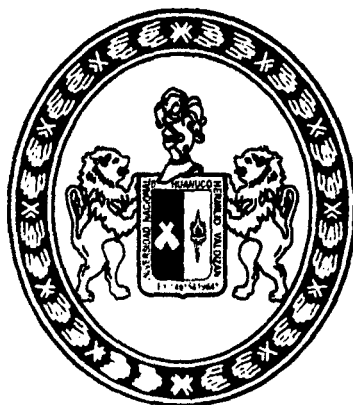


UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
E.A.P. DE EDUCACIÓN SECUNDARIA
ESPECIALIDAD DE FILOSOFÍA, PSICOLOGÍA Y CIENCIAS SOCIALES



**VALORACIÓN DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS EN
LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN, UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
CON RELACIÓN AL GÉNERO - HUÁNUCO - 2014**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

TESISTAS:

**PULIDO GARCÍA, Gelen
TOLENTINO VILLAR, Lidia**

ASESOR:

DR. AMANCIO ROJAS COTRINA

**HUÁNUCO-PERÚ
2015**

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedicamos a nuestros padres y a nuestros docentes, ya que gracias al apoyo de ellos el día de hoy estamos culminando nuestra carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer a todos las personas que nos brindaron su apoyo para haber podido culminar con esta investigación. Es digno reconocer la labor que a lo largo de los años han desempeñado nuestros padres que siempre estuvieron detrás de nosotros para poder formarnos como personas de bien, asimismo es necesario reconocer el papel de nuestros docentes que día a día nos infundieron no solo sus conocimientos, sino también valores y actitudes que vamos a llevar siempre presente hoy como nuevos profesionales en el área de educación. Es necesario reconocer también el apoyo que recibimos de nuestros compañeros que respondieron a las encuestas, sin la ayuda de ellos hubiera sido imposible llevar a cabo esta investigación.

IV

INDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE	IV
PRESENTACIÓN	VI
RESUMEN	X
ABSTRACT	XI

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema	12
1.2. Formulación del Problema	15
1.3. Objetivos de investigación	16
1.3.1. Objetivo general	16
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. Justificación e Importancia	17
1.5. Limitaciones	18

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio	19
2.2. Bases teóricas científicas	23
2.3. Definición de términos básicos	49

CAPÍTULO III**HIPÓTESIS, VARIABLES E INDICADORES**

3.1 . Hipótesis	53
3.2 . Variables e indicadores	53
3.3 . Operacionalización	54

CAPÍTULO IV**METODOLOGÍA**

4.1. Tipo y nivel	55
4.2. Diseño	55
4.3. Población y muestra	56
4.4. Instrumento de recolección de datos	58

CAPÍTULO V**RESULTADOS**

5.1 . Tratamiento estadístico y análisis de datos	59
5.2 . Prueba de Hipótesis	79
5.3 . Discusión de resultados	97

CONCLUSIONES	102
--------------	-----

SUGERENCIAS	103
-------------	-----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104
----------------------------	-----

REFERENCIAS WEBGRÁFICAS	107
-------------------------	-----

ANEXOS	108
--------	-----

PRESENTACIÓN

Diversos autores coinciden en afirmar que la globalización ejerce una importante influencia en la vida cotidiana de las personas, tanto en los valores como en las expresiones culturales (Girardi, 1997; González y Muñoz, 2002). Uno de los principales vehículos para ejercer esta influencia son los medios masivos de comunicación, incluyendo las mediaciones de la publicidad, al actuar como homogeneizadores de intereses, conductas y actitudes (Cid y E. Nogueiras, 2005).

Conocer las dimensiones y características de los consumos culturales de alumnos, ayudaría a la mejor definición de estrategias para atender necesidades de información irresueltas aun. Las prácticas culturales de los miembros de la comunidad universitaria son entendidas como los hábitos que los alumnos desarrollan para enterarse sobre lo que ocurre a su alrededor tanto en aspectos informativos como de diversión, para emprender tareas de aprendizaje así como las formas de interacción con personas o colectivos diversos.

Partiendo de la definición que García Canclini (2006:89) hace del concepto de consumo cultural, como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio” entendemos que el estudio de ese fenómeno es fundamental para intentar comprender el cómo una comunidad o un grupo de personas interpreta y da sentido al cúmulo de estímulos comunicativos que diariamente recibe y a los que se expone intencionalmente o no.

La televisión ha sido considerada tradicionalmente como el medio de comunicación con mayor influencia social, sobre todo entre la juventud, los resultados del presente trabajo indican que es probable que ese escenario esté empezando a transformarse como resultado de los avances tecnológicos de la actualidad.

En el mismo sentido, Sandoval (2006) menciona que la televisión se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias; los niños y adolescentes del mundo entero han crecido conjuntamente con la evolución del mercado televisivo. Los diversos estudios indican que esta relación entre televisión y comportamiento existe, pero ha sido complicado identificar algún tipo de nexo causal. Estas investigaciones se han realizado principalmente en países desarrollados, donde el gobierno, el sector académico y algunas organizaciones privadas se han preocupado por estudiar los efectos de la televisión desde una perspectiva de diseño y planeación cultural.

Sierra (2003) sostiene que la televisión continúa siendo el rey de los medios, tanto en términos de audiencia como en términos de inversión publicitaria. Aunque Internet y la telefonía móvil siguen ganando terreno en la atención de los jóvenes a las distintas pantallas, la televisión aún permanece en el primer puesto de las preferencias de la audiencia infantil y juvenil.

Casetti y Chio, citados por Montero Rivero (2002:19), atribuyen a la televisión cuatro funciones sociales: la de contar historias, la función barda, la de construir ritos y finalmente, la de construir modelos. La primera de ellas tiene que ver con el placer que el ser humano al oír historias que tengan alguna

relación con su experiencia. La función barda se refiere a que la televisión es una mediadora de lenguajes, que hace entrar en contacto al espectador con valores y símbolos que comparte con los demás miembros de la sociedad. La tercera, relacionada con la construcción de ritos, tiene que ver con la forma en que la televisión determina temas de interés o se estructuran tareas rutinarias en función de la programación de la televisión. Por último, la de construir modelos, evidentemente se refiere a que la televisión muestra formas de conducta, creencias, valores que en un momento determinado cabría imitar.

La presente investigación se llevó a cabo con el objetivo de describir y explicar el grado de valoración de los programas televisivos que tienen los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán- Huánuco con relación al género, durante el periodo 2014.

Por tal motivo, la investigación se organiza en cinco capítulos. El primero comprende el planteamiento del problema, la formulación del problema, los objetivos, la hipótesis, las variables, la justificación e importancia y limitaciones del estudio.

El segundo capítulo se compone por el marco teórico, el cual incluye los antecedentes de investigación, las bases teóricas para el sustento del problema y las bases conceptuales.

En el tercer capítulo se expone la metodología de la investigación, la cual está compuesta de las siguientes partes: tipo de estudio, diseño, población y muestra y validez de instrumentos de recolección.

Asimismo, en el cuarto capítulo se presentan los resultados de la investigación, compuestos por los resultados descriptivos y los resultados inferenciales.

Por último, en el quinto capítulo se presenta la discusión de los resultados. Posteriormente se presentan las conclusiones y las recomendaciones. También se incluyen las referencias bibliográficas y los anexos.

RESUMEN

OBJETIVO: Describir y explicar el grado de valoración de los programas televisivos que tienen los estudiantes universitarios.

MÉTODOS: Se llevó a cabo un estudio descriptivo explicativo con 314 estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, matriculados en el año 2014. En la recolección de datos se utilizó el cuestionario sobre valoración de programas televisivos. Para el análisis inferencial de los resultados se utilizó la Prueba Chi cuadrada.

RESULTADOS: En general, el 36,9% tuvo satisfacción alta respecto a los programas Culturales/Educativos, el predominio de la satisfacción media fue del 44,6% para programas Informativos y de satisfacción baja para programación de Novelas (75,2%), programación de TV en general (65,3%), programas de Entretenimiento (58,6%), programación de Películas (55,4%), programación Peruana (54,8%), programas Deportivos (43,3%) y programas Infantiles (42,4%). Se encontró que la valoración de los programas televisivos es significativa con relación al género, sobre todo con Programación Peruana ($P \leq 0,044$) y con Programas Deportivos ($P \leq 0,000$).

CONCLUSIONES: Existió significancia estadística de la valoración de la Programación Peruana y Programas Deportivos según género de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco.

Palabras clave: programas televisivos, estudiante universitario, educación.

ABSTRACT

OBJECTIVE: Describe and explain the degree of valuation of television programs with college students.

METHODS: An explanatory descriptive study with 314 students from the Faculty of Education at the National University Hermilio Valdizán enrolled in 2014. In data collection questionnaire valuation of television programs used was conducted. For the inferential analysis of results the Chi square test was used.

RESULTS: Overall, 36.9% had high satisfaction with Cultural / Educational programs, the predominance of the average satisfaction was 44.6% for Informational programs and low satisfaction programming Novels (75.2%), programming TV in general (65.3%), entertainment programs (58.6%), Movie programming (55.4%), Peruvian programming (54.8%), Sports programs (43.3%) and programs Children (42.4%). It was found that the assessment of television programs is significant in relation to gender, especially with Peruvian Programming ($P \leq 0,044$) and Sports Program ($P \leq 0,000$).

CONCLUSIONS: There was statistical significance of the valuation of Peruvian and Sports Scheduling Software by gender of students in the Faculty of Education at the National University of Huánuco Valdizán Hermilio.

Keywords: *television programs, college student, education.*

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En un mundo cada vez más globalizado y donde los medios de comunicación están extendiéndose más y más en la vida de todos los ciudadanos, es común escuchar y pensar, al menos intuitivamente, que deberá estar produciéndose una mayor homogenización de las poblaciones de los distintos países.

Los medios de comunicación permiten que el mundo esté más interconectado.

Hay dos medios de comunicación tremendamente poderosos porque son los más extendidos: Internet y la televisión. En esta investigación nos centramos en la televisión, y afrontó el desafío de investigar sobre la valoración de los programas televisivos que hacen los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Educación con relación al género. La televisión es un medio de comunicación de masas que penetra en la mayoría de los hogares. No existe distinción, llega a ricos y pobres es considerado un fuerte medio porque integra imágenes y voz. Sin embargo, por poseer esas características y por tener la facilidad de llegar a la mayoría de la población este influye mucho.

La televisión muestra diversidad en su programación, hay programas para niños, adolescentes y adultos. Hay programas que culturizan y hay programas que no culturizan. Teniendo en cuenta el contexto del estudiante universitario que tiene como objetivo instruirse y captar muy buena

información es una necesidad para él absorber una programación que le ayude en su desempeño profesional a corto plazo. Existe una gran diferenciación en los últimos tiempos muy marcados en lo que respecta a la programación de la televisión nacional y la televisión extranjera. Hay muchos canales que uno puede observar a través del cable que pueden enriquecer nuestra mente, sin embargo hay hoy en día muchos programas en la televisión nacional que no refuerzan la cultura que tiene un niño o joven peruano. Programas faranduleros, la emisión constante de novelas y otros programas sin mucho contenido cultural están siendo los favoritos de muchos jóvenes. Fue nuestra necesidad por tanto, indagar el nivel de valoración que le dan los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Educación a los actuales programas de televisión.

La televisión, como medio de comunicación, ha sido la causa de muchas y persistentes críticas, desde el momento de su aparición; las cuales, las más reiteradas están referidas a su programación, la que se podría calificar, por muchos y en su mayoría como mediocre. Este aspecto podría considerarse como una influencia negativa para el telespectador y, sobre todo para el adolescente que aún no tiene el necesario juicio como para poder comprender y analizar los programas que emiten los canales nacionales de televisión.

Sucede, además, que si los padres no controlan qué programación llega a sus hijos, la televisión podría ofrecerles muchas veces, un concepto precoz del mundo de los adultos sin que estén todavía preparados para ello. Asimismo, en cierto modo, la televisión fomenta la holgazanería, pues el televidente no puede hacer otra actividad mientras ve televisión. Sin

embargo, a pesar de todo esto, este medio puede abrir nuevos horizontes al adolescente al mostrarle países y civilizaciones no conocidas por él y al informarle de los personajes más importantes del mundo, ampliando los conocimientos y el vocabulario de los jóvenes, y sirviendo también como instrumento fundamental de la instrucción pública.

En la actualidad es fácil visualizar que la gran mayoría de familias tienen un televisor en casa y por consiguiente existe una gran mayoría de jóvenes que están expuestos a la televisión y sus influencias, ya sean positivas o negativas.

Los padres de familia por diversos motivos no tienen un control riguroso de la cantidad de horas que su menor se encuentra mirando la pantalla y es por tal razón que los chicos tienen acceso a una gama de posibilidades no recomendadas para su edad, provocando, casi sin darse cuenta, un bajo rendimiento en el colegio.

Debido a la gran importancia que ha adquirido y sobre todo a la influencia que innegablemente incita, en los ámbitos personales, familiares, sociales y hasta escolares, la televisión, resulta de gran necesidad de investigar y conocer en qué medida se da la influencia en la conducta del adolescente y de qué forma se puede aprovechar en beneficio de su aprendizaje.

Aída Cerda refiere: "La exposición a la televisión puede verse mediada por el sexo de la persona, ya que las convenciones culturales para cada género son distintas y pueden ocasionar diferencias en los patrones de consumo".¹

Entonces podemos entender que depende mucho del género, el aspecto cultural de la persona e incluso otros aspectos que determinan el tipo de

¹ Cerda Cristerna, Aída. "Maneras de ver y usar la televisión: análisis por género de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias mexicanas". 2001

consumo de las personas con respecto a los programas televisivos. Y la intención por lo tanto de este trabajo de investigación es saber cuál es el grado de valoración que tienen los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias de la Educación con respecto a los programas televisivos que se emiten.

Aída Cerda haciendo una distinción entre varones y mujeres con respecto a la preferencia de programas televisivos expresa: "Los hombres prefieren los programas de deportes, acción e información, especialmente noticias. Las mujeres, por su parte, prefieren el género dramático (incluyendo series, telenovelas y películas) y programas musicales o de comedia".² Esta investigación determinó las preferencias de las personas según género sin embargo queremos investigar si existe alguna diferencia significativa con referencia a la población universitaria.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

1.2.1. PROBLEMA GENERAL:

¿Cuál es la valoración de los programas televisivos en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014?

² Cerda Cristerna, Aída. "Maneras de ver y usar la televisión: análisis por género de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias mexicanas". 2001

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

- a) ¿Cuál es la frecuencia de horas diarias que utilizan para sintonizar los programas televisivos, los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014?

- b) ¿Cuáles son los programas preferidos en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación con relación al género, Huánuco-2014?

- c) ¿Existen diferencias significativas entre varones y mujeres respecto a la sintonización de programas televisivos entre los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación, Huánuco-2014?

1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL:

Describir y explicar el grado de valoración de los programas televisivos que tienen los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- a) Determinar la frecuencia de horas diarias que utilizan para ver la televisión, los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014.

- b) Identificar los programas televisivos preferidos por los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014.

- c) Determinar las diferencias significativas entre varones y mujeres respecto a la sintonización de programas televisivos entre los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación, Huánuco-2014.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.

1.4.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

En la investigación lo que queremos es identificar, analizar, indagar y determinar la valoración hacia los programas televisivos por parte de los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Educación.

Los programas televisivos pueden tener influencia positiva o negativa y es así que nuestra investigación se justificó en la necesidad de identificar cuáles son los programas más vistos y qué aceptación tienen en la simpatía de los estudiantes de la carrera de educación y en qué manera

estas estarían influenciando en los adolescentes o jóvenes universitarios.

1.4.2. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.

La importancia que tiene esta investigación es que permitió identificar y analizar si son conscientes los estudiantes de nivel universitario de la calidad televisiva en el Perú y el grado de valoración que les da a cada tipo de programa televisivo existente. La suposición que tenemos es que si tendrán un cierto grado de conciencia superior con respecto a los programas informativos, culturales, educativos sobre otros que no aportan mucho a un joven que sigue una carrera universitaria.

1.5. LIMITACIONES.

El presente estudio tuvo las siguientes limitaciones:

- Se presentó dificultad en algunos docentes que no quisieron cedernos algunos minutos de su tiempo para la realización de las encuestas en las aulas.
- Como no tuvimos el apoyo económico de la universidad o alguna institución ligada a la investigación la totalidad de gastos lo asumimos nosotros, los investigadores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.

A. Nacionales.

- a) Orbegoso Fernández, Fanny Lourdes **“Efectos sociales y culturales de los programas televisivos en los estudiantes de la UNHEVAL, 2004”** (2007). Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizán.³

“La TV es el instrumento que mejor adapta su función a la formación de valores, de modos de vida, de estereotipos, etc., que al medio le convienen. La televisión transmite y forma estereotipos sociales y culturales en los cuales se presentan directa e indirectamente, mensajes que conforman una actitud, siendo esta influencia mayor en los niños y jóvenes quienes son moldeados en muchos aspectos por estos mensajes de televisión”.

- b) En Lima-Perú, Montgomery (2003)⁴ investigó datos referentes a la interacción entre aspectos intelectuales y emocionales de la audiencia juvenil en relación con los efectos de la televisión. Por ello se aplicaron tres instrumentos para medir respectivamente los factores de personalidad, los hábitos de estudio y las preferencias

³ Extraído de la Tesis para optar el grado de Magister en Educación titulado **“Efectos sociales y culturales de los programas televisivos en los estudiantes de la UNHEVAL, 2004”** (2007) ubicado en la Biblioteca de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco

⁴ Tomado del estudio de Montgomery W. (2003) Personalidad, hábitos de estudio y preferencias por géneros televisivos en jóvenes universitarios. Revista de Investigación en Psicología, Vol.6 No.1.

por géneros de programación televisiva en 264 sujetos, con el fin de conocer y analizar tanto los perfiles generales como sus interrelaciones. Los resultados indican que hay diferencias significativas: a) en la personalidad de hombres y mujeres en los factores O y QI del test 16f-a, b) en los hábitos de estudio a favor de las mujeres, c) entre hombres y mujeres respecto a los hábitos de consumo televisivo, y también d) hay algunas relaciones significativas entre factores de personalidad, estrategias lectivas y consumo televisivo.

