

Según estudios americanos el tiempo pasado ante el televisor alcanza su pico más alto entre los 9 y los 11 años y a partir de ahí declina gradualmente (Chaffee, McLeod, y Walkman, 1973); Brown, 1976; Larson y Kubey, 1983). Según Wartella y Mazzarella (1990) como conclusiones en cuanto consumo televisivo de los adolescentes se da:

1. Un aumento del consumo solitario de TV.
2. Una disminución en el tiempo que se pasan delante de ella con la edad, aunque en las primeras fases de la adolescencia y la pre adolescencia es bastante alto.
3. Un aumento de consumo de otros medios.

2.9 TELEVISIÓN

La llegada de la adolescencia supone un cambio cuantitativo y cualitativo en el ocio electrónico. Un adolescente pasa su tiempo repartido entre una extensa gama de medios. El que mayor tiempo ocupa en sus vidas es la televisión, pues la práctica totalidad de adolescentes la ve diariamente.

La estimación del tiempo de visión se halla en torno a las 2 horas y media diarias. Son datos que no se alejan demasiado de los proporcionados por Garitaonandía, Juaristi y Oleaga (1999) que señalaban en torno a las 2 horas 15 minutos el tiempo dedicado por niños y adolescentes a ver la televisión.

Los fines de semana se ven más horas, por lo que si se hiciera la media computando sábados y domingos, rebasaría las 3 horas diarias. Por niveles, los que menos la ven son los estudiantes de Bachillerato, con una media de 2 horas; los de Secundaria y Formación Profesional están parejos, superando las 2 horas 40 minutos en ambos casos.

Es sabido que el tiempo de consumo televisivo disminuye con la edad pero aumenta con la posesión de su propio aparato. Los datos indican que los estudiantes de Ciclos Formativos, que son los que en mayor proporción cuentan con televisor en su cuarto. Siempre resulta difícil establecer la cantidad de tiempo que un espectador pasa ante el televisor, por muchos procedimientos y audímetros utilizados.

Ese afán por centrarse en este dato para a partir de él hacer reflexiones sobre sus efectos ha sido ampliamente criticado por diversos estudios, especialmente de la corriente Estudios Culturales (1990). Por otra parte, los datos del EGM estiman que cada español pasa ante la televisión cerca de 4 horas diarias, lo que parece alejarse de las 2 y media aquí estimadas.

Hay varias razones para ello. La primera es que este tiempo es una media de todos los públicos y se sabe que los mayores consumidores son las personas de más edad y que más tiempo libre tienen; la segunda, que todos los estudios han confirmado que la adolescencia es una edad, junto a la juventud en general, donde el tiempo dedicado a ver televisión diariamente es más bajo. Tienen menos tiempo libre, por los estudios sobre todo, y son más dados a compartir este tiempo con los amigos. Y cuando no es con los amigos, al ser una etapa dominada por la curiosidad y la novedad, las nuevas tecnologías son muy importantes. Todo ello sin descuidar el importante papel de la música.

Los más jóvenes son consumidores mayores porque pasan más tiempo en casa y dependen más de la familia. A medida que son mayores pasan más tiempo con los amigos y otras actividades sustitutorias, sobre todo el ordenador e Internet.

Esto confirma, además, que el mayor empleo en la televisión resta tiempo al ordenador e Internet, cuyas cifras son inferiores. Por género, las chicas muestran unos datos de visión diaria más altos que los chicos, unos 20 minutos más. La tradición cultural de la familia española hace que las chicas pasen más tiempo en casa que los chicos y más dependientes de las labores domésticas. En muchas casas es normal la imagen de los chicos encerrados en su cuarto con amigos jugando a un videojuego o navegando por la red, pero es menos corriente esta

imagen referida a chicas adolescentes, salvo los fines de semana y ratos de ocio expresos.

La televisión sigue siendo el objeto tótem de la casa, donde la presencia y la actividad de la mujer es mayor que la de los hombres. En resumen, el dibujo de consumo televisivo señala que ser chico y estudiante de Bachillerato se relaciona con menor visión televisiva; mientras que ser chica y estudiante de Formación Profesional se asocia con la mayor visión. Por lo demás, estos datos son equiparables a otros países europeos, algo superiores a los países nórdicos y centroeuropeos y más bajos que en Reino Unido, donde se dan las cifras de tiempo más altas (Beentjes, Koolstra, Marseille y Van der Voort, 2001).

2.10 VÍDEO, DVD Y SALAS DE CINE

Al tiempo dedicado a la televisión hay que añadir el dedicado al video, estimado por Garitaonandia, Juaristi y Oleaga (1999) en torno a la media hora diaria y con la utilización preferentemente en los fines de semana. Hoy el DVD ha venido a sustituir a esta tecnología doméstica en muchos hogares y espacios privados.

Como decíamos anteriormente, se trata de aparatos distintos para con una función similar. Se estima que con el paso del tiempo, se irá produciendo una paulatina sustitución del aparato de video por esta nueva herramienta tecnológica.

Sin embargo, debido a que una práctica de uso importante es la grabación de programas y películas, de momento ambos aparatos comparten espacio en el hogar. El elevado coste de los grabadores de DVD todavía hoy, hace que el video sea necesario para estos fines.

En el futuro, a medida que el aparato lector de DVD incorpore la grabación esa sustitución será más efectiva. En cualquier caso, una Utilización de los medios de las ventajas del mismo es su integración en el ordenador, lo que permite que se halle presente en muchas estancias privadas de los adolescentes.

Por lo demás, video y DVD sigue utilizándose de la misma manera por los adolescentes, siendo ante todo una actividad grupal concretada en el alquiler de películas o, en su caso, videojuegos bajo el soporte de DVD. La práctica de uso es compartida, sea en la familia o con los amigos.

Una actividad propia de la adolescencia es la de visionar películas en video o asistir con sus pares a las salas de cine. A diferencia de edades anteriores, ellos eligen en su grupo las películas que desean ver.

Es un acto de independencia familiar que, junto a la música, comienza a marcar distancias con respecto a la familia (Wartella, 1994). La práctica de ir al cine está integrada en la cultura de los pares como una característica propia de la adolescencia (Fine, Mortimer y Roberts, 1990). El uso más extendido de los aparatos de video y DVD es el visionado de películas.

Pero los adolescentes están en una edad en la que empiezan a descubrir el placer de asistencia al cine con sus grupos de amigos, con sus pares. Es esta una actividad muy extendida entre las realizadas con su grupo de pares.

2.11 NUEVOS MEDIOS

¿Qué ha cambiado en el hogar en cuanto contexto de recepción con la aparición de los nuevos medios? Tal vez plantean la necesidad de fórmulas de control paterno que en ocasiones difieren de las de la televisión. Todo parece indicar que la supervisión de los padres en torno a ellos resitúa las figuras del padre y la madre. La madre ha sido la máxima responsable en el control de la televisión en buena parte de los hogares, tal como lo atestiguan los estudios existentes (Murdock, Hartmann y Gray, 1996; Wheelock, 1996; Pasquier, 1998, 2001).