B. Internacionales.

Se han encontrado similares trabajos de investigación realizadas sobre valoración de los programas televisivos:

- a) Garín, Huenchuleo, Leal, Muñoz y Rehbein (2013)⁵ realizaron una investigación donde se indagó la relación entre las actitudes implícitas hacia la violencia, el comportamiento antisocial y el consumo televisivo, en un diseño transversal, mixto, correlacional y de diferencia de grupos. A los 33 participantes voluntarios se les administraron tres instrumentos: la Tarea de Asociación Implícita, el Cuestionario de Autorreporte de Comportamiento Social Adolescente y el Cuestionario de Consumo Televisivo. No se encontraron correlaciones estadísticamente significativas entre las variables; sin embargo, sí se encontró una significativamente mayor incidencia de conductas antisociales reportadas por los hombres que por las

⁵ Extraído del estudio de Garín, M., Huenchuleo, J., Leal, N., Muñoz, A. M. y Rehbein, L. (2013). Actitudes implícitas hacia la violencia, conducta antisocial y consumo televisivo en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología*, 22(2), 100-110.

mujeres. Se discuten las implicancias de factores socioculturales que podrían incidir en el fenómeno estudiado.

- b) Marianela y Chávez (2012)⁶ desarrollaron un estudio con el objetivo de analizar los patrones de consumo de medios en estudiantes de universidades chilenas y determinar si existen perfiles diferenciales en el uso y consumo de medios que se relacionen con su futuro rol en la alfabetización audiovisual de sus estudiantes. Para ello, se consideró una muestra de tipo intencionado que quedó constituida por 881 estudiantes de pedagogía de ambos sexos que cursaban estudios en siete universidades chilenas de la zona sur y central de Chile. Para la recolección de datos se utilizó el «cuestionario de hábitos de consumo de medios». En general, la distribución de las preferencias, tanto a nivel de género como por carrera, no logra representar mediáticamente la idiosincrasia y refleja realidades ajenas que no permiten fortalecer procesos ciudadanos en los consumidores de los medios. En síntesis, la problemática mayor es que los futuros docentes no parecen contar con herramientas que les permitan enfrentar la labor de alfabetización audiovisual, dado que ellos mismos presentan dificultades para diferenciar entre la información y la persuasión en los mensajes publicitarios.

⁶ Extraído del estudio de Marianela C., Chávez D. (2012) Alfabetización audiovisual y consumo de medios y publicidad en universitarios de Pedagogía en Chile. Comunicar, nº 38, v. XIX, páginas 183-191.

- c) Almansa Martínez, Ana. **“Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios” (2005)**. España: Universidad de Málaga.⁷

“Los jóvenes universitarios parece que utilizan la televisión como un entretenimiento más, para pasar algunos ratos del día. Porque los contenidos preferidos son películas, series nacionales y extranjeras, magazines e incluso programas del corazón y reality show. Afortunadamente, informativos, reportajes y documentales también se encuentran entre sus preferencias”.

- d) El Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital (España), en un estudio que denominó **“Preferencia juvenil en nuevos formatos de televisión: tendencias de consumo en jóvenes de 14 a 25 años en Navarra”**⁸ llegó a la siguiente conclusión: “El cine, ficción, humor y deportes son los contenidos preferidos por los jóvenes, sin olvidar la actualidad y la información, que contrariamente a lo que suele pensarse, despiertan un destacado interés entre los jóvenes encuestados, especialmente entre aquellos con edades entre los 18 y los 25 años”.

⁷ Extraído el 02/XI/2014 desde <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-068>

⁸ Extraído el 10/XI/2014 desde <http://www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4102916.pdf>

2.2. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS.

2.2.1. TELEVISIÓN.

La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión. La transmisión puede ser efectuada por medio de ondas de radio, por redes de televisión por cable, televisión por satélite o IPTV, de los que existen en modalidades abiertas y paga. El receptor de las señales es el televisor.

La palabra «televisión» es un híbrido de la voz griega τῆλε (tēle, «lejos») y la latina visiōnem (acusativo de visiō «visión»). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV. Este término fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perskyi en el Congreso Internacional de Electricidad de París (CIEP).

Según el Diccionario de la Real Academia Española, se define a la televisión como: “Transmisión de imágenes a distancia mediante ondas hercianas”⁹

F. Fernández conceptualiza la televisión como: “La televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad muy significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y entretenimiento”¹⁰

⁹ Diccionario de la Real Academia Española. Extraído el 19/07/2014 desde <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=LTMZMtSOjDXX2FqMNA0y>

¹⁰ Fernández, F. “Clase social, exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión”. Estudios sociales. Chile 1994

La televisión es uno de los medios de comunicación más importantes que ha existido y esto es así debido a que gracias a su gratuidad como también a su fácil acceso permite que millones de personas de todo el mundo puedan recurrir a él inmediata y fácilmente.

Aída Cerda expresa: "La televisión forma parte de nuestra vida diaria, al igual que comer, dormir o hablar con otras personas. Tanto que no nos damos cuenta de ello. La actividad de ver televisión es una práctica cotidiana, rodeada de otras tantas".¹¹ El ver la televisión se nos inculca como una actividad desde que somos niños, en cierta forma con la intención de entretenernos sin embargo en muchos de nosotros se nos vuelve una rutina.

2.2.2. HISTORIA DE LA TELEVISIÓN.

La prehistoria de la televisión se extiende, aproximadamente, desde finales del siglo XIX hasta 1935. Durante este período un grupo de investigadores en los países tecnológicamente más avanzados (EEUU, Gran Bretaña Francia, Alemania) busca transmitir imágenes a distancia. Se trataba de captar imágenes utilizando una cámara, transmitir esas imágenes a través del aire y recibirlas en un aparato receptor a cierta distancia de donde originariamente se habían captado: la televisión.

Tras una serie de inventos, marchas y contramarchas, en los años 20 surgen los dos primeros modelos de televisión: por un lado, la televisión mecánica, por otro, la electrónica. Ambas se desarrollaron de forma

¹¹ Cerda Cristerna, Aída. "Maneras de ver y usar la televisión: análisis por género de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias mexicanas". 2001

paralela en un período caracterizado por la lucha, entre distintas compañías e inventores por la adopción de un único sistema.

La televisión mecánica, fue la primera en funcionar. Tuvo como principal mentor al escocés John Baird, quien una vez creada la primera compañía de televisión del mundo (Televisión Limited, 1924), obtuvo dos años después una licencia experimental. Y un tiempo después, el 10 de septiembre de 1929, Baird –en colaboración con la BBC de Londres– comenzó las emisiones de prueba.

Aunque la calidad de las imágenes del sistema mecánico empleado por Baird mejoró notablemente con el transcurso del tiempo, siempre quedó muy por debajo de la obtenida con su competidora. No podía resistir la comparación.

Por su parte, la televisión electrónica, fue creada por el científico ruso-norteamericano Vladimir Zworykin, que trabajaba en la estadounidense RCA hacia finales de los años 20. Así, en 1931 la RCA colocó una antena emisora en la terraza del Empire State Building, el edificio más alto de Nueva York, y comenzó con sus emisiones de pruebas.

Al otro lado del Atlántico, la inglesa EMI se lanzó a trabajar en la televisión electrónica. Los ingenieros de EMI realizaron una demostración a la BBC sobre su sistema televisivo. Los especialistas no tuvieron dudas: la calidad de este sistema era muy superior. Las horas de la televisión mecánica estaban contadas.

EL NACIMIENTO 1935 – 1941

Ante la existencia de estos dos modelos televisivos, el Gobierno británico decidió nombrar una comisión investigadora para definir la posición del Estado en materia televisiva. En enero de 1935, dicha comisión optó por la televisión electrónica debido a la superior calidad respecto al otro sistema y el 2 de noviembre de 1936, la BBC comenzó sus transmisiones desde los estudios londinenses de Alexandra Palace.

Hacia mediados de la década de 1930 las transmisiones tienden a regularizarse y a crecer en las principales urbes (Londres, Berlín, París, Nueva York).

En EEUU las definiciones técnicas de la televisión variaban año a año, lo que suponía un grave problema para los fabricantes de receptores y la casi imposibilidad de ventas de aparatos. La NBC fue la primera emisora en establecer un servicio regular en marzo de 1939; sin embargo, el organismo regulador de la radio y la televisión, la FCC, sólo autorizó la televisión comercial en 1941.

En Francia, fue René Barthélemy quien instaló en abril de 1935 un estudio de televisión en la parisina Escuela Superior de Electricidad y utilizó la Torre Eiffel como soporte de la primera antena emisora. En pocos años (1935-1939) los franceses adoptaron el sistema electrónico.

Alemania es otro país donde la actividad en torno a la televisión fue especialmente intensa. Los alemanes se sentían acuciados para llegar a tiempo a la retransmisión en directo de los Juegos Olímpicos de Berlín de 1936. El éxito fue total. La recepción de las emisiones tuvo lugar en lugares públicos: "teatros" con capacidad para 50 personas y pantallas

de cerca de dos metros de diagonal. Algo más rezagadas se encontraban Italia y la URSS.

Este rápido desarrollo tropezó con la escasa fabricación de receptores, hecho que se corrigió a finales de la década. Fue en Gran Bretaña en 1937 y en los EEUU en 1939 cuando comenzó la fabricación de aparatos receptores en serie para uso doméstico familiar. Todos estos avances se vieron congelados con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, que obligó a los gobiernos a concentrar su esfuerzo económico en los materiales de guerra.

UN NUEVO COMIENZO 1946 – 1949

Concluida la II Guerra Mundial, Gobiernos y los sectores industriales ligados a la televisión volvieron su mirada a la pequeña pantalla en un contexto de recuperación social, económica y tecnológica. Muchos países europeos fueron haciendo sus primeras pruebas públicas y en España, las empresas Philips y RCA organizaron en 1948 sendas exhibiciones de televisión en Barcelona y Madrid respectivamente.

En Gran Bretaña, la BBC remozó sus instalaciones y volvió a transmitir imágenes a mediados de 1946. A este nuevo comienzo le siguió un desarrollo lento y constante: sólo en 1960 se completó la cobertura de todos los rincones de las islas, y en 1962 se contabilizaron cerca de 12 millones de televisores.

El primer canal público francés se creó en el otoño de 1947. Los pocos telespectadores de entonces pudieron disfrutar de hasta doce horas semanales de programación regular.

Los estudios de Moscú volvieron a poner imágenes en el aire de forma irregular a partir de mayo de 1945 para, finalmente, regularizar las transmisiones a partir de 1948.

En los EEUU el crecimiento económico de posguerra tuvo su correlación en el crecimiento del número de emisoras, horas de programación y televisores en los hogares. Algunos de los programas creados en ese tiempo se revelarían clásicos con el paso de los años (por ejemplo, El show de Sullivan o Martín Kane, detective privado). Por su parte, la FCC, estableció en 1947 la normalización técnica de todas las emisiones televisivas, lo cual dio lugar al reinicio de la expansión del medio por todo el país.

A medida que los servicios de televisión se regularizaron fueron ganando fervorosos adeptos allí donde comenzaban las emisoras y estableciendo un novedoso equilibrio en relación a los otros medios existentes (prensa, cine y radio). Asimismo aparecieron dos modos diferentes de entender la televisión en Occidente: mientras que en los EEUU, y luego en Iberoamérica, la industria televisiva se asentó en redes de empresas privadas y comerciales en competencia, en la Europa del Oeste se desarrollaron fuertes sistemas públicos y nacionales de radio y televisión.

LA LLEGADA DEL COLOR

Los años 50 han sido calificados por muchos analistas como aquellos del gran salto de la televisión, al ser la década de su extensión por el mundo.

Así, por ejemplo, México y Brasil iniciaron sus emisiones a partir de 1950; Holanda y Argentina, al año siguiente; Italia, Alemania Oriental y Venezuela, hacia 1952; Bélgica, Dinamarca, Polonia, Checoslovaquia y Canadá, en 1953; Austria, Luxemburgo y Mónaco, en 1955; España y Suecia, en 1956; Portugal, un año más tarde; y, Suiza, Finlandia, Yugoslavia, Hungría, Rumania y China en 1958.

En la gran mayoría de los casos la cobertura geográfica de las televisiones era muy pequeña (de carácter local diríamos hoy), y eran pocas las horas diarias de emisión. Asimismo, la presencia del televisor en los hogares no estaba extendida; a cambio, distintos lugares públicos -como los bares y en España las Parroquias- servían de escenario de encuentro a los telespectadores.

Frente a este panorama, gobiernos y empresarios dedicaron esfuerzo e imaginación, a construir redes nacionales de televisión. Para ello se instalaron nuevas emisoras, postes repetidores y líneas de cables. Las grandes distancias y los accidentes topográficos debían rendirse ante un sistema planificado.

Un país se destaca por la conformación de una poderosa industria televisiva: EEUU. Hacia 1952 se calcula que unas 108 emisoras estadounidenses daban servicio a unos 21 millones de televisores. De forma paralela creció la publicidad. Las cifras son reveladoras: de una inversión publicitaria de un poco más de 10 millones de dólares, en 1950, se pasó a 1.500 millones, en 1960. A comienzos de los años 50 la diferencia entre los EEUU y el resto de los países desarrollados era notoria. Durante los primeros meses de 1952, en Gran Bretaña sólo se

habían vendido 1,2 millones de televisores, en Francia cerca de 10.558, y en la entonces Alemania Federal apenas se contabilizaban 300 aparatos.

La televisión también empezó a causar furor en Japón. La NHK, comenzó a operar en 1953 y al año siguiente hizo lo propio la primera estación comercial.

La incorporación del color supuso otra revolución. EEUU se convirtió, en 1953, en el primer país en contar con televisión en color con su propio sistema de emisión: el NTSC, que actualmente está en funcionamiento en los EEUU, Canadá y Japón, entre otros países. Posteriormente en Europa se pusieron en marcha una serie de investigaciones para perfeccionar el sistema estadounidense. Los resultados de éstas dieron lugar a dos sistemas de televisión en color. En 1959, el Gobierno galo puso en marcha el sistema SECAM; y cuatro años más tarde, de la mano de Telefunken, apareció el sistema alemán PAL.

Hoy seguimos en Europa con estos dos sistemas de transmisión. España adoptó el sistema alemán, como los principales países europeos occidentales, resistiendo las tentadoras ofertas recibidas de Francia si se decidía por el sistema SECAM que, además de Francia lo han ido adoptando los países del Este, en numerosos países del cercano Oriente, en algunos países de América Latina y en África francófona.

LA EXPANSIÓN MUNDIAL

La internacionalización de los programas se fue abriendo paso poco a poco. En Europa occidental se creó Eurovisión, puesta en marcha por la

Unión Europea de Radiodifusión (UER) a mediados de los años 50 y los países del bloque soviético respondieron creando Intervisión, de la Organización Internacional de Radio y Televisión (OIRT).

Años más tarde, en 1993, el cambio de las relaciones políticas y la desintegración del bloque soviético propiciarían la fusión de ambos organismos. En el resto del mundo se produjo un fenómeno similar: tanto en el continente americano como, más tarde, en el africano y el asiático se fueron creando organismos similares, todos ellos con la misma finalidad: intercambio de información y programas, además de algunas emisiones en común.

Hoy día los intercambios entre países y entre organismos internacionales se basan en la difusión de programas a través de los satélites de comunicaciones. Así, desde el lanzamiento del primer satélite Sputnik, en 1957, y de satélites cada vez más perfeccionados, estadounidenses, rusos, luego europeos, japoneses, etc. Los intercambios de informaciones y de programas se han multiplicado.

Al paso de los años, esta relación televisión-satélite ha ido dando paso a una sucesión de hitos históricos. Los Juegos Olímpicos de Tokio de 1964 fueron un claro ejemplo de difusión mundial de un acontecimiento deportivo. Años más tarde, tuvo lugar la primera transmisión planetaria: el programa Nuestro Mundo se difundió en simultáneo para 31 países.

Ante estos avances, los gobiernos vieron la necesidad de crear una red mundial de satélites de comunicaciones. Y a ello dedicaron grandes esfuerzos técnicos y económicos. Por esos años hicieron su aparición los satélites de difusión directa (DBS), los cuales permitían la difusión de

una decena de señales de televisión hasta antenas parabólicas domésticas y de éstas al televisor. Hacia 1989, comenzó la segunda generación de operadores televisivos vía satélite. En poco tiempo la creación de diversas plataformas multicanales vía satélite en todos los países fue un hecho.

Las antenas parabólicas empezaron a proliferar. Un paso más se dará cuando las plataformas se digitalicen totalmente. En EEUU, a mediados de 1994, se pone en marcha la primera plataforma digital. Poco más tarde se hizo lo propio en Europa. Al finalizar el 2000 en los países de la UE se contaba con 15 millones de receptores de televisión por satélite, siendo los británicos (cinco millones), los franceses (tres millones), y los italianos y españoles (dos millones cada uno) sus principales usuarios.

LA TELEVISIÓN SATELITAL.

Gran parte de los intercambios entre países y entre organismos internacionales se basa en la difusión de programas a través de los satélites de comunicaciones. Así desde el lanzamiento del primer satélite Sputnik, en 1957, y de satélites cada vez más perfeccionados, estadounidenses, rusos y luego europeos, japoneses, los intercambios de informaciones y de programas se multiplicaron.

Con el correr de los años la relación televisión-satélite, fue dando fruto a una escalera de hitos históricos. En julio de 1962, el Telstar I permitió viajar a una imagen televisiva entre EEUU y Europa. Un año después, el primer satélite geoestacionario, el Syncom III, permitió a estadounidenses y europeos seguir los Juegos Olímpicos de Tokio de

1964. Años más tarde, tuvo lugar la publicitada “primera transmisión planetaria”: el programa “Nuestro Mundo” se difundió en simultáneo para 31 países. Ante estos avances, los gobiernos vieron una necesidad de crear una red mundial de satélites de comunicaciones. El Early Bird, puesto en órbita en 1965 por el consorcio privado internacional Intelsat, fue el primer satélite que tuvo esa finalidad.

LA TELEVISIÓN DIGITAL.

Entre los años de 1960 y 1980 surgieron avances de tipo tecnológico que mejoraron los aparatos receptores televisivos. Sin embargo, fue hasta el año 1986 que se previó la posibilidad de transmitir televisión vía satelital. Otro avance fue la transmisión de programas vía internet, y el uso de un servidor digital.

Una ventaja del nacimiento de la televisión digital, es el tipo de señal, la cual es muy robusta a las interferencias y las normas de emisión están concebidas para una buena recepción.