Pero los nuevos medios han puesto en escena en el contexto doméstico una división del poder de carácter técnico. Los padres, que tradicionalmente han estado en un segundo plano en el control del aparato televisivo, aparecen en este nuevo escenario como técnicos concededores de estos artilugios, por lo que el ejercicio de ese control depende más de ellos.

Esto hace emerger nuevos problemas en la medida Utilización de los medios en que su disponibilidad tradicional en cuanto a las funciones de supervisión ha sido inferior, bien por la menor presencia en el hogar, bien por el papel atribuido a la división de poderes en las familias de corte tradicional (Morley, 1986). En los hogares monoparentales, de padres separados y con la madre como cabeza de familia, se da una situación similar.

En definitiva, las nuevas tecnologías poseen un perfil masculino, lo que repercute en el uso doméstico que se hace de ellas. Los datos de control paterno de las nuevas tecnologías ofrecen un panorama diverso. En general, en todos los países las chicas son objeto de una supervisión más dura que los chicos (Lemish, Liebes y Seidmann, 2001).

En el fondo, los roles de poder se ponen en evidencia en el dominio electrónico. Los hijos prefieren tratar los problemas del ordenador con los padres, al tiempo que comparten la visión de deportes con él; mientras que las hijas miran las series y soap operas (novelas) con sus madres y comentan sobre lo que aparece en revistas de corte femenino (Pasquier, 2001).

Las nuevas tecnologías no han hecho otra cosa que continuar con las desigualdades existentes en el hogar. Nada que no ocurriera antes. “Las habitaciones de los chicos están mejor equipadas incluso en tecnologías consideradas libres de género, tales como televisores y videos, sugiriendo posiblemente la tendencia de los padres a priorizar a los chicos (Lemish, Liebes y Seidmann, 2001: 275).

No obstante, como dato para la esperanza, en aquellos hogares en los que los padres ejercen un control racional y tratan los temas relativos a estos nuevos medios con sus hijos, lo hacen sin distinción de género.

En nuestro estudio hemos observado que estas conclusiones son perfectamente extrapolables a la situación de las familias malagueñas que hemos examinado. Con los ordenadores y las consolas de juegos hay algunos patrones diferenciales.

Dentro del espacio doméstico, los videojuegos son más solitarios en la infancia, pero más colectivos en la adolescencia. Como se ha señalado, se trata de una actividad más masculina que femenina. El género es un elemento tan diferenciador como lo es la edad, pues con ella aumenta el juego compartido. El referente adulto televisivo es la madre; mientras que en los ordenadores es el padre.

2.12 INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE LA EDUCACIÓN.

En este nivel educativo los resultados son dispares. Dos temas aparecen como los de mayor realismo. De una parte, aquellos relacionados con la moda, la imagen personal y los valores estéticos en general; y de otra, las cuestiones referentes a la droga y similares (alcohol y tabaco) y de información sobre el SIDA y otras enfermedades de interés para los adolescentes.

Ambas cuestiones se hallan, no obstante, diferenciadas en función del género. Parece que los aspectos relativos a la imagen y la estética atraen más a ellas que a sus compañeros masculinos, puesto que el 70% creen que cuanto hace referencia a ello es aceptado con altos visos de credibilidad, algo que Realismo de la televisión, hace referencia a ello es aceptado con altos visos de credibilidad, algo que probablemente tiene que ver con la adquisición de información sobre lo que está de moda y en definitiva con los cambios e innovaciones en un campo que a sus ojos puede mostrarse con mayor objetividad.

Como afirma una chica “a través de la televisión sabemos lo que se lleva, lo que está de moda” (17 años). Y bastante alto es también el grado de realismo otorgado a cuanto se relaciona con la droga y similares (alcohol, tabaco), así como

con información sobre enfermedades como el SIDA. En este caso, más de la mitad, un 56%, cree objetivas las descripciones que de ellos se realizan en la pantalla.

En el caso de los chicos, las diferencias son bastantes escasas. En todo caso, entre ambos géneros hay diferencia en la credibilidad otorgada a la moda, lo que indicaría un mayor interés por parte de las chicas hacia cuanto se muestra sobre estos temas. El factor género aparece en este aspecto como un valor discriminante.

A medida que se entra en cuestiones más personales el realismo de lo retratado por la televisión decrece. Tras los dos temas citados, hay una zona intermedia compuesta por aspectos, precisamente más personales, en los que disminuye la credibilidad. Son el amor y cuanto se refiere a la amistad y las relaciones individuales, que se halla justo en medio de la jerarquía establecida más arriba; la conducta sexual, un tema destacable a esta edad, dado que se produce el descubrimiento de cuanto se refiere a la sexualidad; y el retrato que del mundo y la vida juvenil se trasluce de las emisiones televisivas. En ellos aparece nuevamente una diferencia de género, puesto que la conducta sexual parece más realista a los ojos de los chicos que a los de las chicas.

Al contrario que en lo relativo al romance y al amor, temas más realistas para ellas. La diferencia en cuestiones de sexualidad es considerable: casi un 50%, de los chicos tiene la impresión que cuanto refleja la pantalla es real, frente a tan sólo el 32% de ellas.

Una diferencia que se invierte, precisamente, en el caso del amor y los romances: las chicas creen que en estas cuestiones la televisión muestra un

mundo más real que los chicos. Levantamos acta de esta diferencia descodificadora en clave de género entre ambos aspectos y consideramos interesantes examinar hasta qué punto se confirma en la adolescencia posterior, Bachillerato y Formación Profesional.

2.13 DIMENSIÓN COGNITIVA: LOS MEDIOS COMO FUENTE DE INFORMACIÓN Y APRENDIZAJE

1. Los medios como difusores de significados

De acuerdo con el investigador francés Dominique Boullier (1991) la verdadera influencia de la televisión comienza cuando se apaga el aparato. Sus contenidos, mensajes y valores se diseminan por el tejido social e impregnan buena parte de las actividades diarias de la gente. Incide en el conocimiento y la información que se tiene del mundo tanto cercano como lejano, así como en los ritos y prácticas sociales. Teoría y práctica, saber y hacer. Un chico ve el programa de televisión “Crónicas marcianas” y al día siguiente lo comenta con sus amigos.

Son dos actos que implican a) recepción de información y su consiguiente retención; y b) transmisión-comunicación de la misma en el acto social de la interacción con sus amigos. El proceso es sencillo, pero el acto social con los contenidos televisivos supone una especie de caja de resonancia de ellos con los valores que llevan aparejados.

Los investigadores de los llamados usos sociales, concepto formulado por vez primera por Lull (1980), han intentado entender el modo en que los significados esparcidos por el tejido social se encuentran presentes en la vida diaria de la gente. Cualquier persona puede observar cómo un niño en sus juegos, en sus

expresiones, en sus relaciones se halla presentes de modo perceptible las huellas de los medios, sobre todo de la televisión.

Este aspecto fue examinado por diversos autores. Entre ellos, por James y McCain (1982) al investigar la presencia de los mensajes televisivos en los juegos de los niños en edad preescolar; Walkerdine (1994) hizo lo propio en el ámbito doméstico, observando como los mensajes de los programas favoritos de la televisión dinamizaban la vida doméstica de una familia; Hobson (1990) investigó en el mundo del trabajo, al observar el modo en que una trabajadora utiliza en sus conversaciones un sinfín de tópicos tomados de las soap operas (novelas); Wolf (1982) lo hicieron en las conversaciones de una pareja; Jenkins (1992) analizó la producción de textos por los medios como fuente de información parte de un grupo de fans y su labor recreadora de significados originarios de los medios. Sirvan estos ejemplos en una larga lista de la que no están ausentes trabajos con adolescentes como los realizados por Milkie (1994), Petrie (1995), Gillispie (1995) o Miller (1996) en escenarios naturales con adolescentes.

El proceso de los usos sociales de la comunicación es clave para entender el modo en que los contenidos mediáticos se expanden en la sociedad. Contenidos de los que se habla con los amigos, suscitan discusiones y permiten consolidar lazos y vínculos sociales. Es una especie de sociabilidad en espiral que propaga lo que emana de los medios de comunicación.

A veces determinados mensajes llegan a calar como una especie de slogan o latiguillo aceptado sin más. Por ejemplo, independientemente de que sea verdad o no, si se pregunta a la gente si cree que la violencia de la televisión influye en la violencia real la mayoría dirá que sí; pero si se pregunta si le influya a ella, a cada uno en particular, esa mayoría dirá que no. Se ha impuesto el mensaje difundido

sin el menor análisis. Los ejemplos abundan en la arena política, donde han sido de gran utilidad. El imaginario colectivo se halla cada más repleto de significados y símbolos que tienen su origen en los medios de comunicación. Y en el caso de niños y adolescentes, al encontrarse en una etapa vital de desarrollo y apertura al mundo, la información y valores que incorporan procedentes de ellos debe ser lógicamente inmensa. A veces se tiene la sensación de que su cabeza se halla repleta de símbolos y significados tomados de la pantalla.

La citada corriente americana hipótesis del cultivo, comenzó investigando hacia finales de los años 70 y comienzos de los 80 un aspecto novedoso de la influencia de la televisión. Alejada de toda pretensión de impactos inmediatos y directos de la televisión y de otros medios, pese a su originaria vinculación a los estudios de los efectos, se adentró en las consecuencias que a largo plazo poseen los medios por su capacidad de diseminar valores y conocimientos (V. entre otros, Gerbner, Gross, Morgan y Signorelli 1980, 1994; Potter, 1992; Signorielli, 1993).

Para entender esto podemos imaginarnos a un agricultor sembrando trigo, es decir, esparciendo las semillas a lo largo de la tierra. De manera similar procedería la televisión con sus imágenes y valores.

Los medios como fuente de información Como señalábamos al principio en nuestro armazón teórico de referencia defendíamos una posición teórica comprensiva de la mediación que incluía la teoría del cultivo, los usos sociales de los medios y el estudio de la recepción. Y en este capítulo pretendemos poner a prueba el modo en que se inserta esta visión en la vida del adolescente actual.

Lo televisivo como fenómeno ha impregnado buena parte de las actividades diarias de los individuos, tanto cognitivas como sociales. Se trata de un rasgo característico de aquellas generaciones cuya fuente informativa debe mucho a la pantalla. Innumerables datos nos han demostrado que ella ha sustituido a otras fuentes de información y aprendizaje.

No en vano algunos autores han hablado de pantalla cognitiva (Jacquinot, 1994). Desde que los mosqueteros pasaron a ser “mosque perros” ha llovido mucho, pero eso era sólo el inicio. Para un adolescente, Piaget no es un psicólogo sino el apellido de una modelo; Einstein no es un científico sino un personaje de una programa infantil; “El libro de la selva” no es de Kipling, ni “La sirenita” de Andersen, ni “La Cenicienta” de Perrault, ni “Blanca nieves” de los hermanos Grimm: son todos de Disney. La lista de relatos clásicos que han corrido igual suerte sería interminable. Y desde luego “Crónicas marcianas” no es un libro: “¡Ah!, ¿pero hay un libro que se llama así?”, preguntó un chico. Y “Gran Hermano” es un invento de la televisión y no un personaje de Orwell. Y así podríamos continuar.

Hace unos años apareció en cierto tipo de prensa una noticia referente al escritor alemán Heinrich Böll porque un futbolista, uno de los héroes de los jóvenes en ese momento, había ido a un congreso sobre el mismo. Un escritor nunca ha atraído tanto a cierta prensa, pero lo que llama la atención es que hubiera periodistas que no supieran si esto tenía que ir en la sección de Deportes de un periódico o de Cultura, tan aburrida.

En lo que sigue vamos a analizar el alcance cognitivo de los medios de comunicación a través de dos procedimientos:

a) Examinar mediante encuesta el papel de los medios de comunicación como recursos de información y aprendizaje en relación con los otros importantes

agentes sociales, al objeto de ubicar su función cognitiva y socializadora. Los medios como fuente de información

b) Analizar el modo en que grupos de adolescentes han hecho uso social de los significados extraídos en los medios en su vida social y sus interacciones cotidianas.

2.14 LA EDUCACIÓN Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2.14.1 LAS INVESTIGACIONES SOBRE EL RENDIMIENTO ESCOLAR

Los primeros estudios sobre las relaciones de la educación con los medios de comunicación se efectuaron a propósito de la televisión y tenían como finalidad conocer sus efectos de la televisión sobre el rendimiento escolar de niños y adolescentes.

Sin embargo, muchos de ellos se centraron de manera exclusiva en el tiempo que aquellos se pasaban ante el televisor para extraer conclusiones que hoy nos parecen a todas luces insuficientes.

Aquellas opiniones que se apoyan en la cantidad de tiempo que un niño o un joven se pasa ante el televisor para sostener su influencia negativa en los logros escolares no parecen suficientemente fundamentadas (Pindado, 1996).

Creemos que limitarse a hacer comparaciones entre el tiempo de consumo televisivo y los resultados obtenidos en la escuela, supone reducir enormemente una cuestión que requiere un análisis más profundo.

Tal planteamiento, a todas luces simplista, olvida que ver televisión es una actividad compleja en la que están implicadas un amplio conjunto de variables, donde la cantidad de tiempo es tan sólo una de ellas.

Factores como la calidad (tipos de programas que ven), la atención, la capacidad para desplazar a otras actividades, la mediación de los padres en su consumo y la comprensión de los contenidos, por citar algunas de las más importantes, deben tenerse en consideración.