LA TELEVISIÓN POR CABLE

También en la distribución de la señal televisiva por cable son los EE.UU. los pioneros. Se pusieron manos a la obra a finales de la década de los 40. El objetivo era hacer llegar las imágenes a aquellas localidades que por cuestiones topográficas quedaban en zonas de sombra a lo que se añade la mejora de calidad en imagen y sonido. En la televisión por cable es el televidente quien paga por la instalación del sistema, además de abonar una cuota mensual por el acceso al servicio.

Dicho abono se incrementa según los paquetes de programas que el suscriptor desee recibir.

2.2.3. PROGRAMAS TELEVISIVOS.

Alicia Poliniato refiere: "¿Qué es un programa televisivo? Desde un punto de vista, se lo considera una unidad de emisión, un texto particular que integra la red programática de determinado canal, o bien, la unidad que forma parte de un conjunto planificado a utilizar en procesos de divulgación, de sensibilización, instructivos u otros. Desde otro punto de vista, técnicamente el más aceptado, un programa televisivo es el que consta de muchas o hasta indefinido número de unidades de emisión que tienen en común determinado formato. Así, por ejemplo, un noticiario constituye, día con día y a determinada hora, una unidad de emisión con un principio y fin, integrado por interacciones unilaterales y bilaterales y un cierto número de registros de interés y actualidad. Cada unidad está formada según el formato base elegido que se repite en cada una, con alteraciones menores".¹²

En el mismo sentido que el anterior, se entiende por programa un conjunto de unidades de emisión correlacionadas, donde cada una no tiene un principio y un fin en los límites del tiempo de su transmisión como es, por ejemplo, la telenovela. Esta se concibe según un formato que no coincide con la unidad de emisión y que es responsable de que cada una de ellas tenga una relación estrecha con la que le precede y le sigue.

¹² Poloniato, Alicia. "Los formatos televisivos". España 2009

Según un estudio realizado entre el año 2009 y 2010 por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión se muestra cuál es la conformación de los programas televisivos según género en nuestro país: “El género preponderante es la ficción donde se encuentran las series, los dibujos animados y las películas. El género melodrama le sigue en importancia donde destacan las telenovelas que son emitidas en su mayoría por los canales privados y provenientes principalmente de México, Perú y Colombia. En segundo lugar, se encuentra el género informativo (programas periodísticos, noticiarios y avances noticiosos) producidos en su totalidad en el Perú y donde todos los canales tienen un noticiero propio. En cuanto a los programas culturales el 93% son emitidos por canal TV Perú, siendo la cultura un género que no es considerado rentable para los canales privados”.¹³

2.2.3.1. PROGRAMAS CULTURALES.

La programación cultural está siendo abordada por un sector de los canales de televisión de los distintos países, y esto es beneficioso debido a que los medios de comunicación tienen como función culturizar a la sociedad. Lastimosamente en gran parte de los países lo que busca el sistema de gobierno es no culturizar al pueblo. Es por eso que la programación de tipo cultural va a repercutir en gran medida en el futuro de nuestra sociedad. En el Perú un canal que difunde la cultura es TV Perú. En relación a los canales internacionales que

¹³ Consejo Consultivo de Radio y Televisión. “Análisis de Programación Radial y Televisiva en señal abierta en el horario familiar”. Lima-Perú. Abril 2010

difunden cultura tenemos a History Channel, Discovery Channel, Animal Planet.

Entre los programas culturales que se emiten en nuestro país tenemos:

- Canto Andino
- Mishki Taky
- Dr. TV
- Experimentores

2.2.3.2. PROGRAMAS INFORMATIVOS.

Otra de las funciones de los medios de comunicación es el de informar los distintos acontecimientos de carácter nacional e internacional, es por ello la existencia de programas informativos que se dan en distintos horarios, incluso se emiten programas dominicales en horario estelar. Existen asimismo cadenas internacionales como CNN que tienen una programación netamente informativo.

Entre los programas informativos que se emiten en nuestro país tenemos:

- Cuarto Poder
- Panorama
- América noticias
- 24 horas
- Buenos Días Perú
- Primera noticia
- Día D

- Punto final
- Reporte semanal
- Domingo al día

2.2.3.3. PROGRAMAS DEPORTIVOS.

Los deportes que cada vez se practican y se difunden más encuentran su sostenibilidad en la programación deportiva que realizan tanto canales nacionales como internacionales. El fútbol considerado el deporte de mayor acogida se difunde generalmente los fines de semana. Existen canales propiamente deportivos como Fox Sport, Espn, TyC, GoITV. El sector que mayor preferencia tiene por estos programas deportivos son los varones.

Entre los programas deportivos que se emiten en nuestro país tenemos:

- Fútbol en América
- El deportivo
- Teledeportes

2.2.3.4. PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO.

Se conoce como entretenimiento al conjunto de actividades que permite a los seres humanos emplear su tiempo libre para divertirse, evadiendo temporalmente sus preocupaciones.

El término «entretenimiento» es de origen latino. Comenzó a utilizarse en Europa a finales del siglo xv en relación con la acción financiera de

desviar en beneficio propio bienes ajenos. Con posterioridad, tal acepción dio paso a la de «desviar la atención» en general, asociándose luego a la idea de placer y de ocio.

Los programas de entretenimiento basan sus contenidos en cuatro grandes conceptos: la sorpresa, el humor, el sentimiento y la emoción.

Los programas de entretenimiento en la actualidad son muy variados, están conformados por: series, concursos, telenovelas, "reality shows".

Desde hace aproximadamente dos años que se emiten programas de competencia en la televisión nacional, programas como "Esto es Guerra", "Combate" y otros. Asimismo existen programas de canto como "Yo soy", "La voz Perú", que buscan brindar entretenimiento a los distintos sectores familiares.

Hace algunos años recordábamos que se emitían talk shows y faranduleros muy criticados por un sector de la población porque no brindaban nada de provecho a los televidentes.

Entre los programas de entretenimiento que se emiten en nuestro país tenemos:

- Al fondo hay sitio
- Esto es guerra
- Combate
- Bienvenida la tarde
- Amor, amor, amor
- La voz Perú
- Yo soy
- Pequeños Gigantes

- El especial del humor
- Hola a todos
- La noche es mía

2.2.3.5. PROGRAMAS INFANTILES.

Los niños y niñas tienen una preferencia por los dibujos animados que se emiten en los programas televisivos, sin embargo algunos que ya dejaron de ser niños todavía tienen cierta preferencia por programas de contenido infantil. Los dibujos animados brindan entretenimiento, asimismo los shows infantiles como en su tiempo lo fue el programa de "Yola" en la década de los 80 o "Nube Luz" a inicios de la década de los 90. El día de hoy existen canales que brindan programación infantil, especialmente en televisión internacional: Cartoon Network, Nickelodeon, Disney Channel, etc.

Entre los programas infantiles que se emiten en nuestro país tenemos:

- El chavo del 8
- Clásicos animados

2.2.4. TELEVISIÓN DEL PERÚ.

La primera transmisión experimental de televisión en Perú ocurrió el jueves 21 de septiembre de 1939, se emitieron una película y un programa artístico desde el colegio Nuestra Señora de Guadalupe, en Lima por el Canal 3. Luego se realizaría otra prueba, esta vez desde el Hotel Bolívar el viernes 28 de mayo de 1954 a cargo del Sr. Antonio

Pereyra ahora por el Canal 6. El viernes 17 de enero de 1958, inicia sus emisiones el canal 7 del Ministerio de Educación y la UNESCO, con la transmisión de un documental técnico. La primera estación de televisión en difundir comercialmente fue el canal 4 de Radio América en Lima (América Televisión), el lunes 15 de diciembre de 1958 por Nicanor González y José Antonio Umbert. Su creación fue posible gracias a un convenio con la NBC y la RCA.

En sólo dos meses, entre noviembre y diciembre de 1959, los comercios de Lima registraron ventas de 10 mil receptores de televisión, mientras que páginas enteras de publicidad de televisores en diarios y revistas anunciaban el inicio de la era de la televisión en el Perú. Hacia abril de 1960 se contaban 55.000 aparatos de televisión que funcionaban en la capital peruana. El crecimiento había sido explosivo, si se considera que a fines de 1958 existían apenas 5 mil televisores. Posteriormente surgieron varias estaciones comerciales: Canal 2 (Radiodifusora Victoria S.A.), Canal 13 (luego 5) (Panamericana Televisión S.A.), Canal 9 (Compañía Peruana de Producciones Radiales y TV), Canal 11 (Bego Televisión S.A.), etc. Algunas de las cuales pronto adquirieron o se asociaron con estaciones fuera de Lima Metropolitana. Sin embargo, por cuestiones financieras y políticas los canales 2, 9, 11 y 13 de Lima dejaron de transmitir pocos años después, quedando hacia mediados de la década de 1970 sólo los canales 4, 5, y 7 en la capital peruana.

En 1974, el estatal canal 7 inició sus primeras transmisiones experimentales de contenido propio en color probando aleatoriamente los 3 sistemas existentes: PAL, NTSC y SECAM para definir el estándar

a utilizarse que aún no se había establecido por lo que estaba prohibida la importación de receptores de TV en color. Técnicos gubernamentales recomendaron en 1976 el sistema PAL aunque no hubo ninguna decisión al respecto y por el contrario en 1977 la televisora estatal incrementó sus pruebas usando exclusivamente el sistema americano. En enero de 1978 el gobierno peruano aprobó el estándar americano NTSC, con lo que el canal 7 inició oficialmente sus emisiones en color el 17 de enero de 1978 y tras lo cual los demás canales iniciaron el proceso de transición a la TV cromática que finalizó el 1 de octubre de 1980.

Durante la década de los 80 aparecen cuatro nuevos canales nacionales de televisión privados y generalistas: el domingo 23 de enero de 1983 se crea el canal 2 (Frecuencia Latina) y el lunes 18 de abril de ese año se funda el canal 9 (Andina de Televisión). Más adelante el lunes 22 de diciembre de 1986 surge RBC Televisión y después el sábado 15 de abril de 1989 nace Global Televisión.

El primer asomo de la televisión digital en el Perú, se dio en julio de 2007, cuando Andina de Televisión inició sus transmisiones experimentales de prueba empleando el estándar americano ATSC; esta tecnología se hizo oficial en 2009 cuando el Ministerio de Transportes y Comunicaciones aprobó oficialmente la Televisión Digital Terrestre aunque, luego de varias pruebas de campo, optó por el estándar japonés-brasilero ISDB-T. En la actualidad sólo Lima Metropolitana, Callao, Arequipa, Cusco y Chiclayo gozan del servicio de TDT y aún los contenidos en Alta Definición son parciales.

2.2.5. CANALES DE TELEVISIÓN.

- **CANALES PÚBLICOS.** Son canales administrados por el gobierno peruano. Una estación de televisión pública es TV Perú.
- **CANALES PRIVADOS.** Son canales que pueden ser vistos en casi todo el país por señal abierta. Entre las estaciones privadas destaca:
 - ✓ Frecuencia Latina
 - ✓ América Televisión
 - ✓ Panamericana Televisión
 - ✓ ATV
 - ✓ Global TV

- **CANAL TV PERÚ.**

TV Perú es la cadena televisiva pública del Perú, Sus estudios se encuentran en la zona de Santa Beatriz en la ciudad de Lima, la cual a su vez es la sede central de la cadena. Es además la de mayor cobertura y la más antigua, con emisiones desde 1958. Desde 2010, inició oficialmente sus transmisiones en TDT siendo el primer canal peruano en usar oficialmente esta tecnología.

Esta institución forma parte del Instituto Nacional de Radio y Televisión (IRTP) que lo agrupa con Radio Nacional del Perú y Radio La Crónica AM, todos propiedad del Estado peruano.

Desde el año 2009, a raíz de un cambio de administración se decidió dejar de emitir publicidad, convirtiéndose así en una de las pocas

televisoras públicas en el mundo en las cuales no se emiten comerciales.

- **CANAL FRECUENCIA LATINA.**

Frecuencia Latina es una cadena de televisión peruana de señal abierta que transmite desde 1983 (entonces denominada Frecuencia 2). Frecuencia 2 nació como un canal moderno, innovador, tratando de brindar la mejor programación de enlatados extranjeros, pero con una casi nula producción nacional, ya que no contaba con la infraestructura en cuanto a estudios.

- **CANAL AMÉRICA TELEVISIÓN.**

Canal 4 es una cadena de televisión peruana, afiliada a Televisa de México, que transmite su señal desde 1958. El canal pertenece al grupo Plural TV, formado por los diarios El Comercio con 70% y La República con 30%. Es el segundo canal más antiguo del país, el primero en realizar transmisiones comerciales regulares y el más visto (según IBOPE) de la televisión peruana.

América Televisión es uno de los canales más vistos de la televisión peruana. En el aire desde 1958, con más de 50 años sin interrupciones, fue competencia directa durante las décadas de los 60s y 70s para Panamericana Televisión, cuando dicho canal era el más sintonizado; igualmente en los 80's cuando aparecieron ATV y Frecuencia Latina.

- **CANAL PANAMERICANA TELEVISIÓN.**

Es una de las principales cadenas privadas de televisión en el Perú. Inició sus transmisiones en el año 1959. Durante más de 40 años fue considerada como la televisora líder de dicho país. En 1969 se inicia la era de las transmisiones vía satélite en Perú, con la cobertura del viaje del hombre a la Luna en la misión del Apolo XI, a cargo de Panamericana, que incluso instaló pantallas gigantes en el frontis de su local.

- **CANAL ANDINA DE TELEVISIÓN (ATV).**

Es una cadena de televisión peruana con transmisiones regulares desde 1983 y es operada por Andina de Radiodifusión S.A.C.

Los orígenes del Canal 9 de Lima se remontan al 28 de mayo de 1954, cuando Alfonso Pereyra realizó la primera prueba de televisión en el Hotel Bolívar de esa ciudad a través del canal 3. Poco después Pereyra se asocia con la familia Miro-Quesada del diario El Comercio para formar una nueva televisora. Así, el 2 de agosto de 1959, el Canal 9 de la Empresa de Producciones Radiales y Televisión comenzó sus transmisiones. El 20 de marzo de 1960 dejó de transmitir debido a la bancarrota de la empresa que operaba el canal. Entonces, Radio América, adquiere el canal para relanzarlo a principios de abril de 1962 como un anexo de su televisora el canal 4. Sin embargo, a fines de 1971, el gerente del canal Nicanor González, decide suspender las transmisiones indefinidamente para evitar una amenaza de expropiación por parte del gobierno militar, lo que

finalmente sucedió marcando el final del antiguo canal 9 de la capital peruana. Su local y equipos fueron entregados al Canal 7 y pocos años después se comienza a utilizar la frecuencia 9 como repetidora de la cadena estatal en Lima.

- **CANAL GLOBAL TELEVISIÓN.**

También conocida como Global TV es una cadena televisiva que transmite para todo el Perú. Fue fundada en 1986 y es una de las seis cadenas que tienen alcance nacional.

En sus inicios se llamó Stereo 33 Televisión y fue operada por Empresa Radiodifusora 1160 S.A. Posteriormente en 1989 fue refundada como el canal 13 y pasó a propiedad del empresario Vittorio de Ferrari, luego pasó a manos del broadcaster peruano Genaro Delgado Parker.

En 1996 Julio Vera Abad y otros empresarios reclamaron los derechos sobre la televisora, lo que llevó a una serie de litigios judiciales que se prolongaron por más de 10 años.

Actualmente está en manos de CORPECON, empresa administradora controlada por el broadcaster mexicano Remigio Ángel González que representa a los proveedores a quienes el canal les debía por concepto de compra de material televisivo y quién además adquirió mediante el Grupo ATV, el paquete de las acciones que le pertenecieron a Genaro Delgado Parker.

2.2.6. LO POSITIVO Y LO NEGATIVO DE LA TELEVISIÓN.

No cabe duda que los llamados "medios de comunicación": radio, prensa escrita, televisión, Internet y video juegos, han adquirido en la actualidad una penetración en la sociedad a la que nadie escapa.

La cultura de una persona dependía mucho de los libros que leía, ahora con los cambios que estamos viviendo, va a dependerán gran parte, de lo que vea y oiga en estos medios; de ahí la inmensa responsabilidad que existe de saber elegir adecuadamente los tiempos y los programas que se oirán y verán.

Lo positivo:

Puede ser una magnífica compañía para ancianos, enfermos, adultos, entretenimiento para adolescentes y una "dudosa nana" para los niños.

Sin la televisión, sería imposible para muchos conocer en toda su extensión y detalle las grandes obras arqueológicas y arquitectónicas, del arte de todo el mundo, por ejemplo, las pirámides de Egipto, el Coliseo Romano, las Ruinas de Grecia o las ciudades Incas de los Andes Peruanos, por mencionar sólo algunas.

Por medio de la televisión podemos "entrar" a los museos más importantes del mundo, París, Londres, Washington, El Cairo, etc.

La riqueza de las imágenes, la forma como capta la atención nos lleva a olvidar el cansancio producido por el trabajo o el estudio y dejamos de lado, al menos por un tiempo, las preocupaciones.

La Televisión nos permite conocer cosas que, de no ser por ella, nos sería casi imposible observar: la erupción de un volcán, el interior de una

nave espacial, la superficie de planetas lejanos, etc. Además, nos muestra imágenes que el ojo humano no puede ver, con claridad y detalle.

Por su variada programación, drama, documental, deportivo, musical, noticioso, humorístico, etc., Podemos acceder a conocimientos científicos, culturales, históricos, que la televisión divulga en una forma fácil de comprender.

Contribuye a ampliar la visión del mundo y, por tanto, enriquece la experiencia, ayuda a tener una mente más abierta y a fortalecer las relaciones con los demás.

La televisión es una nueva pedagogía muy rica en posibilidades, que hace más grata, rápida y sencilla la tarea de aprender, y puede llegar a ser, una especie de escuela masiva y popular.

Lo negativo:

La Televisión tiene también efectos negativos cuando se usa en el hogar sin criterio y orientación. Fomenta la pasividad en niños, jóvenes y adultos. Pasarse horas y horas ante el televisor supone recibir una andanada de mensajes e imágenes sin actividad o reacción alguna.

Según la firma encuestadora Nielsen, a los 17 años, un joven puede haber visto en un mes, 1,800 asesinatos; 144 homicidios, 11 intentos de asesinato, 13 secuestros, 7 torturas y 4 linchamientos. Y en sólo dos noches, el público puede ver los 54 actos violentos que se encuentran en la obra completa de Shakespeare. Un adulto de 65 años puede haber pasado 9 años de su vida frente al televisor.