A pesar de ello, muchos investigadores trataron de establecer algún tipo de correlación entre la cantidad de horas que los niños y adolescentes pasaban ante el televisor y sus logros escolares.

Otros, por el contrario, consideraron pertinentes incorporar más factores en las investigaciones por considerar insuficiente el cómputo de tiempo a la hora de extraer conclusiones válidas. Los resultados fueron muy dispares. Hemos elaborado una tabla comparativa con los mismos, para lo cual hemos procedido a diferenciar entre:

a) aquellos trabajos que ponían directamente en relación la cantidad de televisión con el rendimiento escolar, denominados vivaríamos, por la naturaleza de su planteamiento, y la violencia y la educación.

b) Aquellos otros que hacían intervenir otras variables mediadoras en esa relación y que se trataría de estudios multivariados por tener presente en sus enfoques otros factores, es decir, terceras variables.

El propio diseño de la investigación y la metodología es igualmente distinto, y, sin duda, los resultados también difieren. En común tenían que la práctica totalidad de ellos eran correlacionales. Los de carácter variado ponían en relación el tiempo de consumo y el rendimiento escolar, y entre sus resultados los había que establecían una correlación negativa, es decir, cuanto más tiempo se veía la televisión peores eran los resultados logrados en la escuela, y otros que no hallaron una influencia significativa entre ambos aspectos.

En lo que respecta a los trabajos más complejos, aquellos que incorporaban otras variables mediando entre el rendimiento escolar y la cantidad de televisión consumida, no existía acuerdo sobre el alcance de sus resultados.

En unos casos, se sostenían una influencia negativa bastante débil, muy condicionada por las materias de estudio, siendo mayor ese impacto cuando se trataba de lo que los teóricos de la hipótesis del cultivo la violencia y la educación denominaban “espectadores duros”.

De lo que se desprende que la influencia de la televisión puede ser apreciable cuando el consumo televisivo es muy alto. En otros casos, no se hallaba influencia negativa alguna. Finalmente algunos especialistas encontraron más importante la influencia referida al desplazamiento de actividades relacionadas con la escuela.

Otros estudios consideraron que la cantidad de horas que niños y adolescentes pasan ante el televisor no era un indicador tan claro como para establecer una influencia decisiva en sus logros escolares e investigaron en aspectos referidos a la calidad de la programación televisiva.

Es el caso de Hawkins y Pingrée (1991), quienes hallaron una cierta correlación entre el tipo de programas que se veían y los resultados académicos obtenidos. De lo que se desprende la posibilidad de que algunos espacios tengan más incidencia que otros. Incluso que puedan afectar a unas materias o habilidades más que a otras. Por ejemplo, a materias más abstractas o a la lectura y la escritura, a las que podría desplazar o sustituir.

2.14.2 LA EDUCACIÓN Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION, UNA CONVIVENCIA DIFÍCIL.

La relación entre la escuela y los medios de comunicación siempre ha sido difícil.

La desconfianza hacia ellos comenzó con la televisión y continúa en la actualidad.

Pese a los intentos sucesivos por integrar a los medios en el ámbito escolar y naturalizar una relación condenada a la convivencia, no es mucho lo que se ha avanzado. Siguen siendo vistos como cabeza de turco de los problemas que aquejan al sistema educativo y del fracaso escolar.

Los programas de alfabetización en medios de comunicación no han logrado cumplir buena parte de sus objetivos. La desconfianza de la escuela hacia cuanto proviene de ellos es endémica. Los alumnos, conscientes de la mala prensa que tiene entre el profesorado, evitan hablar de cuanto tenga relación con los medios en el recinto escolar.

El hecho en sí es menos importante que su significado: entre ambos se erige una barrera que les impide un acercamiento y un aprovechamiento de las posibilidades que la pantalla cognitiva posee (Jacquinot, 1994).

La violencia y la educación Hodge y Tripp (vers. cast., 1988) en un estudio con profesores australianos se dieron cuenta que éstos excluían a la televisión de la escolaridad, y que ello afectaba a las opiniones culturales de los alumnos y su manera de concebir la escolaridad. Se abría un abismo entre profesores y alumnos cada vez mayor.

Lamentablemente, esta observación es compartida por nosotros fruto de nuestra experiencia docente. Forzosamente esto ha de tener consecuencias en el sistema educativo manifestado en ese alejamiento y en una ausencia de comunicación y intereses por compartir entre alumnos y profesores.

Se podría hablar de una cierta esquizofrenia entre la escuela y los medios: de un lado la alta cultura, con su currículo oficial de saberes; y de otro, la cultura popular (de masas), con el citado currículo oculto, una verdadera escuela paralela.

El profesor y el alumno tienden a saber cosas diferentes, como si sus cabezas estuvieran amuebladas de manera muy distinta. Uno es producto, en su mayoría, de la “Galaxia Gutenberg”, de lo impreso, del lenguaje; mientras que el otro, dispone de una cabeza amueblada con destrezas y razonamientos deudores del entorno mediático y electrónico. Pero las armas para triunfar en la escuela continúan siendo las de la cultura impresa. Y aquí sigue habiendo importantes desigualdades en el equipamiento formativo con que se presentan ante el sistema educativo niños y adolescentes.

El currículo oculto, al que aludíamos anteriormente, adquiridos en la infancia y que debe mucho a los medios de comunicación, actúa de manera disimulada (oculta) en el escenario educativo y de manera natural en la vida cotidiana de niños y jóvenes.

El investigador inglés Paul Willis (1977) hizo un estudio entre adolescentes de clase obrera, con un resultado verdaderamente preocupante. Llegó a la conclusión de que los niños de clase baja están mal dotados para el éxito escolar porque sus valores son inadecuados para el mundo de clase media en que se imparte la enseñanza académica, por lo que es normal que entren en conflicto con ella.

En el mismo sentido, el sociolingüista Halliday (1978) descubrió en su momento la existencia de dos códigos lingüísticos representativos de otros tantos estratos sociales: uno de tipo A, más elaborado, y otro de tipo B, más restringido.

Los niños cuyo código era de tipo A, pertenecían mayoritariamente a las capas sociales media y alta y tendrían ventaja sobre aquellos otros cuyo código era de tipo B, perteneciente a las clases bajas, en su incorporación a la enseñanza normalizada de la escuela.

La violencia y la educación El niño llega a la escuela con un bagaje de experiencias, conductas, valores y conocimientos muy diferenciados (pensemos en dos niños, de los que uno ha recibido una educación familiar tolerante y comprensiva, y el otro autoritaria y represiva). A este bagaje lo llamaron con gran acierto los sociólogos franceses Bourdieu y Passeron (1977) capital cultural,

concepto que tiene reminiscencias con el de capital económico y que se refiere a la acumulación de riqueza simbólica en la esfera de la cultura.

De este modo puede afirmarse que hay diferencias entre los niños ya antes de tomar la salida en la meta escolar. Algunos niños parten con muchos metros de ventaja, algo que puede comprobar cualquier profesor. Y dado que la escuela y los medios poseen culturas diferentes, el choque es inevitable.