Como consecuencia la televisión crea indiferencia ante problemas reales; los deberes y obligaciones se vuelven problemáticos; porque no se atiende a ellos, normalmente se retrasan, se olvidan, hay pereza para moverse del sitio de la televisión. Quita el tiempo a todos los miembros de la familia para el diálogo, el rendimiento escolar, la lectura, el deporte, amistades, etc.

La televisión es la máxima cátedra en donde millones y millones de alumnos absorben ávida y pasivamente, sin ninguna actitud crítica lecciones de crímenes, violencia, egoísmo, sensualidad; materialismo, etc.

2.2.7. TELEVISIÓN EDUCATIVA.

La televisión educativa hace referencia a toda emisión de programas por televisión dirigidos específicamente a potenciar la información, con objeto de mejorar el estándar cultural de la población, y optimizar los niveles educativos de determinados colectivos (escolares, o profesionales). Su eje sustancial es la referencia educativa.

En primer lugar contemplamos la televisión como un medio de comunicación de masas que ejerce una gran influencia en la sociedad. Independientemente de los objetivos que se plantee la programación, desde un punto de vista global podemos afirmar que la televisión educa, forma, influye en la cultura social de las audiencias, en las actitudes, en los valores, en los comportamientos, en el pensamiento, en la ideología, etc. Y no estamos hablando sólo de programas informativos, debates o entrevistas, centrados en la temática de la diversidad o las necesidades

especiales, sino cualquier programa, incluso anuncios de pocos segundos. Su impacto puede ser más efectivo que muchas horas de oratoria poco convincente. Así se afirma toda la televisión educativa, debates, películas, series, informativos, campañas publicitarias.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.

❖ VALOR:

Valor es aquello que las personas apreciamos con una actitud especial hacia alguien o algo. Es la cualidad propia que poseen las cosas, objetos, las obras o acciones de las personas.

El hombre valora y actúa no de una manera independiente, sino como miembro de una sociedad determinada (ser social), es aquí donde asume su posición valorativa y práctica, sin desconocer, por tanto, la independencia relativa del individuo frente a la sociedad.

El concepto de valores incluye componentes que vinculan la conciencia y el ser, la actividad humana personal y social y sus particularidades inherentes que determinan la valoración práctica ante la realidad objetiva.

❖ VALORACIÓN:

Valoración es un hecho intelectual a diferencia de valor, que puede ser positivo o negativo. Según nuestra opinión, cuando los valores no ejercen influencia sobre el progreso social lo debemos denominar seudovalores.

Valorar es un acto de alabar; así mismo apreciar o tasar. Así que valorar es evaluar. La valoración es un hecho intelectual resultado de nuestra actitud valorativa hacia ese objeto o cosa, como útil, agradable, bueno, hermoso, etc.

La valoración, por consiguiente, depende de las propiedades del objeto valorado, a diferencia del valor que, como ya se dijo, solo tiene un signo positivo (no puede haber valores negativos), la valoración puede ser positivo o negativo.

❖ **TELEVISIÓN:**

Conocido hoy en día como uno de los medios de comunicación más populares y de mayor audiencia a nivel mundial, la TV o televisión es un sistema comunicativo que se basa en el envío y recepción de imágenes y sonido a través de diferentes soportes como la radio, el cable o el satélite, entre otros. Para que se realice adecuadamente, se debe contar con un aparato también conocido como TV que es el encargado de decodificar la señal para transformarla en un mensaje accesible al público.

❖ **CANAL DE TELEVISIÓN:**

Se habla de canales para hacer referencia especialmente a las estaciones de televisión a través de las cuales las empresas de difusión y comunicación pueden enviar sus productos. Estos productos son recibidos de manera privada a través de los televisores y disfrutados en diverso tipo de espacios, situaciones y momentos. Las estaciones de

televisión reciben el nombre de canales porque son frecuencias por las cuales viaja la información (de manera radial, satelital o radial) en el espacio.

❖ **PROGRAMA DE TELEVISIÓN:**

Es un conjunto de emisiones periódicas, agrupadas bajo un título o cabecera común, en las que, a modo de bloque, se incluye la mayor parte de los contenidos audiovisuales que se ofrecen por televisión. En el ámbito profesional televisivo, no son considerados programas los bloques de contenidos dedicados a las autopromociones, a la continuidad y a la publicidad convencional.

Según este uso, se denomina programa a cada bloque de contenidos que se ofrece por televisión, independientemente de que se trate de una producción unitaria o periódica. Una película de cine difundida por televisión sería un programa, del mismo modo que un episodio o capítulo de una serie. El programa se entendería así como la unidad utilizada en la programación televisiva.

❖ **GÉNERO:**

El término género hace referencia a las expectativas de índole cultural respecto de los roles y comportamientos de hombres y mujeres. El término distingue los aspectos atribuidos a hombres y mujeres desde un punto de vista social de los determinados biológicamente. A diferencia del sexo biológico, los roles de género y los comportamientos y relaciones entre hombres y mujeres.

Si bien el término género está directamente relacionado con la biología y la identidad sexual de los seres vivos, hoy en día es mayormente utilizado para hacer referencia a las diferencias sociológicas que se establecen en los individuos de una sociedad de acuerdo al género que pertenecen. Este término es por lo tanto de gran complejidad ya que importa tanto a las ciencias naturales como a las sociales (desde las cuales se puede estudiar la evolución de la noción de género a través del tiempo, las pautas de comportamiento sociológicas, etc. El género es el conjunto de ideas que cada cultura ha construido acerca de las diferencias sexuales. Los sentimientos y formas de comportamiento que se atribuyen a los hombres o las mujeres, lo que se espera de cada uno o una segunda diferencia sexual, lo que hagamos en nuestra vida familiar, trabajo, con los amigos, las amigas o con la pareja. Son ideas construidas y transmitidas por cada cultura, enseñadas, fundamentalmente por la familia, la escuela y los medios de comunicación como la televisión, revistas, la radio los libros. Es a través de ellos y los valores que estos representen como se define y reproduce lo que es "masculino" o "femenino", lo que es de los hombres y las mujeres.

CAPITULO III

HIPÓTESIS, VARIABLES E INDICADORES

3.1. HIPÓTESIS.

3.1.1. HIPÓTESIS NULA H_0

La valoración de los programas televisivos no es significativa en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014

3.1.2. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN H_1

La valoración de los programas televisivos es significativa en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014

3.2. VARIABLES E INDICADORES.

Variable Independiente = Género.

Variable Dependiente = Valoración de los programas televisivos.

3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>V.I.</p> <p>GÉNERO</p> <p>Es la condición humana de ser varón o mujer.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Varón • Mujer
<p>V.D.</p> <p>VALORACIÓN DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS</p> <p>Nivel de aceptación, satisfacción y sintonización que tienen los usuarios sobre los programas que presenta la televisión.</p>	Programas culturales/educativos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo
	Programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo
	Programas deportivos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo
	Programas de entretenimiento (humorísticos)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo
	Programas infantiles	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo
	Programación de películas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo
	Programación de novelas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto ➤ Medio ➤ Bajo

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. TIPO Y NIVEL.

a) Tipo:

La investigación que se desarrolló es de tipo **básica**, porque el aporte nos permitirá tener más claridad respecto al comportamiento de las variables.

b) Nivel:

Esta investigación fue de nivel **descriptivo explicativo** ya que se medió y determinó la influencia o relación entre dos variables, en este caso una variable independiente y una variable dependiente, y a la vez vamos a explicar el comportamiento de las variables.

4.2. DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN.

El diseño utilizado en la presente investigación fue el Ex – Post – Facto, dado a que las variables fueron evaluadas ya actuaron en la realidad, esto es respecto a la valoración de los programas televisivos en los estudiante de Facultad Ciencias de Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género.

El esquema del diseño descrito es el siguiente:

O1..... O2

Donde:

O1 = Información obtenida VI

O2 = Información explicada VD

4.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.

4.3.1. POBLACIÓN:

Nuestra población estuvo constituida por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, matriculados en el año 2014, comprendió las ocho especialidades distribuidas en las Escuelas Académica Profesional de Educación Básica y Educación Secundaria que en total suman 980 estudiantes.

CUADRO 01

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN HUÁNUCO, 2014

FAC. CS. DE LA EDUCACIÓN	CARRERAS	ESTUDIANTES												
		1°		2°		3°		4°		5°		SUB TOTAL DE VARONES	SUB TOTAL DE MULIERES	TOTAL
		V	M	V	M	V	M	V	M	V	M			
EDUCACION SECUNDARIA	Filosofía, Psicología y Ciencias Sociales	8	8	5	10	5	10	2	3	2	4	22	35	57
	Ciencias Histórico Sociales y Geográficas	9	9	12	6	12	8	7	2	4	4	44	29	73
	Matemática y Física	20	1	22	8	21	12	7	5	13	3	83	29	112
	Lengua y Literatura	13	12	22	19	11	18	8	12	4	10	58	71	129
	Biología y Química	11	6	10	9	2	6	0	5	3	0	26	26	52
EDUCACION BASICA	Educación Inicial	1	37	0	42	0	46	1	38	0	7	2	170	172
	Educación Primaria	11	31	10	35	24	71	20	60	7	30	72	227	299
	Educación Física	10	3	14	1	26	8	7	5	6	6	63	23	86
TOTAL		83	107	95	130	101	179	52	130	39	64	370	610	980

Fuente: Unidad de estadística de la UNHEVAL.

4.3.2. MUESTRA:

Para la determinación de la muestra, procedimos con la técnica no probabilística – intencionada, de este modo nuestra muestra estuvo constituida por los estudiantes del quinto y séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán distribuidas en las ocho especialidades y que asisten regularmente en el presente año que en total sumaron 314 estudiantes.

4.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

a) FICHAS DE INVESTIGACIÓN:

La ficha de transcripción, las de resumen, de opinión, así como también los datos bibliográficos permitieron registrar los datos teóricos para darle consistencia, cuerpo y base al problema de estudio.

b) CUESTIONARIO:

El cuestionario permitió poder registrar los datos que nos brindaron los estudiantes que fueron parte de la muestra con respecto a las dos variables que estuvieron presentes en nuestra investigación

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO Y ANÁLISIS DE DATOS.

Tabla 01. Género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Género	Frecuencia	%
Masculino	88	28,0
Femenino	226	72,0
Total	314	100,0

Fuente: Cuestionario

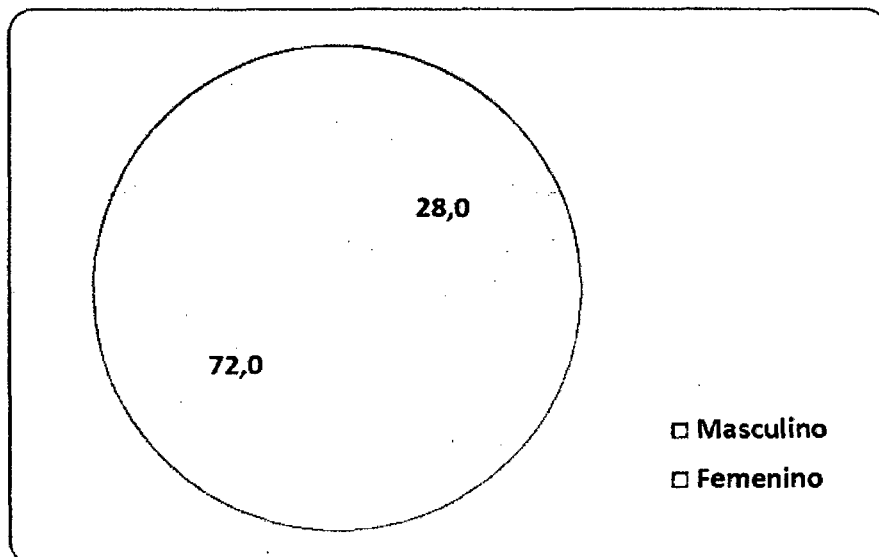


Gráfico 01. Porcentaje de estudiantes según género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Respecto al género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación en estudio, se encontró que la mayoría del 72,0% (226 estudiantes) fueron del sexo femenino y los otros del 28,0% (88 estudiantes) fueron del sexo masculino.

Tabla 02. Nivel de valoración de programas televisivos de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Valoración de programas televisivos	Alta		Media		Baja	
	N°	%	N°	%	N°	%
Satisfacción con Programación de TV en general	19	6,1	90	28,7	205	65,3
Satisfacción con Programación Peruana	38	12,1	104	33,1	172	54,8
Satisfacción con Programas Culturales/Educativos	116	36,9	113	36,0	85	27,1
Satisfacción con Programas Informativos	94	29,9	140	44,6	80	25,5
Satisfacción con Programas Deportivos	65	20,7	113	36,0	136	43,3
Satisfacción con Programas de Entretenimiento	36	11,5	94	29,9	184	58,6
Satisfacción con Programas Infantiles	53	16,9	128	40,8	133	42,4
Satisfacción con Programación de Películas	43	13,7	97	30,9	174	55,4
Satisfacción con Programación de Novelas	17	5,4	61	19,4	236	75,2

Fuente: Cuestionario.

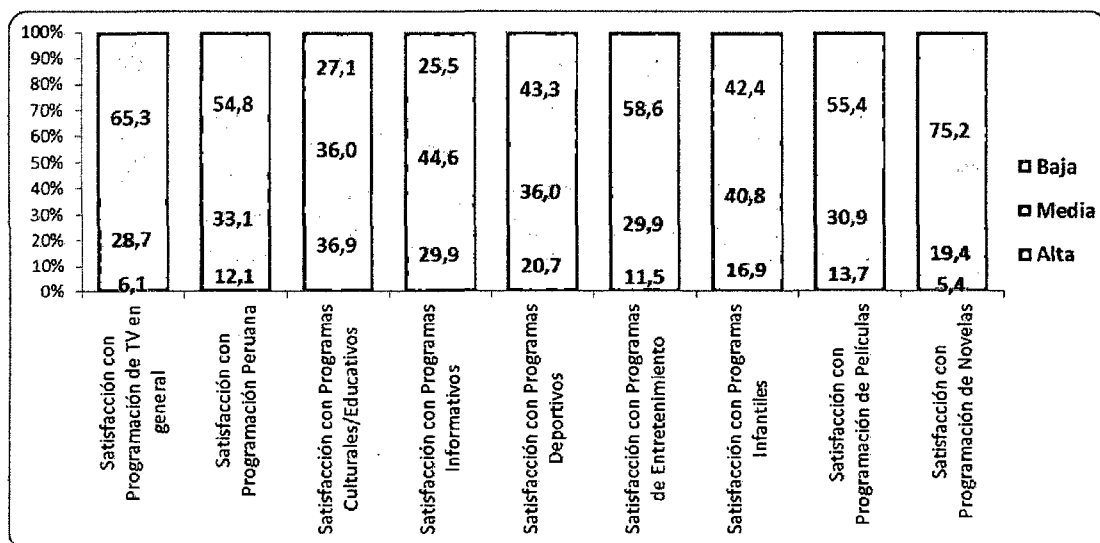


Gráfico 02. Porcentaje de estudiantes según valoración de programas televisivos. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En razón al nivel de valoración de programas televisivos de los estudiantes en estudio, observamos que solamente tuvieron una satisfacción alta del 36,9%

respecto a los programas Culturales/Educativos, el predominio de la satisfacción media fue del 44,6% para programas Informativos y en cambio hubo predominio de satisfacción baja para programación de Novelas (75,2%), programación de TV en general (65,3%), programas de Entretenimiento (58,6%), programación de Películas (55,4%), programación Peruana (54,8%), programas Deportivos (43,3%) y programas Infantiles (42,4%).

Tabla 03. Nivel de sintonización de los programas en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Nivel de sintonización	Alta		Media		Baja	
	N°	%	N°	%	N°	%
Sintonización de Programas Culturales/Educativos	79	25,2	140	44,6	95	30,3
Sintonización de Programas Informativos	81	25,8	162	51,6	71	22,6
Sintonización de Programas Deportivos	64	20,4	107	34,1	143	45,5
Sintonización de Programas de Entretenimiento	39	12,4	127	40,4	148	47,1
Sintonización de Programas Infantiles	36	11,5	117	37,3	161	51,3
Sintonización de Películas en la Televisión	40	12,7	106	33,8	168	53,5
Sintonización de Novelas en la Televisión	28	8,9	66	21,0	220	70,1

Fuente: Cuestionario.

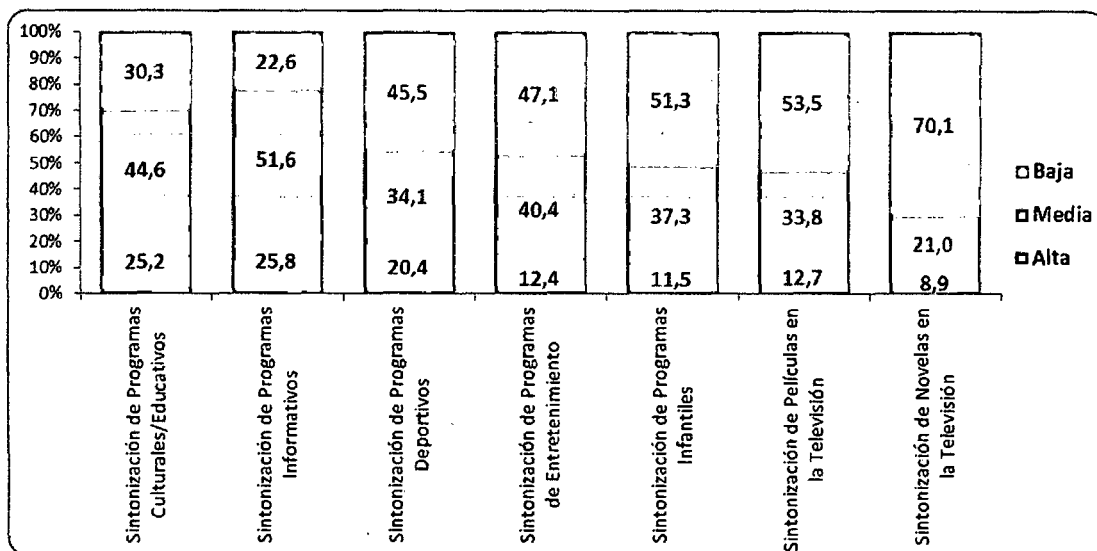


Gráfico 03. Porcentaje de estudiantes según nivel de sintonización de los programas. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Concerniente al nivel de sintonización de los programas en los estudiantes en estudio, se encontró que la mayoría manifestaron sintonización de nivel medio para Programas Informativos (51,6%) y Programas Culturales/Educativos (44,6%) y por otro lado tuvieron nivel de sintonización baja para Novelas en la Televisión (70,1%), Películas en la Televisión (53,5%), Programas Infantiles (51,3%), Programas de Entretenimiento (47,1%) y Programas Deportivos (45,5%).

Tabla 04. Tiempo de sintonización de los programas televisivos en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Tiempo de sintonización	Frecuencia (n=314)	%
Tiempo diario que observa la Televisión		
Menos de 1 hora	58	18,5
1 hora	81	25,8
2 horas	96	30,6
3 horas	57	18,2
Más de 3 horas	22	7,0
Tiempo diario que observa la Televisión con Programación Nacional		
Menos de 1 hora	83	26,4
1 hora	130	41,4
2 horas	69	22,0
3 horas	19	6,1
Más de 3 horas	13	4,1
Tiempo diario que observa la Televisión con Programación Internacional		
Menos de 1 hora	119	37,9
1 hora	76	24,2
2 horas	63	20,1
3 horas	26	8,3
Más de 3 horas	30	9,6

Fuente: Cuestionario.

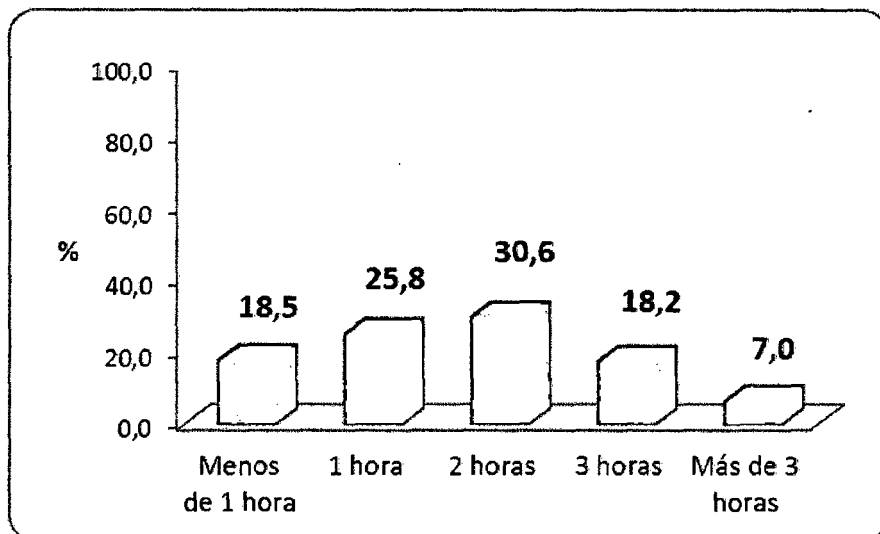


Gráfico 04. Porcentaje de estudiantes según tiempo diario que observa la Televisión. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En relación al tiempo de sintonización de los programas televisivos en los estudiantes, se encontró que el 30,6% (96 estudiantes) dedican de 2 horas de tiempo diario para la televisión, el 41,4% (130 estudiantes) de una hora en forma diaria para Televisión con Programación Nacional y el 37,9% (119 estudiantes) indicaron de menos de una hora en forma diaria para la Televisión con Programación Internacional.

Tabla 05. Otras consideraciones de los programas televisivos en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Otras consideraciones	Frecuencia (n=314)	%
Consideración que la TV es un medio de enseñanza		
Totalmente de acuerdo	37	11,8
De acuerdo	125	39,8
En desacuerdo	111	35,4
Totalmente en desacuerdo	41	13,1
Consideración que la TV amplía la información o cultura		
Totalmente de acuerdo	43	13,7
De acuerdo	132	42,0
En desacuerdo	106	33,8
Totalmente en desacuerdo	33	10,5
Consideración que la TV en los últimos tiempos está desculturizando a la sociedad		
Totalmente de acuerdo	117	37,3
De acuerdo	77	24,5
En desacuerdo	79	25,2
Totalmente en desacuerdo	41	13,1
Motivación para ver Programas de Televisión		
Totalmente de acuerdo	25	8,0
De acuerdo	105	33,4
En desacuerdo	132	42,0
Totalmente en desacuerdo	52	16,6

Fuente: Cuestionario.

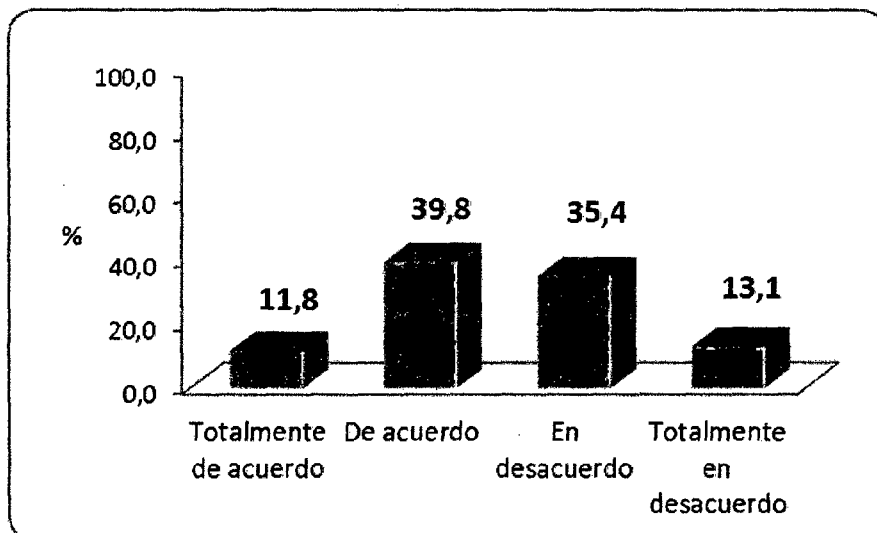


Gráfico 05. Porcentaje de estudiantes según consideración que la TV que es un medio de enseñanza. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En cuanto a las otras consideraciones de los programas televisivos en los estudiantes, se encontró que el 39,8% (125 estudiantes) están de acuerdo que la TV es un medio de enseñanza, asimismo el 42,0% (132 estudiantes) también están de acuerdo que la TV amplía la información o cultura, sin embargo el 37,3% (117 estudiantes) se encuentran totalmente de acuerdo que la TV en los últimos tiempos está desculturizando a la sociedad. Por otro lado, el 42,0% (132 estudiantes) se encuentran en desacuerdo sobre la motivación para ver Programas de Televisión.

Tabla 06. Diez preferencias televisivas de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Preferencia televisiva	Frecuencia	%
Esto es Guerra	116	36,9
América Noticias	92	29,3
Al fondo hay sitio	71	22,6
Corazón indomable	54	17,2
Combate	54	17,2
Reportaje al Perú	43	13,7
Costumbres	35	11,1
Doctor TV	34	10,8
La Rosa de Guadalupe	31	9,9
Cuarto Poder	25	8,0

Fuente: Cuestionario.

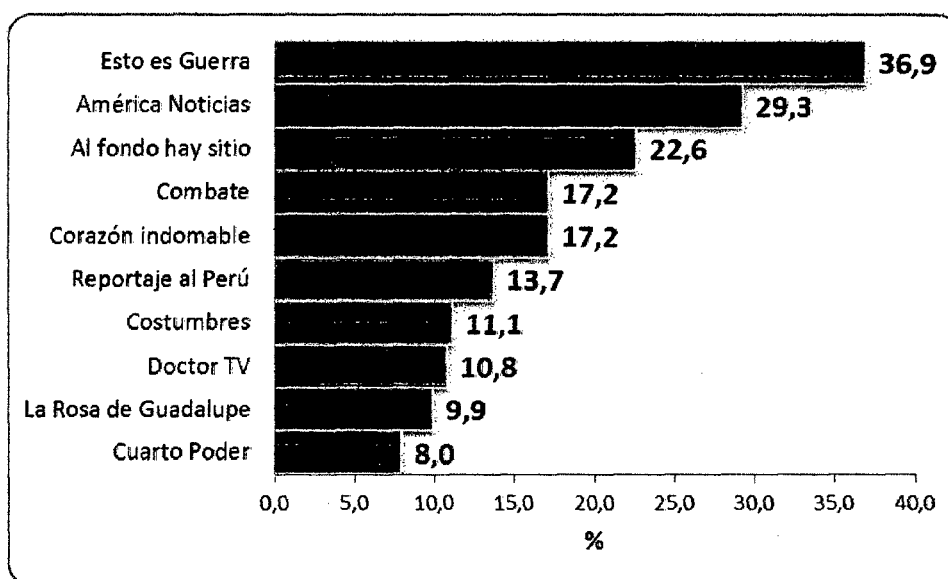


Gráfico 06. Porcentaje de estudiantes según preferencias televisivas. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En razón a las diez preferencias televisivas de los estudiantes en estudio, se encontró que los programas Esto es Guerra, América Noticias y Al fondo hay sitio son los más preferidos con el 36,9%, 29,3% y 22,6%, respectivamente. También prefieren los programas televisivos de Corazón indomable (17,2%),

Combate (17,2%), Reportaje al Perú (13,7%), Costumbres (11,1%), Doctor TV (10,8%), La Rosa de Guadalupe (9,9%) y Cuarto Poder (8,0%).

Tabla 07. Nivel de valoración de programas televisivos según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Valoración de programas televisivos	Masculino		Femenino	
	N°	%	N°	%
Satisfacción con Programación de TV en general				
Alta	6	1,9	13	4,1
Media	20	6,4	70	22,3
Baja	62	19,7	143	45,5
Satisfacción con Programación Peruana				
Alta	11	3,5	27	8,6
Media	20	6,4	84	26,8
Baja	57	18,2	115	36,6
Satisfacción con Programas Culturales/Educativos				
Alta	33	10,5	83	26,4
Media	24	7,6	89	28,3
Baja	31	9,9	54	17,2
Satisfacción con Programas Informativos				
Alta	27	8,6	67	21,3
Media	36	11,5	104	33,1
Baja	25	8,0	55	17,5
Satisfacción con Programas Deportivos				
Alta	32	10,2	33	10,5
Media	28	8,9	85	27,1
Baja	28	8,9	108	34,4
Satisfacción con Programas de Entretenimiento				
Alta	11	3,5	25	8,0
Media	32	10,2	62	19,7
Baja	45	14,3	139	44,3
Satisfacción con Programas Infantiles				
Alta	10	3,2	43	13,7
Media	36	11,5	92	29,3
Baja	42	13,4	91	29,0
Satisfacción con Programación de Películas				
Alta	17	5,4	26	8,3
Media	26	8,3	71	22,6
Baja	45	14,3	129	41,1
Satisfacción con Programación de Novelas				
Alta	4	1,3	13	4,1
Media	10	3,2	51	16,2
Baja	74	23,6	162	51,6

Fuente: Cuestionario.

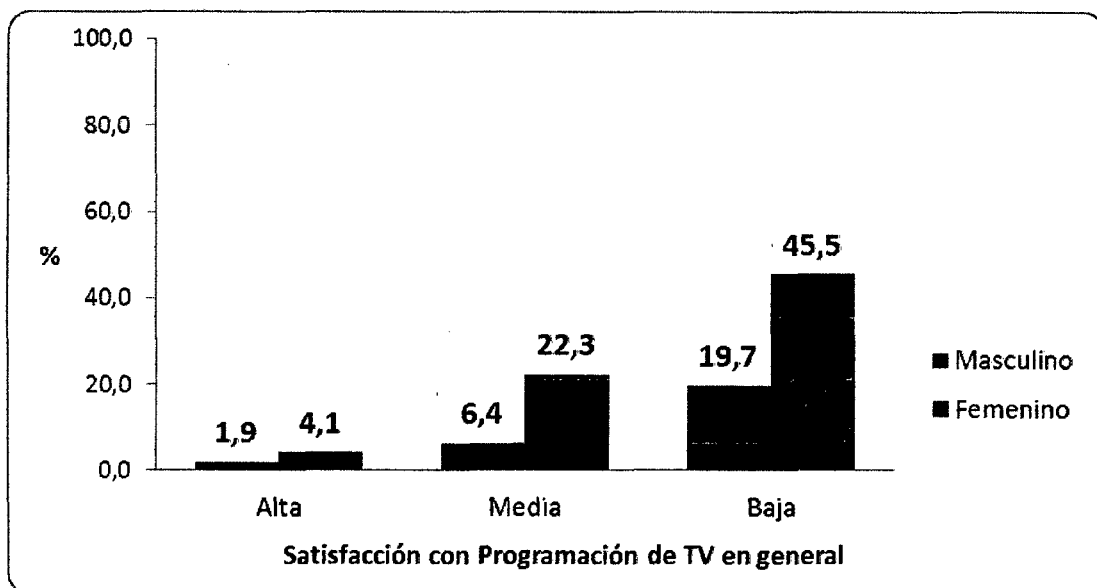


Gráfico 07. Porcentaje de estudiantes según nivel de valoración de programas televisivos y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En cuanto al nivel de valoración de programas televisivos según género de los estudiantes en estudio, observamos que el 45,5% (143 estudiantes) de sexo femenino mostraron satisfacción baja hacia Programación de TV en general, el 36,6% también del sexo femenino tuvieron satisfacción baja con Programación Peruana, el 28,3% fueron del sexo femenino con satisfacción media hacia Programas Culturales/Educativos, el 33,1% también del sexo femenino tuvieron satisfacción media con Programas Informativos y el 34,4%, 44,3%, 29,0% y 41,1% y 51,6% del sexo femenino se encontraban con satisfacción baja hacia los programas Deportivos, de Entretenimiento, Infantiles, de Películas y de Novelas, respectivamente.

Tabla 08. Nivel de sintonización de programas televisivos según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Nivel de sintonización	Masculino		Femenino	
	N°	%	N°	%
Sintonización de Programas Culturales/Educativos				
Alta	34	10,8	45	14,3
Media	30	9,6	110	35,0
Baja	24	7,6	71	22,6
Sintonización de Programas Informativos				
Alta	28	8,9	53	16,9
Media	48	15,3	114	36,3
Baja	12	3,8	59	18,8
Sintonización de Programas Deportivos				
Alta	35	11,1	29	9,2
Media	38	12,1	69	22,0
Baja	15	4,8	128	40,8
Sintonización de Programas de Entretenimiento				
Alta	14	4,5	25	8,0
Media	35	11,1	92	29,3
Baja	39	12,4	109	34,7
Sintonización de Programas Infantiles				
Alta	6	1,9	30	9,6
Media	25	8,0	92	29,3
Baja	57	18,2	104	33,1
Sintonización de Películas en la Televisión				
Alta	10	3,2	30	9,6
Media	30	9,6	76	24,2
Baja	48	15,3	120	38,2
Sintonización de Novelas en la Televisión				
Alta	6	1,9	22	7,0
Media	11	3,5	55	17,5
Baja	71	22,6	149	47,5

Fuente: Cuestionario.

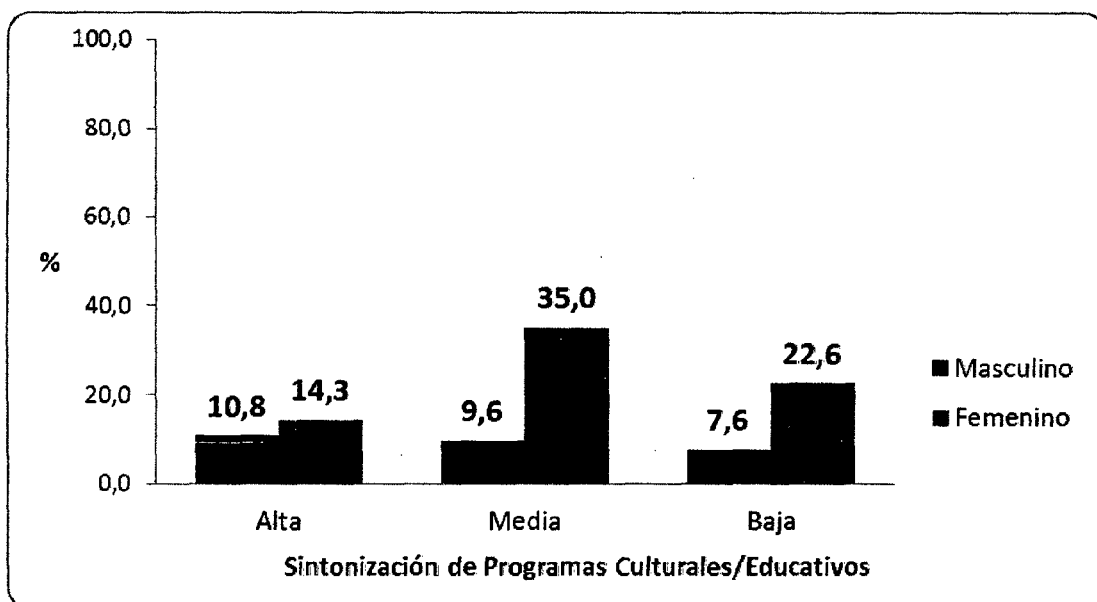


Gráfico 08. Porcentaje de estudiantes según sintonización de Programas Culturales/Educativos y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Con respecto al nivel de sintonización de programas televisivos según género de los estudiantes en estudio, se encontró que la mayoría del 35,0% y 36,3% de estudiantes del sexo femenino manifestaron nivel de sintonización media de los programas Culturales/Educativos e Informativos, respectivamente. Por otro lado, también del sexo femenino hubo predominio del 40,8%, 34,7%, 33,1%, 38,2% y 47,5% de sintonización de nivel baja para los programas Deportivos, de Entretenimiento, Programas Infantiles, de Películas y de Novelas, respectivamente.

Tabla 09. Tiempo de sintonización de programas televisivos según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Tiempo de sintonización	Masculino		Femenino	
	N°	%	N°	%
Tiempo diario que observa la Televisión				
Menos de 1 hora	19	6,1	39	12,4
1 hora	24	7,6	57	18,2
2 horas	22	7,0	74	23,6
3 horas	14	4,5	43	13,7
Más de 3 horas	9	2,9	13	4,1
Tiempo diario que observa la Televisión con Programación Nacional				
Menos de 1 hora	20	6,4	63	20,1
1 hora	40	12,7	90	28,7
2 horas	21	6,7	48	15,3
3 horas	3	1,0	16	5,1
Más de 3 horas	4	1,3	9	2,9
Tiempo diario que observa la Televisión con Programación Internacional				
Menos de 1 hora	27	8,6	92	29,3
1 hora	21	6,7	55	17,5
2 horas	18	5,7	45	14,3
3 horas	9	2,9	17	5,4
Más de 3 horas	13	4,1	17	5,4

Fuente: Cuestionario.