Lo que obliga a muchos de ellos a modificar sus valores previos para integrarse en la vida escolar. Para desenvolverse bien en el mundo de la imprenta se necesitan destrezas y habilidades que muchos niños no tienen. Sólo quien las posee logrará el éxito escolar. Y gran parte de los chicos con problemas de inserción escolar que sufren las consecuencias de un choque entre la cultura mediática y la del libro, viéndose abocados en muchos casos al fracaso escolar, encuentran en las subculturas juveniles y en sus pares el reconocimiento que no obtienen en otros ámbitos.

En suma, una de las causas del fracaso escolar puede estar en el choque cultural entre ámbitos socializadores: los medios de comunicación, de un lado, y la familia y la escuela, de otro.

Los medios de comunicación se han instalado en la vida cotidiana de niños y adolescentes desplazando y sustituyendo a otras actividades. En la configuración de ese currículo oculto también interviene el modo en que se emplea el tiempo extraescolar. Y se observan grandes diferencias en el empleo de ese tiempo, en las opciones que unos niños y otros tienen.

Mientras que algunos disponen de variada oferta de ocio y de zonas deportivas con las que llenar su tiempo, otros sólo tienen la televisión o la videoconsola. En ese sentido, lo que los medios hacen es sustituir, llenar ese tiempo a falta de otras opciones fuera de la escuela. Su alto consumo es más un efecto o consecuencia de una situación que una causa. Como dice Mariet (1993) la pantalla del televisor es para muchos.

A veces puede ocurrir lo contrario, y es que, según refiere Martín Barbero (1998) muchos niños de Latinoamérica llegaban a la escuela con una riqueza expresiva extraordinaria que perdían porque querían hablar como los libros.

En cualquier caso, la escuela y la cultura escrita marcan la pauta del aprendizaje y quienes no se adapte tendrá dificultades de integración. La violencia y la educación, muchos niños buscan un refugio, un lugar en el que soñar con los personajes por ella mostrados. Si a ello añadimos las propias condiciones familiares y sociales en que se desenvuelve la vida de muchos de ellos, no podemos extrañarnos de ese equipaje con que se presentan ante el sistema educativo y que los sociolingüistas ya señalaron.

Los profesores han observado claramente que son las condiciones contextuales, sociales y económicas, los determinantes de ese bagaje curricular, de ese déficit formativo.

Con todo, la escuela tiene una función irremplazable. Un niño que no lea correctamente encontrará aburrida la lectura: y ese niño está condenado a la televisión y la videoconsola. Pese a la pérdida de peso específico en el aspecto socializante, como pudimos comprobar anteriormente, sobre aprendizaje social,

sigue siendo un pilar básico en nuestra sociedad. Depende tanto de ella como de la administración educativa recuperar el valor que debe tener en una sociedad democrática.

Para ello debe admitir que los medios de comunicación están ahí y son importantes en la vida de niños y jóvenes, por lo que la colaboración con ellos se hace necesaria. Hay que reconocer la existencia de intentos en este sentido, como los que desde el MECD y las comunidades autónomas se llevan a cabo a través de los distintos proyectos sobre nuevas tecnologías.

Pero sigue quedando mucho camino por recorrer. La educación puede aprovechar la familiaridad de las generaciones actuales con los medios de comunicación para tender puentes y buscar cauces para una integración natural que permita un desarrollo de sus grandes posibilidades (Aparici, 1993; Masterman, 1993; Del Río, 1996).

De este modo se podría evitar que escuela y medios aparecieran para niños y adolescentes como dos mundos contrapuestos: poco motivador y aburrido, uno, y divertido y trivializador, el otro. Y es que resulta paradójico que en la era de las telecomunicaciones y la informática la escuela parezca, como diría Mariet (1993), un vejestorio, algo más bien prioridad de la era del vapor.

El prejuicio de muchos profesores de que hay que contrarrestar la influencia negativa de los medios impide esa integración natural, esa convivencia. En el fondo subyace a ello una concepción bancaria de la educación, según definición de Paulo Freire: la del profesor erudito que imparte un saber que no deja de ser un poder.

Por el contrario, la introducción de medios audiovisuales, violencia y la educación interactivos en las aulas puede suponer una nueva perspectiva epistemológica, un cambio en el modo de producir y transmitir conocimiento, donde el rol del profesor es completamente diferente del de la escuela tradicional.

Como expone acertadamente Fabricio Caivano, ex director de “Cuadernos de Pedagogía”: Los días de ese maestro-transmisor están contados. El enseñante que se centra en el discurso oral y en el libro de texto (...) está perdiendo credibilidad y eficacia ante la pluralidad de lenguajes y la polisemia informativa que rodea al alumno, aquel silencioso, aislado y sumiso receptor de anteaer. Ese maestro intermediario, enseñante unilateral y unidireccional, es una especie en extinción.

CAPITULO III
METODOLOGIA DE LA
INVESTIGACION

3.1 TIPOS DE INVESTIGACION

La metodología para fundamentar la siguiente investigación es documental y de campo, las cuales se conformaron de un conjunto de actividades en métodos y técnicas de recopilación, por medio de libros y revistas, así como de la observación en el aula.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Para realizar esta investigación se recurrió al trabajo descriptivo, que es el que recoge información de manera independiente o conjunto de los sujetos estudiados, así como de la problemática que se presenta como variable dependiente.

3.3 POBLACION Y MUESTRA

La muestra se hizo con un total de 20 alumnos del primer año de Secundaria de la grupo "A", de un total de 270 alumnos de la Escuela Coronel Gregorio Méndez Magaña, de la ranchera Boquerón 1ra sección en Centro Tabasco.

3.4 ENFOQUE DE INVESTIGACION

La presente investigación, se realiza en base al enfoque mixto, ya que este representa una integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo estuvo basado en las observaciones registradas en la práctica de campo y en los datos documentales, mientras que el cuantitativo utilizó análisis y recolección de datos para contestar preguntas.