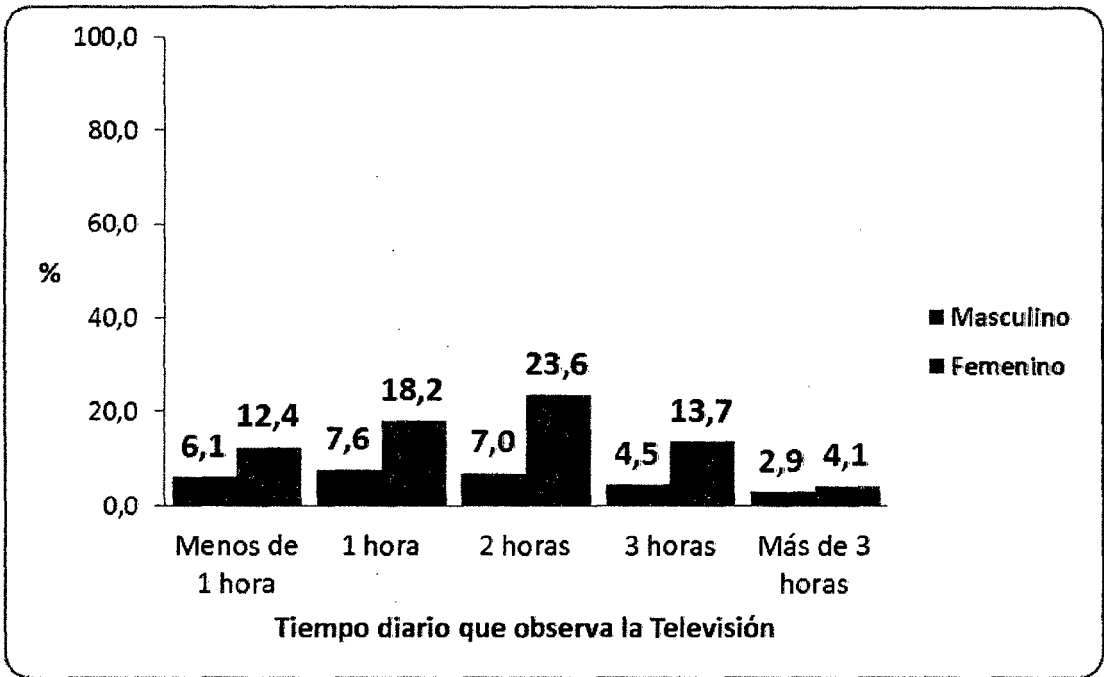


Gráfico 09. Porcentaje de estudiantes según tiempo diario que observa la Televisión y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Respecto al tiempo e sintonización de programas televisivos según género de los estudiantes en estudio, se encontró que predominaron estudiantes del sexo femenino con el 23,6% de 2 horas de tiempo diario para la televisión, el 28,7% de una hora de tiempo diario para la Televisión con Programación Nacional y del 29,3% de menos de una hora de tiempo diario para la Televisión con Programación Internacional.

Tabla 10. Otras consideraciones de programas televisivos según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Otras consideraciones	Masculino		Femenino	
	N°	%	N°	%
Consideración que la TV es un medio de enseñanza				
Totalmente de acuerdo	11	3,5	26	8,3
De acuerdo	39	12,4	86	27,4
En desacuerdo	21	6,7	90	28,7
Totalmente en desacuerdo	17	5,4	24	7,6
Consideración que la TV amplía la información o cultura				
Totalmente de acuerdo	18	5,7	25	8,0
De acuerdo	30	9,6	102	32,5
En desacuerdo	26	8,3	80	25,5
Totalmente en desacuerdo	14	4,5	19	6,1
Consideración que la TV en los últimos tiempos está desculturizando a la sociedad				
Totalmente de acuerdo	31	9,9	86	27,4
De acuerdo	26	8,3	51	16,2
En desacuerdo	16	5,1	63	20,1
Totalmente en desacuerdo	15	4,8	26	8,3
Motivación para ver Programas de Televisión				
Totalmente de acuerdo	14	4,5	11	3,5
De acuerdo	27	8,6	78	24,8
En desacuerdo	31	9,9	101	32,2
Totalmente en desacuerdo	16	5,1	36	11,5

Fuente: Cuestionario.

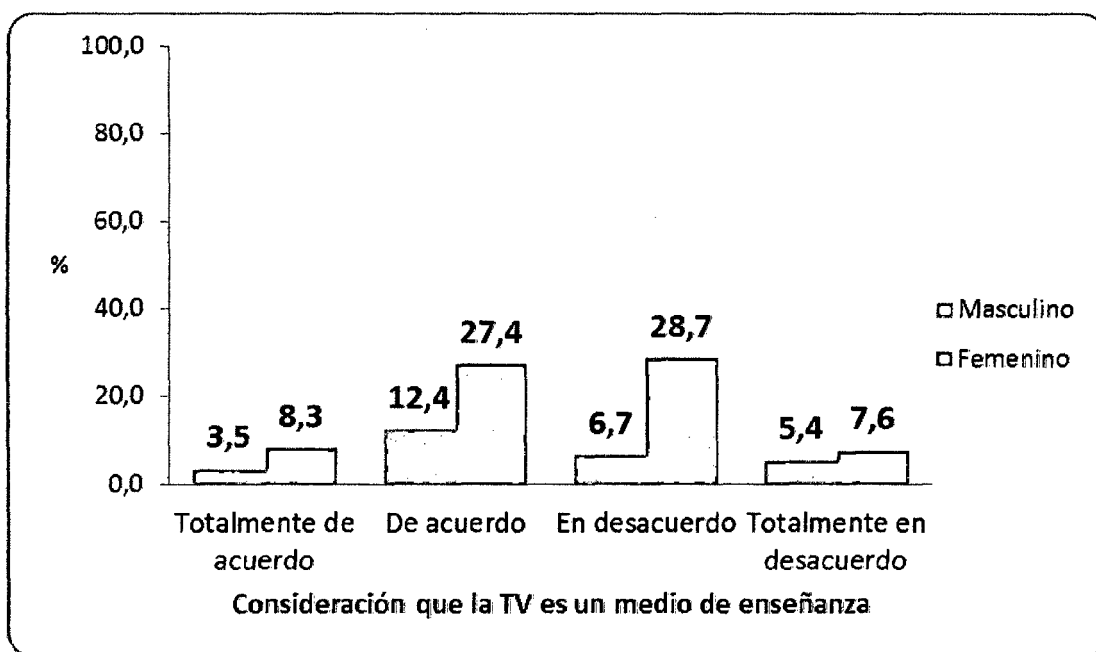


Gráfico 10. Porcentaje de estudiantes según consideración que la TV es un medio de enseñanza y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En relación a las otras consideraciones de programas televisivos según género de los estudiantes en estudio, se encontró también predominio de estudiantes del sexo femenino con el 28,7% de estar en desacuerdo que la TV es un medio de enseñanza, el 32,5% se encuentra de acuerdo con que la TV amplía la información o cultura, el 27,4% está totalmente de acuerdo con que la TV en los últimos tiempos está desculturizando a la sociedad y el 32,2% se encuentran en desacuerdo con la motivación para ver Programas de Televisión.

Tabla 11. Diez preferencias televisivas según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Preferencia televisiva	Masculino		Femenino	
	N°	%	N°	%
Esto es Guerra	23	7,3	93	29,6
América Noticias	25	8,0	67	21,3
Al fondo hay sitio	19	6,1	52	16,6
Corazón indomable	4	1,3	50	15,9
Combate	10	3,2	44	14,0
Reportaje al Perú	11	3,5	32	10,2
Costumbres	12	3,8	23	7,3
Doctor TV	6	1,9	28	8,9
La Rosa de Guadalupe	2	0,6	29	9,2
Cuarto Poder	12	3,8	13	4,1

Fuente: Cuestionario.

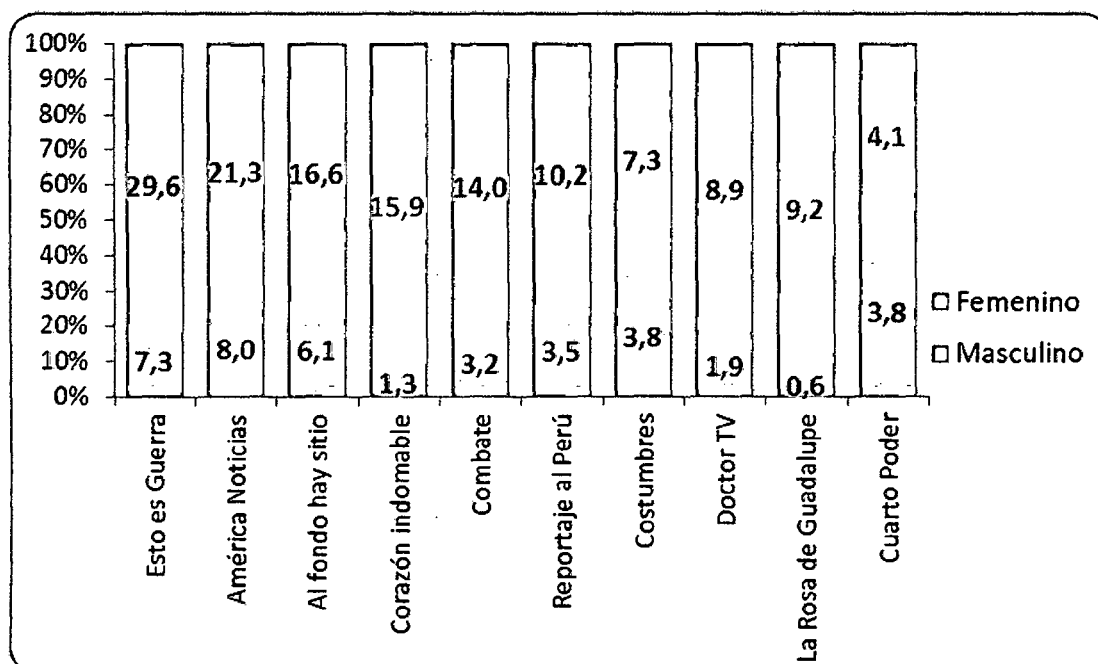


Gráfico 11. Porcentaje de estudiantes según preferencias televisivas y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En cuanto a las diez preferencias televisivas según género de los estudiantes en estudio, se encontró predominio de preferencia del programa Esto es Guerra del sexo femenino con el 29,6% y con el 8,0% del sexo masculino prefirió

América Noticias. Además en orden de preferencias respecto al sexo femenino tenemos a los programas América Noticias (21,3%), Al fondo hay sitio (16,6%), Corazón indomable (15,9%), Combate (14,0%), Reportaje al Perú (10,2%), La Rosa de Guadalupe (9,2%), Doctor TV (8,9%), Costumbres (7,3%) y Cuarto Poder (4,1%). Y, en cuanto al sexo masculino prefieren los programas Esto es Guerra (7,3%), Al fondo hay sitio (6,1%), Costumbres (3,8%), Cuarto Poder (3,8%), Reportaje al Perú (3,5%), Combate (3,2%), Doctor TV (1,9%), Corazón indomable (1,3%) y La Rosa de Guadalupe (0,6%).

5.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Tabla 12. Comparación de satisfacción con Programación de TV en general según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programación de TV en general	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	6	6,8	13	5,8	19	6,1	2,12	0,346
Media	20	22,7	70	31,0	90	28,7		
Baja	62	70,5	143	63,3	205	65,3		
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

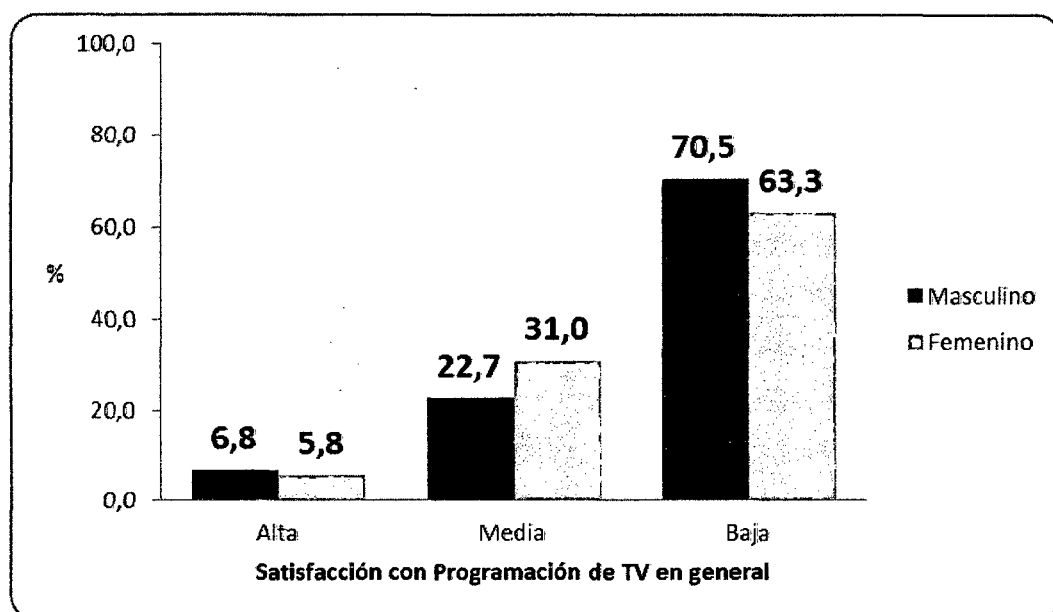


Gráfico 12. Porcentaje de estudiantes según satisfacción con Programación de TV en general y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En cuanto a la comparación de satisfacción con Programación de TV en general según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 70,5% de los varones y del 63,3% de las mujeres manifestaron satisfacción baja con la programación de TV en general. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,346$, que indica que estas frecuencias no son diferentes, es decir no se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programación de TV en general.

Tabla 13. Comparación de satisfacción con Programación Peruana según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programación Peruana	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	11	12,5	27	11,9	38	12,1	6,23	0,044
Media	20	22,7	84	37,2	104	33,1		
Baja	57	64,8	115	50,9	172	54,8		
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

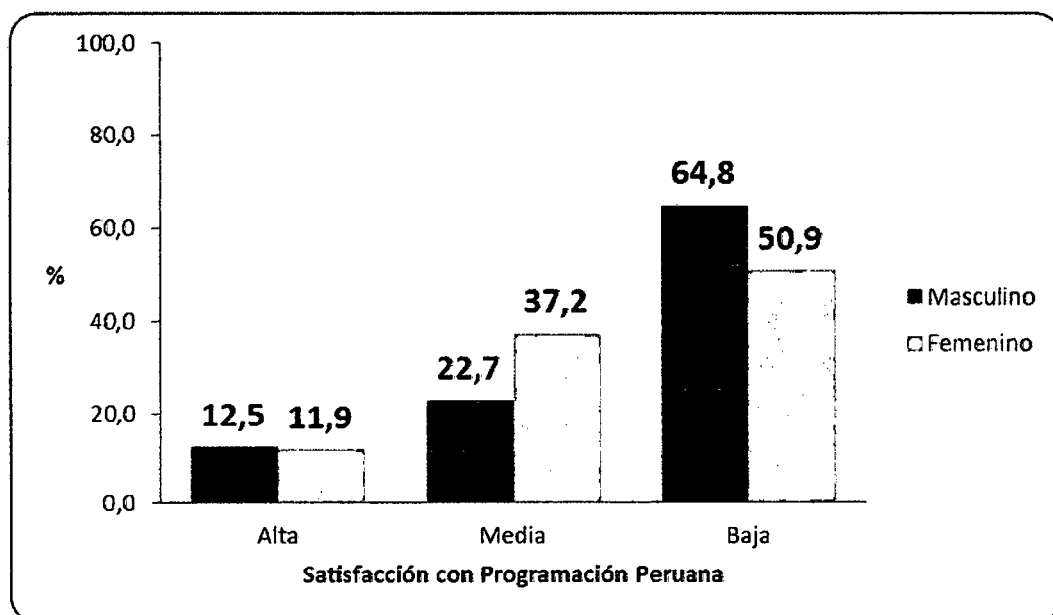


Gráfico 13. Porcentaje de estudiantes según satisfacción con Programación Peruana y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Con respecto a la comparación de satisfacción con Programación Peruana según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 64,8% de los varones y del 50,9% de las mujeres manifestaron satisfacción baja con Programación Peruana. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,044$, que indica que estas frecuencias son diferentes, es decir se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programación Peruana.

Tabla 14. Comparación de satisfacción con Programas Culturales/Educativos según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programas Culturales/Educativos	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	33	37,5	83	36,7	116	36,9	5,60	0,061
Media	24	27,3	89	39,4	113	36,0		
Baja	31	35,2	54	23,9	85	27,1		
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

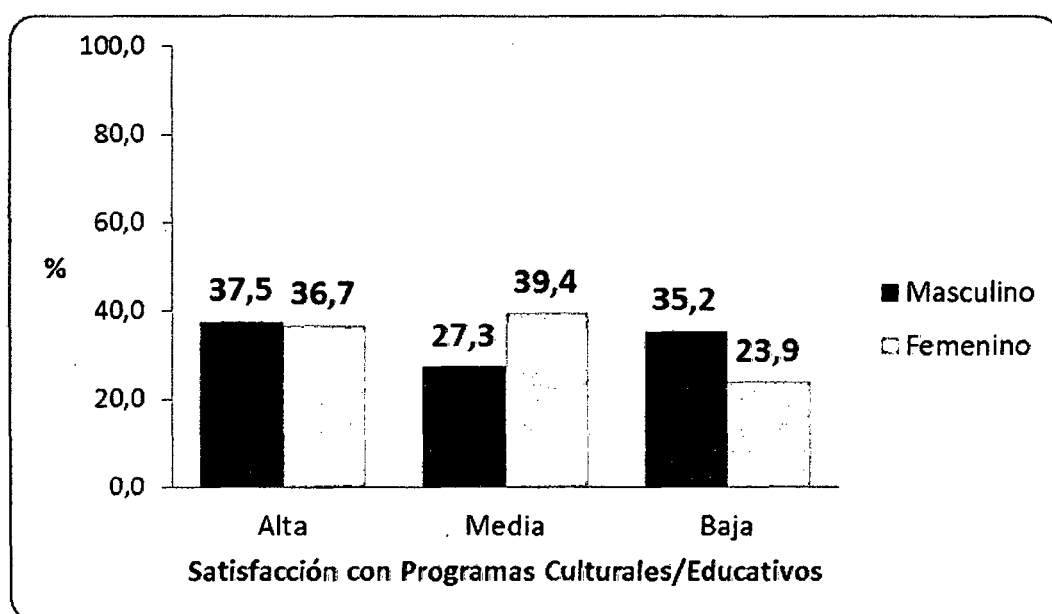


Gráfico 14. Porcentaje de estudiantes según Satisfacción con Programas Culturales/Educativos y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Respecto a la comparación de satisfacción con Programas Culturales/Educativos según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 37,5% de los varones y del 36,7% de las mujeres manifestaron satisfacción alta con Programas Culturales/Educativos. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,061$, que indica que estas frecuencias no son diferentes, es decir no se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programación de TV en general.