3.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Para la observación sistemática, los instrumentos más comunes para este tipo de investigación son:

a).- LA OBSERVACIÓN.- es un proceso que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

b).- LA ENTREVISTA.- es la comunicación oral para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: el entrevistador "investigador" y el entrevistado o los entrevistados; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

c).- EL CUESTIONARIO.- Es el documento que está destinado a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

DE RESULTADOS

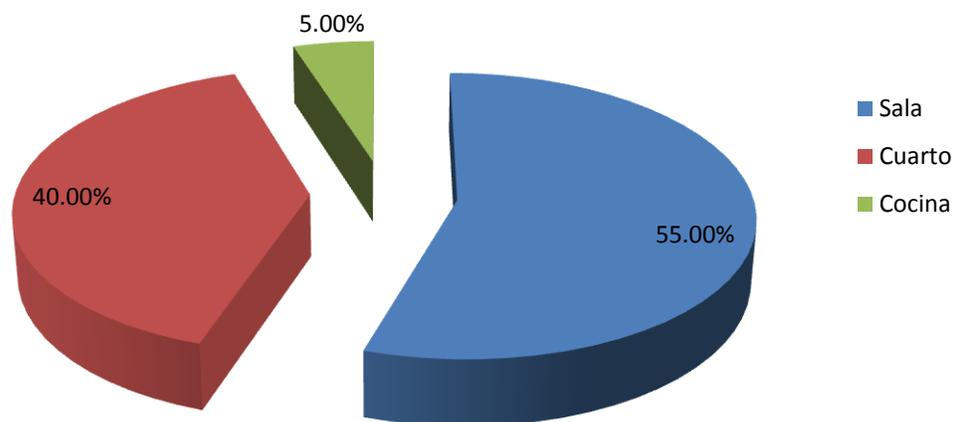
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

GRAFICA DE CUESTIONARIO PARA LOS ALUMNOS



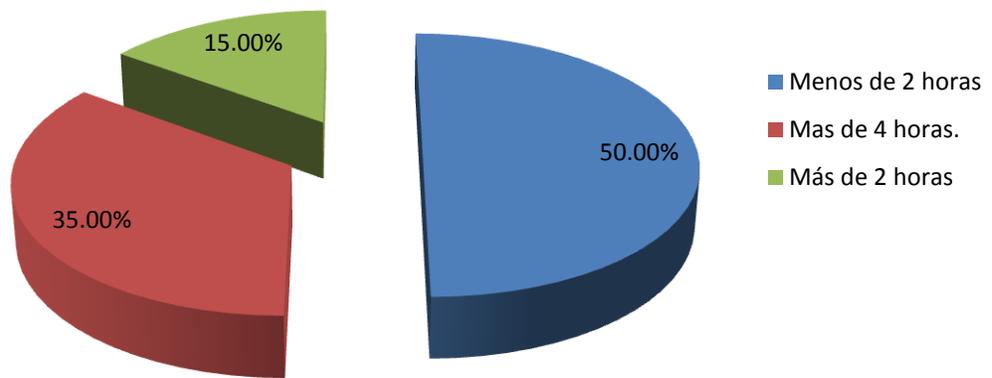
En los datos de la gráfica se tiene que el 95% de los alumnos encuestados si saben distinguir la fantasía de la realidad de la televisión, y el 5% contestaron que no saben distinguir la fantasía de la realidad de la televisión, por lo que se concluye que la mayoría de los alumnos saben distinguir la fantasía de la realidad de la televisión.

2.- ¿ En que lugra esta ubicada la television en tu casa?



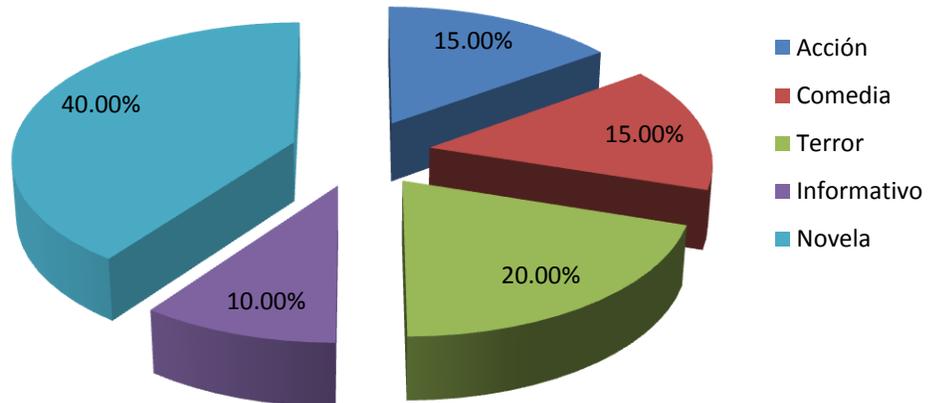
En la gráfica se presenta que el 55% de los alumnos encuestados tienen ubicada la televisión en la sala, y el 40% de los alumnos en el cuarto de sus casa, mientras que el 5% tienen una televisión en la cocina, por lo que se concluye que la mayoría de los estudiantes tienen una televisión en la sala de su casa.

3.-¿Cuántas horas vez televisión al día?



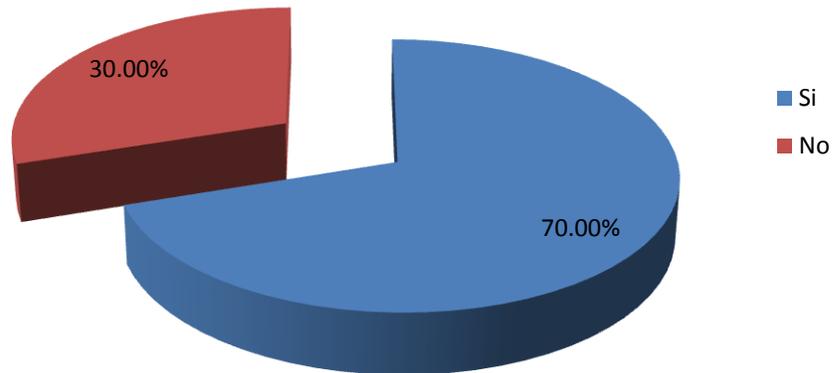
En la gráfica se presenta que el 50% de los alumnos ven televisión menos de 2horas, la televisión, y el 35% de los alumnos ven la televisión más de 4hrs, y el 15% más de 2hrs. Por lo que se concluye que la mayoría de los alumnos ven menos de 2hrs la televisión.

4.- ¿ Que tipo de programas recurren a ver ?



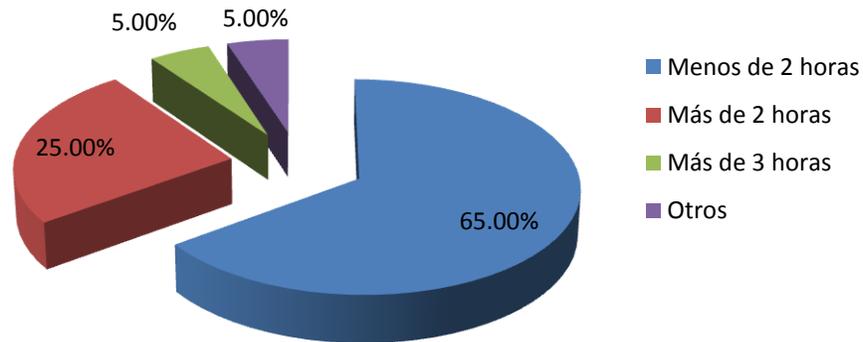
La grafica muestra que el 40% de los alumnos recurren a ver programas de novelas, el 20% ven terror, el 15% acción y otro 15% ven comedia, mientras que una minoría del 10% ven programas informativos, por lo que se concluye que la mayoría de los alumnos recuren a ver programas de telenovelas.