Tabla 15. Comparación de satisfacción con Programas Informativos según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programas Informativos	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	27	30,7	67	29,6	94	29,9	0,81	0,668
Media	36	40,9	104	46,0	140	44,6		
Baja	25	28,4	55	24,3	80	25,5		
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

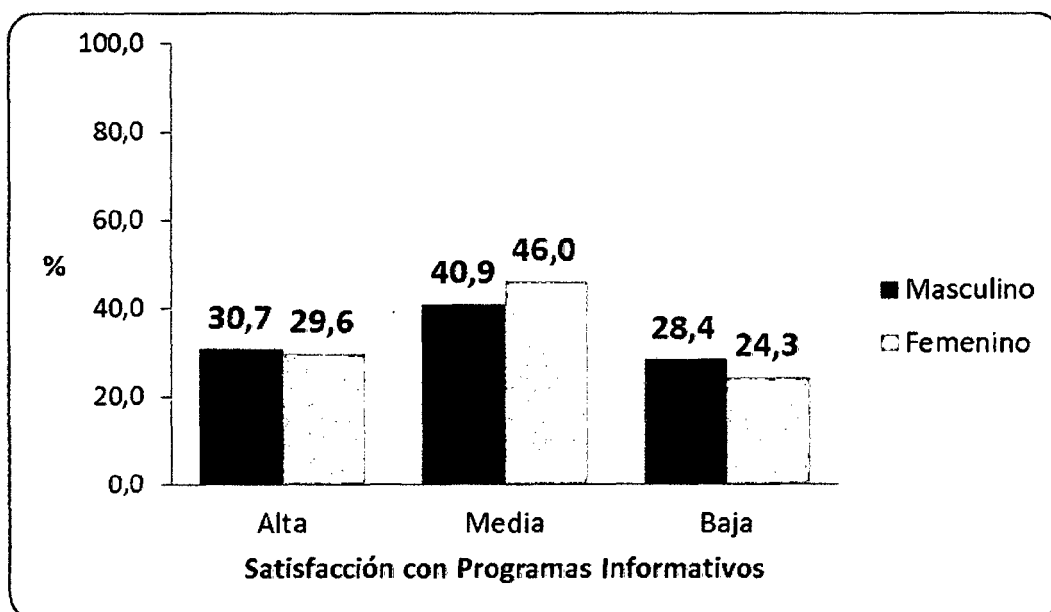


Gráfico 15. Porcentaje de estudiantes según satisfacción con Programas Informativos y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En relación a la comparación de satisfacción con Programas Informativos según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 40,9% de los varones y del 46,0% de las mujeres manifestaron satisfacción media con Programas Informativos. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,668$, que indica que estas frecuencias no son diferentes, es decir no se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programas Informativos.

Tabla 16. Comparación de satisfacción con Programas Deportivos según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programas Deportivos	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	32	36,4	33	14,6	65	20,7		
Media	28	31,8	85	37,6	113	36,0		
Baja	28	31,8	108	47,8	136	43,3	18,81	0,000
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

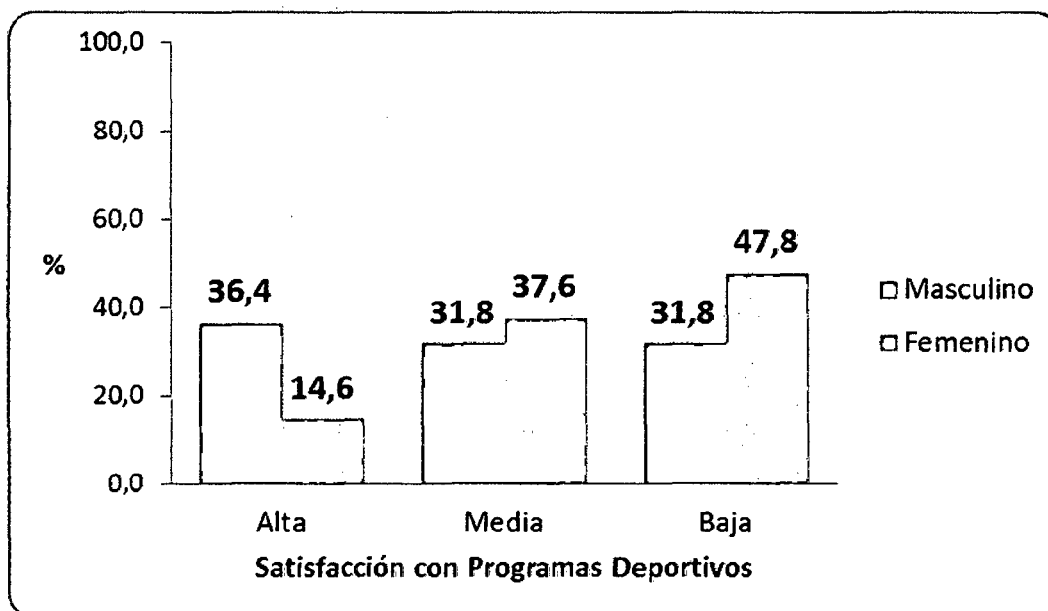


Gráfico 16. Porcentaje de estudiantes según Satisfacción con Programas Deportivos y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Respecto a la comparación de satisfacción con Programas Deportivos según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 31,8% de los varones y del 47,8% de las mujeres manifestaron satisfacción baja con Programas Deportivos. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,000$, que indica que estas frecuencias son diferentes, es decir se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programas Deportivos.

Tabla 17. Comparación de satisfacción con Programas de Entretenimiento según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programas de Entretenimiento	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	11	12,5	25	11,1	36	11,5	2,96	0,227
Media	32	36,4	62	27,4	94	29,9		
Baja	45	51,1	139	61,5	184	58,6		
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

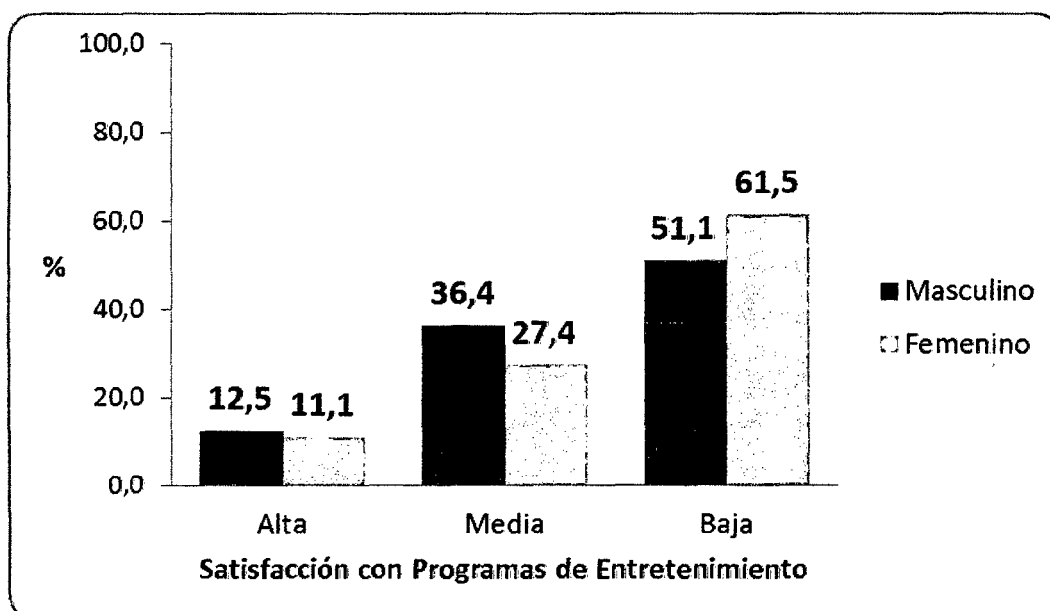


Gráfico 17. Porcentaje de estudiantes según Satisfacción con Programas de Entretenimiento y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

En cuanto a la comparación de satisfacción con Programas de Entretenimiento según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 51,1% de los varones y del 61,5% de las mujeres manifestaron satisfacción baja con Programas de Entretenimiento. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,227$, que indica que estas frecuencias no son diferentes; es decir no se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programas de Entretenimiento.

Tabla 18. Comparación de satisfacción con Programas Infantiles según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programas Infantiles	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	10	11,4	43	19,0	53	16,9	3,04	0,219
Media	36	40,9	92	40,7	128	40,8		
Baja	42	47,7	91	40,3	133	42,4		
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

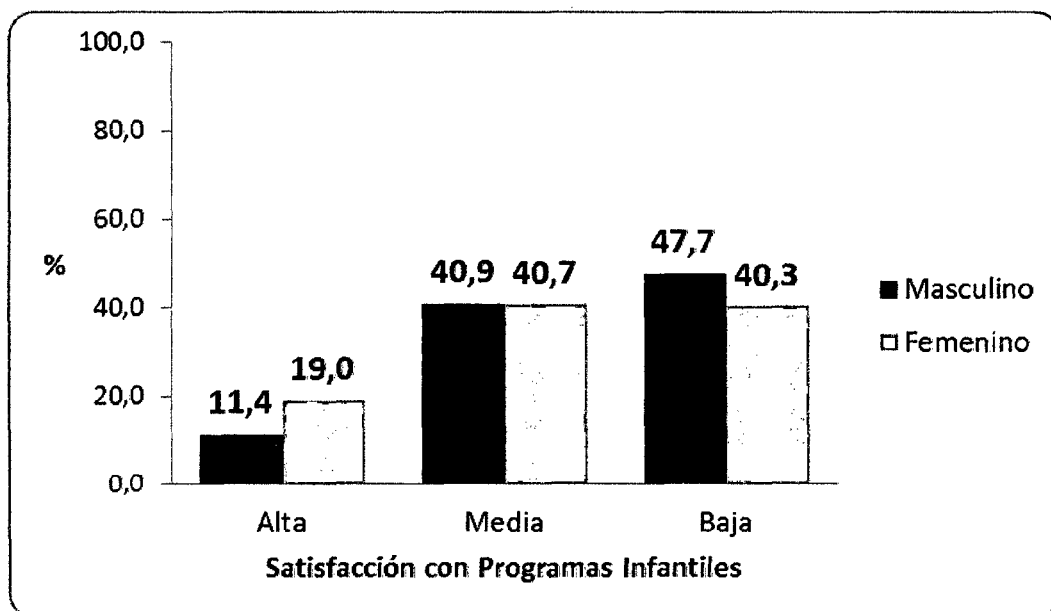


Gráfico 18. Porcentaje de estudiantes según satisfacción con Programas Infantiles y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Respecto a la comparación de satisfacción con Programas Infantiles según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 47,7% de los varones y del 40,3% de las mujeres manifestaron satisfacción baja con Programas Infantiles. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,219$, que indica que estas frecuencias no son diferentes, es decir no se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programas Infantiles.

Tabla 19. Comparación de satisfacción con Programación de Películas según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programación de Películas	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	17	19,3	26	11,5	43	13,7	3,30	0,192
Media	26	29,5	71	31,4	97	30,9		
Baja	45	51,1	129	57,1	174	55,4		
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

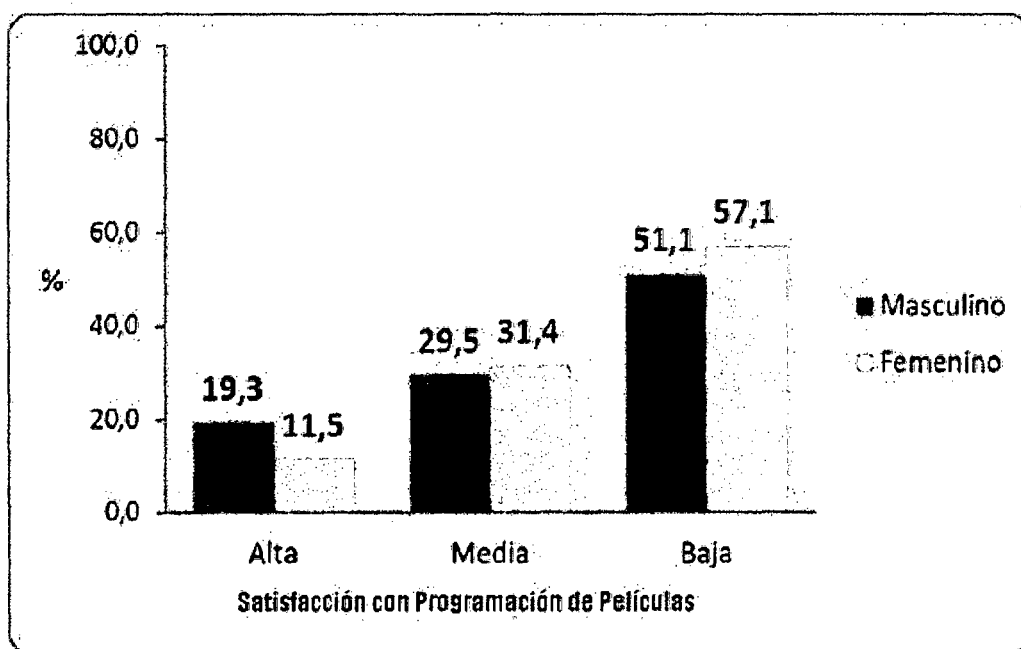


Gráfico 19. Porcentaje de estudiantes según satisfacción con Programación de Películas y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Concerniente a la comparación de satisfacción con Programación de Películas según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 51,1% de los varones y del 57,1% de las mujeres manifestaron satisfacción baja con Programación de Películas. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,192$, que indica que estas frecuencias no son diferentes, es decir no se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programación de Películas.

Tabla 20. Comparación de satisfacción con Programación de Novelas según género de los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Satisfacción con Programación de Novelas	Género				Total		Prueba Chi cuadrada	Significancia
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
Alta	4	4,5	13	5,8	17	5,4	5,56	0,062
Media	10	11,4	51	22,6	61	19,4		
Baja	74	84,1	162	71,7	236	75,2		
Total	88	100,0	226	100,0	314	100,0		

Fuente: Cuestionario.

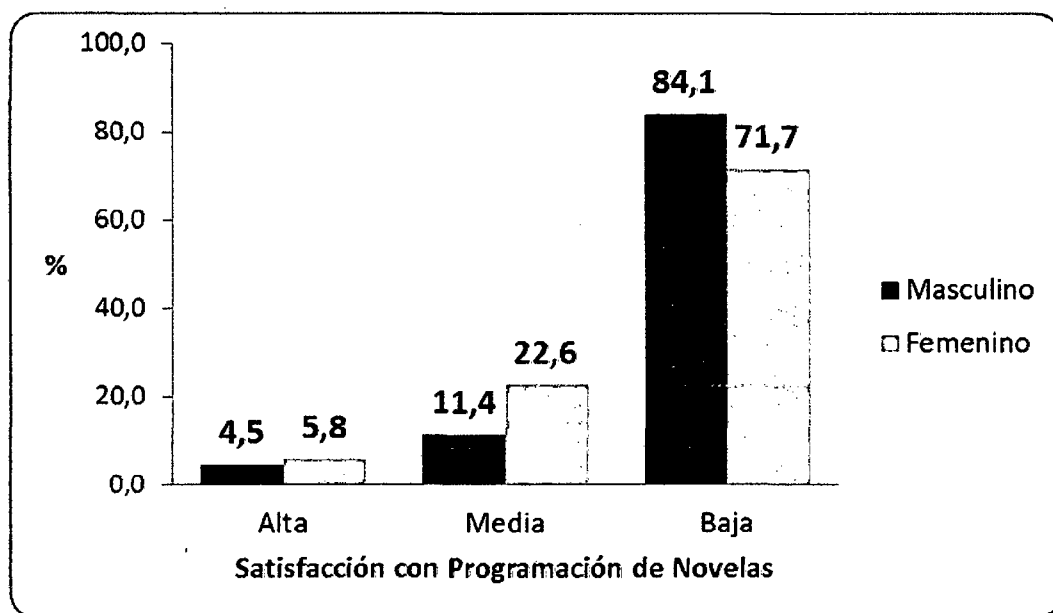


Gráfico 20. Porcentaje de estudiantes según satisfacción con Programación de Novelas y género. Facultad Ciencias de la Educación, Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco 2014

Y, en cuanto a la comparación de satisfacción con Programación de Novelas según género de los estudiantes en estudio, se encontró que el 84,1% de los varones y del 71,7% de las mujeres manifestaron satisfacción baja con Programación de Novelas. Al aplicar la Prueba Chi cuadrada de homogeneidad se encontró una significancia de $P=0,062$, que indica que estas frecuencias no son diferentes, es decir no se encontró diferencias entre género respecto a la satisfacción con Programación de Novelas.

5.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

En términos generales, podemos decir que «la escuela ha mantenido una postura polarizada en sus intereses particulares, dejando entrar a los medios, pero sin escucharlos, sin analizarlos, sin destripar el engranaje semiótico y comunicativo que se encuentra en su interior» (González y Muñoz, 2002: 209), de modo tal que podamos educar a los sujetos más sometidos a su influencia a que puedan usarlos a su favor. Algunos autores van más allá, declarando que es «altamente irresponsable» (Kellner y Share, 2007: 4) ignorar estas formas de socialización y de educación informal en el currículo de la educación formal (Zarandona y al., 2008).

El audiovisual es considerado como uno de los principales macro-sectores de servicios en el siglo XXI¹⁴. Compuesto por numerosas actividades como el cine, la televisión, la radio e Internet, la televisión es la que centra nuestra atención por diversas razones. Entre ellas, su alta tasa de penetración en los hogares (casi el 100 por 100), su elevado consumo diario¹⁵, su liderazgo en presupuesto publicitario destinado¹⁶ y los cambios tecnológicos y legales a los que se está sometiendo actualmente.