5.-¿Podrías estar un día sin ver televisión?



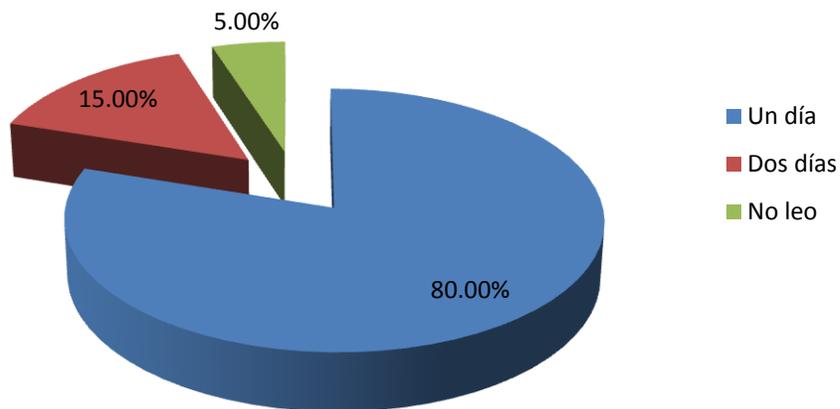
En la gráfica se presenta que el 70% de los alumnos sí podría estar un día sin ver televisión, mientras que el 30% de los alumnos no podrían estar un día sin ver la televisión, por lo que se concluye que la mayoría de los alumnos pueden estar un día sin ver televisión.

6.- ¿Cuántas horas al día escuchas radio?



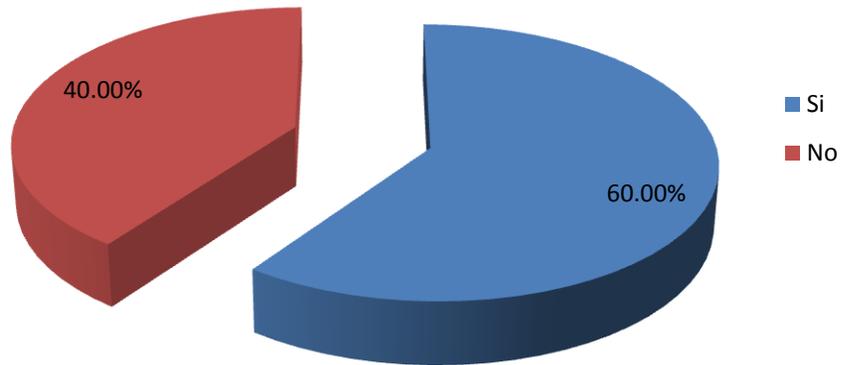
Como se observa en la gráfica el 65% de los alumnos escuchan radio menos de 2hrs, y el 25% más de 2hrs, y el 5% más de 3 horas, y el 5% no lo escuchan. Por lo que se concluye que la mayoría de los alumnos escuchan radio por lo menos 2hrs.

7.- ¿Acostumbras a leer el periódico?



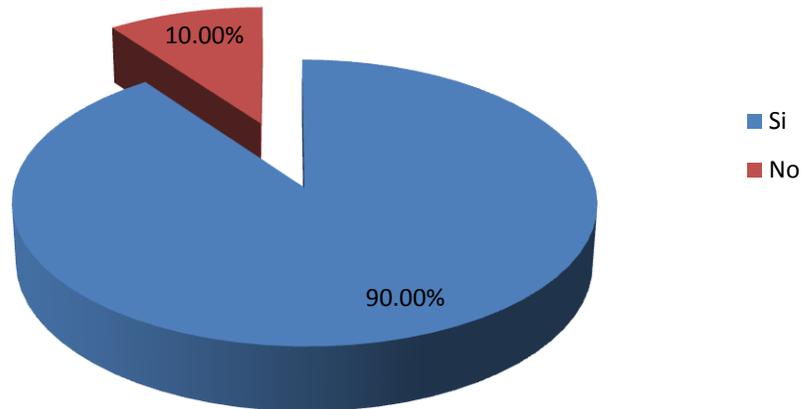
Como se observa en la gráfica el 80% de los alumnos leen el periódico un día, el 15% de los alumnos leen el periódico por lo menos dos días a la semana y el 5% de los alumnos no leen el periódico. Por lo que se concluye que la mayoría de los alumnos lee el periódico un día a la semana.

8.-¿Acostumbras a ir al cine?



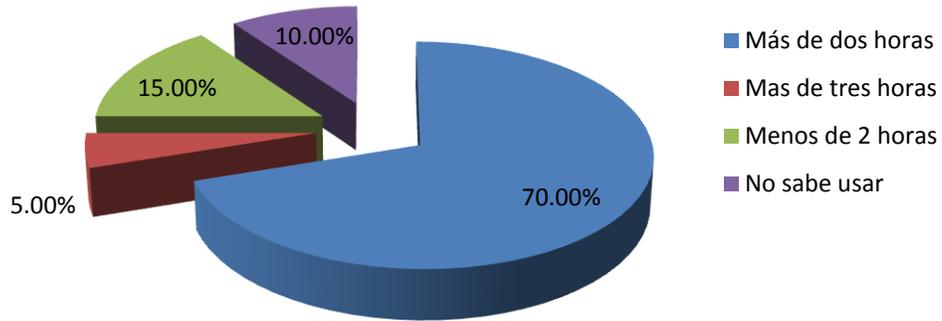
En la gráfica se presenta que el 60% de los alumnos van al cine, mientras que el 40% de los alumnos no acostumbran a ir al cine. Por lo que se concluye que la mayoría de los alumnos si van al cine.

9.- ¿Sabes usar el internet?



En la gráfica se presenta que un 90% de los alumnos si saben usar el internet, mientras que un 10% de los alumnos no saben usar el internet, por lo que se concluye que la mayoría saben usar el internet.

10.- ¿Si contestastes la anterior, cuantas horas acostunbras a usar el internet al día?



Como se observa en la gráfica el 70 % de los alumnos acostumbra a usar la internet más de 2horas, el 5 % más de 3horas, mientras que un 15 % lo usan menos de 2hrs, y un 10% no lo saben usar. Por lo que se concluye que la mayoría de los alumnos usan el internet por más de 2hras al día.

CONCLUSIÓN

Después de realizar el trabajo de investigación y de acuerdo a los resultados se llegó a la siguiente conclusión:

Los medios de comunicación consumidos por los adolescentes son periódicos, escuchan la radio, ven televisión, van al cine, utilizan el internet.

La relación de los adolescentes y medios de comunicación es una interacción en la que a los medios se le atribuye la función tanto de trasmisión como de entretenimiento.

Los alumnos saben distinguir la fantasía de la realidad de la televisión, estos mayormente tienen por lo menos un televisor en la sala de su casa, y aunque le dedican menos de dos horas al día, para ver novelas, y ver películas y no programas educativos esto tiende a quitarle el tiempo para leer, o realizar otras actividades que sean de mayor ayuda en su aprendizaje, ellos prefieren escuchar la radio unas dos horas en lugar de practicar algún tipo de deporte que le sea de beneficio para ellos mismos.

Los medios de comunicación también son armas capaces de modificar conductas, pensamientos e incluso creencias. Son una fuente de información en la que abundan contenidos realmente negativos e incluso ilegales que no hacen otra cosa que confundir y crear hábitos insanos a la población en general pero el grupo de mayor riesgo son los adolescentes.

SUBGERENCIAS

- ❖ Capacitación por parte de los maestros, para los alumnos en base al uso de medios de comunicación.
- ❖ Los padres o tutores estén vigilando a los adolescentes en los medios de comunicación que más utilicen.
- ❖ Que los medios de comunicación deben llevara a los alumnos a un espacio de diálogos y discusión en la mejora de su aprendizaje.
- ❖ Se debe crear una serie de programas enfocados a la educación de los adolescentes de hoy en día.
- ❖ Los medios de comunicación deberían crear una cultura de comunicación entre los docentes y alumnos.

BIBLIOGRAFÍA

Abercrombie, N. y Longhurst, B. (1998), *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*, Londres: Sage

Adoni, H. (1979) the functions of mass-media in the political socialization of adolescents, *Communication Research*, 6 (1), 84-106

Adorno, T. (1969): *Interpretaciones. Nueve modelos de crítica*, Caracas (Venezuela): Monte Ávila

Aguilera Moyano, M. de (1985), *El telediario: un proceso informativo (Análisis e historia)* Barcelona: Mitre, 1985

Aguilera Gamoneda, J. de, y Aguilera Moyano, M. de (1989), *Nueva dimensión de los medios audiovisuales*, Barcelona: Mitre

Aguilera Moyano, M. de, Méndiz Noguero, A. y Castillo Esparcia, A. (coords) (1999), *La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía*, Universidad de Málaga

Aguilera Moyano, M. del (1998), *La pantalla y otros tótems*, en V. Peña Timón (coord.), *Comunicación audiovisual y nuevas tecnologías*, Universidad de Málaga

Aguilera Moyano, M. de (ed.) (2002), *Videojuegos y educación*, Universidad de Málaga. Informe mimeografiado

Alberoni, A. (1972), *La impotencia de las élites*, en D. McQuail, *Sociología de los medios de comunicación*, Buenos Aires: Paidós

Alexander, A (1985) *Adolescent`s Soap Opera Viewing and Relational Perceptions*, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 29 (3), 67-85

Alexander, A (1985) *Adolescent`s Soap Opera Viewing and Relational Perceptions*, *Journal of Broadcasting And Electronic Media*, 29 (3)

Allard, L. (1994), *dire la Réception*, *Reseaux*, 68

- Amstrong, Greenberg, B.S. (1990) Background television as an inhibitor of cognitive processing, *Human Communication Research*, 16 (3) 355-386
- Anderson, C.A. y Dill, K.E. (2000), Video Games and Aggressive Thoughts, Feelings, and Behavior in the Laboratory and in Life, *Journal of Personality and Social Psychology*, 78 (4), 772-790
- Ang, I (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres: Methuen
- Aparici, R. ed (1993), *La revolución de los medios audiovisuales*, Madrid: Ed. de la Torre
- Atkin, CH (1983) Effects of Realistic TV Violence vs. Fictional Violence on Aggression, *Journalism Quarterly*, 60 (4)
- Atkin, D. J., Greenberg, B. S., y Baldwin, T. F. (1991) the Home Ecology of Children's Television Viewing: Mediation Parental and the New Video Environment, *Journal of Communication*, 41 (3), 1991
- Balswick, J. y Ingoldsby, B. (1982), Heroes and heroines among Americans adolescents, *Sex Roles*, 8, 243-249-272.
- Bandura, A. Ross, D. y Ross, A., (1963), Imitation of films-mediated aggressive models, *Journal of Abnormal Social and Psychology* , 67, 601-607
- Bazarrá, L., Casanova, O. y García Ugarte, J. (2001), Adolescentes, televisión e Internet: ¿protagonistas o espectadores de la realidad?, *Documentación social*, 124, p. 155-173.

ANEXO

MARCO REFERENCIAL CONTEXTUAL

La Escuela Secundaria Coronel Gregorio Méndez Magaña ubicada en la ranchería boquerón 1era sección del municipio de centro tabasco, dependiente del gobierno y bajo la dirección del departamento de educación tiene el objetivo de brindar los mejores conocimientos a los alumnos para desarrollarse en la sociedad. Esta escuela cuenta con los siguientes aspectos

Tiene como Visión aspirar a consolidar nuestro Centro Educativo como el mejor de la región, buscando siempre impartir un servicio educativo de calidad y procurando un desarrollo integral de nuestros jóvenes, para que estos sean capaces de emprender y desarrollar acciones que beneficien a la sociedad en la cual se desenvuelven, en un marco de respeto, tolerancia, honestidad y democracia, en cumplimiento con los Planes y Programas de Estudio de las asignaturas de secundaria.

Cuenta con la Misión Somos una Escuela que cuenta con un personal comprometido y responsable que cumple con las actividades marcadas por la Secretaría de Educación Pública, preocupado por impartir una educación de calidad, que satisfaga las necesidades de la comunidad así como la preservación de las tradiciones, el cuidado del medio y uso adecuado de la Tecnología que esté a nuestro alcance, a través de la aplicación de la Metodología de secundaria y de los Enfoques de las asignaturas.

Esta escuela fue fundada en el año 1995 siendo gobernador del estado de tabasco Roberto Madrazo pintando, siendo el director de la institución Felipe Rafael Beltrán, Ochoa anteriormente esta escuela inicio con un personal docente de solo 3 Maestros, un personal de limpieza, un baño ,solo 3 salones, no contaba con áreas verdes, y no tenían una biblioteca.

Debido al crecimiento que presentó la población donde se encuentra la institución, la demanda también se incremento y poco a poco se han ido

construyendo aulas, talleres, canchas, oficinas, etc., para dar cabida a todos los alumnos que solicitan ingresar a la escuela.

En la actualidad esta institución tiene como director al profesor Miguel Ángel López Hernández debido a esto se ha modernizado las aulas de clases, ahora ya se cuenta con 12 docentes y cuenta con el siguiente personal administrativo:

- 2 Prefectos
- 2 Secretarias
- Control escolar
- 2 Auxiliar Administrativo
- 2Vigilantes
- 2 Intendentes

La infraestructura con la que cuenta es la siguiente:

- Dirección
- Sala de maestros
- Dos baños para maestros
- Sala audiovisual
- Biblioteca
- 1 Sala de computo
- Prefectura
- 12 salones de clase
- 2 bodegas
- 1 cancha
- Cooperativa
- Áreas verde