Además, desde el lado de la oferta, aparecen nuevos modelos de negocio y de explotación de los contenidos audiovisuales (Godoy, 2007) y, desde el lado de la demanda, se observa un incremento del tiempo de consumo que los espectadores dedican a la televisión (Vacas, 2009), así como una mayor fragmentación de la audiencia. Esta fragmentación facilita el

¹⁴ COMISIÓN EUROPEA (1994).

¹⁵ Kantar Media: Más de tres hora y media de media diaria por persona en el año 2009 en España.

¹⁶ INFOADEX (2008).

aumento del número de competidores, lo que afecta a la rentabilidad de las cadenas y tiene importantes consecuencias sociales (Webster, 2005).

Los jóvenes de hoy no contemplan los medios de comunicación “al estilo tradicional”. Lo manifiestan a través del uso que hacen de los mismos a diario modificando su modo de relacionarse y hasta su forma de acceso a los contenidos. Las reglas no han cambiado pero sí el sujeto, ahora más activo en la comunicación (López-Vidales, 2005). Partiendo de esta hipótesis, resulta más sencillo comprender el porqué de la presente actitud juvenil ante los medios: no son “sus” medios. La realidad impone una readaptación a la nueva situación que debiera incluir una recuperación de “la información” no tanto como liberación del grado de incertidumbre, sino como elemento insustituible en la evolución de los medios y en la transformación social. En su lugar, de forma paradójica, el actual entorno social incrementa el nivel de necesidad de “entretenimiento”, con lo que ello puede significar en un cambio de valores y referentes sociales para las generaciones más jóvenes.

La televisión tiene un papel relevante en los procesos mediante los cuales los jóvenes conforman sus percepciones del ámbito en el que viven, así como en las tareas de socialización a las que se enfrentan al incorporarse a la comunidad como miembros funcionales, una vez superada la etapa infantil. El sector juvenil de toda sociedad ha sido desde hace décadas uno de los que mayor influencia tiene en la generalización de modas, tendencias y pautas que intervienen en alguna medida en el comportamiento general.

En nuestra investigación se encontró que la valoración de los programas televisivos es significativa en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, sobre todo con Programación Peruana ($P \leq 0,044$) y con Programas Deportivos ($P \leq 0,000$). Sin embargo, no hubo significancia estadística según género con Programación de TV en general ($P \leq 0,346$); Programas Culturales/Educativos ($P \leq 0,061$), Programas Informativos ($P \leq 0,668$); Programas de Entretenimiento ($P \leq 0,227$); Programas Infantiles ($P \leq 0,219$); Programación de Películas ($P \leq 0,192$) y Programación de Novelas ($P \leq 0,062$).

Al respecto Montgomery (2003) en su estudio encontró que hay diferencias significativas en la preferencia por géneros de programación televisiva en cuanto a la visión de informativos, de programas de espectáculo, de arte especializado, hogareño, de series y películas, programas religiosos y de novelas, a favor de las mujeres (lo que indica una ligeramente mayor audiencia femenina de TV), y también una diferencia significativa mayor en cuanto a deportes a favor de los hombres. El perfil general de preferencias por géneros de programación televisiva muestra en hombres una mayor opción por las series y películas, ciencia-técnica e informativos, y una menor por los géneros hogareño, religioso y publicitario. Las mujeres también se inclinan en primer lugar por las series y películas, pero ponen en segundo lugar lo informativo y en tercero el género de ciencia y técnica. Se inclinan menos por ver programas religiosos, deportivos y publicitarios. Los datos de nuestro estudio también coinciden en parte con las investigaciones realizadas con estudiantes universitarios en lo relativo al

consumo televisivo (Ríos y Gómez, 2011). La televisión sigue siendo en la actualidad un medio de comunicación por el que los estudiantes de Educación pasan sus horas de ocio y tiempo libre para entretenerse e informarse.

Según el último Estudio General de Medios (EGM, Octubre a Mayo de 2011), la televisión es el medio más consumido por los jóvenes de edades comprendidas entre los 20-24 años (85,5%); le siguen en importancia Internet, con un consumo del 66,7%, y la radio (60,8%). Estos porcentajes son superados por individuos correspondientes a la franja de edad inmediatamente inferior. Así, los jóvenes de 14 a 19 años consumen más televisión (86,7%) e Internet (67,8%) que los individuos correspondientes a su generación inmediatamente posterior. Se da el proceso contrario en el medio impreso, ya que mientras el 28,3% lee algún periódico diariamente, este porcentaje se incrementa en un 37,5% en jóvenes de edades comprendidas entre los 20 y 24 años. Aun así, el diferencial con respecto a medios como televisión, Internet e incluso la radio es bastante elevada. De estos primeros datos debemos inferir que los jóvenes actuales se decantan por medios de fácil lectura (lectura audiovisual o únicamente auditiva) por comodidad y también por economía: televisión, radio y acceso Internet se puede realizar de forma gratuita; mientras que la lectura de un periódico (exceptuando los gratuitos o los ciberperiódicos) requiere una mínima inversión económica (Sánchez-Navarro y Aranda, 2010).

Para McLuhan (1996), la televisión ha tenido un impacto directo en la organización conceptual del mundo: la estructura en mosaico de la televisión ha suplantado la estructura lineal de la imprenta, modificando los

esquemas mentales causales del hombre occidental. Siempre según este autor, los mensajes de los medios son cambios de escala, ritmo, o patrones (McLuhan, 1996: 30), es decir, cada medio aporta modificaciones sustanciales a la organización cultural y cognitiva de los hombres. Para Baudrillard (1974; 1978; 1994; 2002), la televisión participa del incremento posmoderno de los valores de signo, o valores simbólicos, reemplazando la satisfacción de necesidades por la diferenciación, y por tanto se subjetiviza la realidad de los objetos consumidos.

Finalmente, Marta-Lazo (2013) en su estudio afirma que el consumo televisivo de los futuros sujetos cualificados es más selectivo que el de la media de jóvenes de su edad, dado que la principal función que tiene para ellos el medio es formativa. Este medio se utiliza de complemento para alcanzar las “competencias” académicas y profesionales que se plantean en el aula, durante el tiempo destinado en el EEES al “trabajo autónomo del alumno”.

CONCLUSIONES

Se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Se encontró una satisfacción alta del 36,9% respecto a los programas Culturales/Educativos, el predominio de la satisfacción media fue del 44,6% para programas Informativos y en cambio hubo predominio de satisfacción baja para programación de Novelas (75,2%), programación de TV en general (65,3%), programas de Entretenimiento (58,6%), programación de Películas (55,4%), programación Peruana (54,8%), programas Deportivos (43,3%) y programas Infantiles (42,4%).
- Se encontró predominio de preferencia del programa Esto es Guerra del género femenino con el 29,6% y con el 8,0% del género masculino prefirió América Noticias. Teniendo en cuenta los programas más observados por las mujeres tenemos: Esto es Guerra (41,15%), América Noticias (29,65%), Al fondo hay sitio (23,01%). Teniendo en cuenta los programas más observados por los varones tenemos: América Noticias (28,41%), Esto es Guerra (26,14%), Al fondo hay sitio (21,59%).
- Y, se encontró que la valoración de los programas televisivos es significativa en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, sobre todo con Programación Peruana ($P \leq 0,044$) y con Programas Deportivos ($P \leq 0,000$).

SUGERENCIAS

Se sugiere lo siguiente:

- Continuar investigando el tema de investigación sobre todo con niveles de investigación explicativo, con el fin de establecer diferencias claras según género de los estudiantes universitarios.
- Se considera necesario educar a los estudiantes universitarios para que sean capaces de interpretar de manera crítica y activa las fuentes de información y especialmente los mensajes persuasivos que provienen de los programas televisivos.
- Organizar eventos científicos sobre todo relacionados a la difusión de consumo de programas televisivos culturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Baudrillard, J. (1974). *La société de consommation: ses mythes, ses structures*. Paris: Gallimard.
2. Cerda Cristerna, Aída. "Maneras de ver y usar la televisión: análisis por género de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias mexicanas". 2001
3. Cid, M.C. y Nogueiras, E. (2005). El análisis de la publicidad en la formación del profesorado. In Membiela, P. y Padilla, Y. (Eds.). *Retos y perspectivas de la enseñanza de las ciencias desde el enfoque ciencia/tecnología/sociedad en los inicios del siglo XXI*. Vigo: Educación Editora.
4. COMISIÓN EUROPEA (1994).
5. Garín, M., Huenchuleo, J., Leal, N., Muñoz, A. M. y Rehbein, L. (2013). Actitudes implícitas hacia la violencia, conducta antisocial y consumo televisivo en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología*, 22(2), 100-110.
6. Girardi, G. (1997). Globalización, cultura educativa y su alternancia popular. *Éxodo*, 39; 14-27.
7. Godoy, S. (2007) *TV Digital en Chile: Regulación y Modelos de Negocio*, Cuadernos de Información, nº 21, pp. 74-81.
8. González, M. y Muñoz, J.M. (2002). La formación de ciudadanos críticos. Una apuesta por los medios. *Teoría Educativa*, 14; 207-233.
9. Hernández Sampieri, Roberto; Fernández-Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar; "Metodología de la investigación"; México: Editorial Mc Graw-Hill; 4ta edición; 2006
10. INFOADEX (2008).
11. Kantar Media: Más de tres hora y media de media diaria por persona en el año 2009 en España.
12. Kellner, D. y Share, J. (2007). *Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education*. In MACEDO, D. & STEIN BERG, S.R. (Eds.). *Media Literacy: A Reader*. New York: Peter Lang Publishing; 3-23.

13. López, N. (2005). Atrapados en la tela de araña. Los medios audiovisuales en Internet. En: Revista TE LOS, nº 62. Madrid: Fundación Telefónica. Pp. 72-80.
14. Marianela C., Chávez D. (2012) Alfabetización audiovisual y consumo de medios y publicidad en universitarios de Pedagogía en Chile. Comunicar, nº 38, v. XIX, páginas 183-191.
15. Marta-Lazo C. (2013) Hábitos de consumo televisivo de ficción entre los universitarios que estudian comunicación. Revista de Comunicación de la SEECI. Año XVII (31), 14-33
16. McLuhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
17. Montero, E. (2002): Jóvenes y tecnologías de la información y la comunicación en España. OBETS. Revista de Ciencias Sociales, vol. 7, 1, 109-122. Montgomery W. (2003) Personalidad, hábitos de estudio y preferencias por géneros televisivos en jóvenes universitarios. Revista de Investigación en Psicología, Vol.6 No.1.
18. Orosco Guillermo y Mercedes Creel. "Educación para la recepción"; México: Edit. Trillas; 1era edición; 1997
19. Ramírez Alvarado, María del Mar; "La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad"; Universidad de Sevilla – España. Facultad de Comunicación.
20. Revista del currículum y formación del profesorado. "Investigación sobre el uso de la televisión por estudiantes, de educación, de universidades hispanoamericanas". México 2011
21. Ríos, J.M., Matas, A y Gómez, E. (2011). Investigación sobre el uso de la televisión por estudiantes, de educación, de universidades hispanoamericanas. Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado, 19(1), 305-323.
22. Sánchez-Navarro, J. y Aranda, D. (2010). Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles. El profesional de la información, v.20, nº 1, 32-37.
23. Sandoval, M. (2006) Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. Univ. Psychol. Bogotá (Colombia), 5 (2): 205-222.

24. Sierra, J. (2003) El consumo televisivo de los futuros profesionales de la comunicación: usos y preferencias. Universitat Abat Oliba CEU.
25. Vaca, R. (2009) El puzzle de la audiencia televisiva, Fundación Ex libris, Madrid.
26. Veramendi Villavicencio, Nancy; Portocarrero Merino, Ewer; Villar Carbajal, Enit; Rojas Bravo, Violeta; "Metodología de la Investigación Científica"; Huánuco – Perú; Marketing & Publicidad Mercurio; 1era edición; 2011
27. Webster, J.G. (2005) Beneath the veneer of fragmentation: Television audience polarization in a multichannel world, *Journal of Communication* 55 (2), pp. 366-382.
28. Zarandona, E.; Basterretxea, J.; Idoyaga, P. y Ramírez, T. (2008). La alfabetización audiovisual entre adolescentes vascos: implicaciones para las prácticas educativas y propuesta de intervención. *Nueva Época*, 9; 119-143.

REFERENCIAS WEBGRÁFICAS

- ❖ <http://www.codehica.org.pe/actualidad/2012-encuesta-a-ninos-y-adolescentes-sobre-la-radio-y-television-peruana>
- ❖ <http://www.scribd.com/doc/2366265/Competencias-TIC-docentes-UNESCO>
- ❖ <http://www.google.es/#hl=es&xhr=t&q=EL+CONSUMO+TELEVISIVO+DE+LOS+FUTUROS+PROFESIONales>
- ❖ <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-068>
- ❖ <http://www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4102916.pdf>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

VALORACIÓN DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN CON RELACIÓN AL GÉNERO – HUÁNUCO- 2014

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>GENERAL ¿Cuál es la valoración de los programas televisivos en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco 2014?</p> <p>ESPECÍFICOS a) ¿Cuál es la frecuencia de horas diarias que utilizan para sintonizar los programas televisivos, los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014? b) ¿Cuáles son los programas preferidos en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación con relación al género, Huánuco-2014? c) ¿Existen diferencias significativas entre varones y mujeres respecto a la sintonización de programas televisivos entre los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación, Huánuco-2014?</p>	<p>GENERAL. Describir y explicar el grado de valoración de los programas televisivos que tienen los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco 2014.</p> <p>ESPECÍFICOS a) Determinar la frecuencia de horas diarias que utilizan para ver la televisión, los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014. b) Identificar los programas televisivos preferidos por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco-2014. c) Determinar las diferencias significativas entre varones y mujeres respecto a la sintonización de programas televisivos entre los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación, Huánuco-2014.</p>	<p>HO La valoración de los programas televisivos no es significativo en los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco 2014</p> <p>H1 La valoración de los programas televisivos es significativo en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán con relación al género, Huánuco 2014</p>	<p>INDEPENDIENTE. Género</p> <p>DEPENDIENTE. Valoración de los programas televisivos</p>	<p>❖ Programas educativos</p> <p>❖ Programas culturales</p> <p>❖ Programas deportivos</p> <p>❖ Programas informativos</p> <p>❖ Programas humorísticos</p> <p>❖ Programas infantiles.</p> <p>❖ Programas científicos.</p>	<p>• Varón</p> <p>• Mujer</p> <p>• Alto</p> <p>• Medio</p> <p>• Bajo</p>	<p>Diseño de la Investigación: Ex post facto</p> <p>Nivel de la investigación: Descriptivo Explicativo</p> <p>Tipo de Investigación según su finalidad: Básica, pura o fundamental</p>	<p>POBLACIÓN 980 Estudiantes</p> <p>MUESTRA 314 estudiantes</p>	<p>1.Fichaje</p> <p>2.Encuesta</p>	<p>1. Fichas de Investigación</p> <p>2. Fichas Bibliográficas</p> <p>3. Fichas de Resumen</p> <p>4. Cuestionario</p>



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESP. FILOSOFÍA, PSICOLOGÍA Y CC. SS.



CUESTIONARIO SOBRE VALORACIÓN DE PROGRAMAS TELEVISIVOS
(ESTUDIANTES DE EDUCACION SUPERIOR)

DATOS INFORMATIVOS:

Facultad:

Especialidad: Fecha:

Género: Masculino Femenino

Instrucciones: Para contestar las preguntas, deberá marcar con una aspa (X) en las alternativas propuestas. No deberá marcar más de una alternativa, considerando la siguiente puntuación:

1 = Totalmente en desacuerdo / Nunca

2 = En desacuerdo / A veces

3 = De acuerdo / Casi siempre

4 = Totalmente de acuerdo / Siempre

❖ **SATISFACCIÓN (VALORACIÓN)**

Preguntas	TD	D	A	TA
1. Satisfacción con programación de TV en general	1	2	3	4
2. Satisfacción con programación peruana	1	2	3	4
3. Satisfacción con programas culturales/educativos	1	2	3	4
4. Satisfacción con programas informativos	1	2	3	4
5. Satisfacción con programas deportivos	1	2	3	4
6. Satisfacción con programas de entretenimiento (humorísticos)	1	2	3	4

7. Satisfacción con programas infantiles	1	2	3	4
8. Satisfacción con programación de películas	1	2	3	4
9. Satisfacción con programación de novelas	1	2	3	4

❖ **NIVEL DE SINTONIZACIÓN**

Preguntas	N	AV	CS	S
10. ¿Observas programas culturales/educativos?	1	2	3	4
11. ¿Observas programas informativos?	1	2	3	4
12. ¿Observas programas deportivos?	1	2	3	4
13. ¿Observas programas de entretenimiento?	1	2	3	4
14. ¿Observas programas infantiles?	1	2	3	4
15. ¿Observas películas en la televisión?	1	2	3	4
16. ¿Observas novelas en la televisión?	1	2	3	4

❖ **TIEMPO DE SINTONIZACIÓN**

Preguntas				
17. ¿En promedio, qué tiempo al día observas la televisión?				
a) Menos de 1 hora	b) 1 hora	c) 2 horas	d) 3 horas	e) Más de 3 horas
18. ¿En promedio, que tiempo al día observas la televisión con programación nacional?				
a) Menos de 1 hora	b) 1 hora	c) 2 horas	d) 3 horas	e) Más de 3 horas
19. ¿En promedio, que tiempo al día observas la televisión con programación internacional (cable)?				
a) Menos de 1 hora	b) 1 hora	c) 2 horas	d) 3 horas	e) Más de 3 horas

❖ **OTRAS CONSIDERACIONES**

Preguntas	TD	D	A	TA
20. ¿Consideras que la televisión es un medio de enseñanza?	1	2	3	4

21. ¿Consideras que la televisión amplía la información o cultura?	1	2	3	4
22. ¿Consideras que la televisión en los últimos tiempos está desculturizando a la sociedad?	1	2	3	4
23. ¿Te sientes motivado para ver programas televisivos?	1	2	3	4

❖ **PREFERENCIA TELEVISIVA**

24. ¿Cuáles son tus programas favoritos? Mencione 5 de ellos en orden de prioridad.
a)
b)
c)
d)
e)