

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN



Los medios de comunicación como condicionante del
comportamiento de los niños del nivel inicial

Trabajo académico presentado para optar el Título Profesional de
Segunda Especialidad en Educación Inicial.

Autora.

Laura Marisol Correa Rosales

SULLANA – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN



Los medios de comunicación como condicionante del
comportamiento de los niños del nivel inicial

Los suscritos declaramos que la monografía es original en su contenido y
forma.

Laura Marisol Correa Rosales. (Autora)

Oscar Calixto La Rosa Feijoo. (Asesor)

SULLANA – PERÚ

2019



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN
PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD

ACTA DE SUSTENTACION DE TRABAJO ACADEMICO


En Sullana, a los diez días del mes de noviembre del dos mil dieciocho, se reunieron en la I.E. María Otoyá, los integrantes del Jurado Evaluador, designado según convenio celebrado entre la Universidad Nacional de Tumbes y el Consejo Intersectorial para la Educación Peruana, al Dr. Segundo Alburquerque Silva, coordinador del programa; representantes de la Universidad Nacional de Tumbes (Presidente), Dr. Andy Figueroa Cárdenas (Secretario) y Mg. Ana María Javier Alva (vocal) representantes del Consejo Intersectorial para la Educación Peruana, con el objeto de evaluar el trabajo académico de tipo monográfico denominado: *"Los medios de comunicación como condicionante del comportamiento de los niños del nivel inicial"* para optar el título Profesional de Segunda Especialidad en Educación Inicial a la señora, LAURA MARISOL CORREA ROSALES.

A las NOVE horas CUARENTA minutos y de acuerdo a lo estipulado por el reglamento respectivo, el Presidente del Jurado dio por iniciado el acto.

Luego de la exposición del trabajo, la formulación de preguntas y la deliberación del jurado lo declararon APROBADO por UNANIMIDAD con el calificativo DIECISEIS

Por tanto, LAURA MARISOL CORREA ROSALES, queda APTA, para que el Consejo Universitario de la Universidad Nacional de Tumbes, le expida el título profesional de Segunda Especialidad en Educación Inicial.

Siendo las DIEZ horas con CEERO minutos, el presidente del jurado dio por concluido el presente acto académico, para mayor constancia de lo actuado firmaron en señal de conformidad todos los integrantes del jurado.


Dr. Segundo Alburquerque Silva
Presidente del Jurado


Dr. Andy Kid Figueroa Cárdena
Secretario del Jurado


Mg. Ana María Javier Alva
Vocal del Jurado

DEDICATORIA

A MI FAMILIA

Por ser parte del compromiso personal de la carrera profesional que elegí, en relación directa con los pequeños del nivel Inicial, parte fundamental del presente y del futuro de nuestra sociedad

ÍNDICE

DEDICATORIA

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I	Objetivos de la investigación	01
1.1	Objetivo General	02
1.2	Objetivos Específicos	
CAPITULO II	Marco teórico	
2.1	Planteamiento del problema	03
CAPÍTULO III:	Los medios de comunicación	05
3.1	La prensa	05
3.2	La radio	06
3.3	La televisión	
3.4	Internet	
3.5	Teléfono	10
3.6	Fax	
CAPITULO IV	Influencia de los medios de comunicación	13
CAPÍTULO V	Ventajas y desventajas de los medios de comunicación:	16
CAPÍTULO VI	Elementos de la comunicación	22
6.1	El silencio	
6.2	El lenguaje publicitario	22
6.3.	Símbolo	23
6.4	Señal	
6.5	Expresión corporal	24
CAPÍTULO VII	Tipos de programación y su influencia en los niños	25
7.1	Programación educativa y no educativa	25
7.2	influencia de la radio, la televisión y el internet en la educación básica	26

CONCLUSIONES

REFERENCIAS CITADAS

RESUMEN

Los medios de comunicación se han transformado en un instrumento poderoso e influyente en la sociedad; capaz de cambiar los pensamientos, acciones y decisiones de las personas, en especial, de los niños. Los contenidos de los medios condicionan acciones o decisiones en relación a actitudes o comportamientos, solidarios o intolerantes, haciendo que la sociedad entre en constante contradicción, originando diversas situaciones problemáticas. Los medios de comunicación ocupan parte de la vida de los niños, en la formación de sus identidades, en sus proyectos de vida, proyectos de familia, de sueños, etc. La televisión, generalmente no permite definir actitudes, identidades; no ayuda a procesar las preocupaciones, ni tampoco a comprobar las relaciones familiares. No ayuda a formarlos como sujetos de sociedad.

Palabras claves:

Aprendizaje, comportamiento, sociedad

INTRODUCCIÓN

La búsqueda original, secuencial y constante de los seres humanos lograr la satisfacción total de sus necesidades de comunicación se ha convertido en el impulso que ha logrado la consolidación, en la actualidad, de los instrumentos socio tecnológicos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo se necesita una retrospectiva para lograr definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios o tradicionales métodos como la escritura jeroglífica, en Egipto, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un “corto” salto hasta la aparición de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, la radio, la televisión y el cine. Todos estas herramientas o instrumentos son considerados” un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución dentro de la sociedad ha determinado el avance de la humanidad.

Hoy en día, los medios de comunicación, como son la prensa, televisión, radio, teléfono e internet constituyen una herramienta altamente persuasiva que permite mantener a las personas en constante comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a nivel nacional como internacional.

La rapidez tecnológica, la “realidad” y el excesivo dramatismo con que los medios comunicativos, para el público en general, también conocido como masas, se han ido añadiendo en nuestra realidad, no ha dado tiempo para adaptarlos y adaptarse a esta realidad. Ante ellos es muy difícil tomar una actitud tranquila o serena: o la población se aferra a un mundo cerrado, estático, industrializado; o se desarraiga por completo quedando a merced de las novedades o estímulos superficiales que van apareciendo, o se ignora el pasado.

En las sociedades actuales, se percibe fácilmente la importancia de los medios masivos y, en forma particular, de la televisión. Este medio influye sobre la forma de actuar, de pensar o de sentir de las personas; cambia la forma en que los hombres, y en especial los niños, conocen y comprenden la realidad que los rodea.

La capacidad que tenemos todas las personas, hoy de hacer llegar los mensajes, comentarios y opiniones, en forma instantánea, sin importar la distancia, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo en forma simultánea datos e informaciones, se hace de manera tan sencilla, que es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.

CAPÍTULO I

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Objetivo General

Comprender las estrategias de la influencia de los Medios de Comunicación en la sociedad peruana; sustentándola en situaciones reales y prácticas.

1.2 Objetivos Específicos

1.-Analizar los contenidos de importancia los medios de comunicación y su influencia, dentro del contexto social, en los niños del nivel Inicial., en relación directa a su comportamiento.

2.- Elaborar diversas estrategias de solución que permitan erradicar el problema motivo de investigación, siendo uno de ellos el análisis de los contenidos antes de ser emitidos en los medios de comunicación.

3.- Promover la participación directa de los padres familia en el logro del desarrollo de las situaciones positivas, relacionadas con el comportamiento de los niños del nivel Inicial, en su quehacer diario.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Planteamiento del problema:

(Montúfar T. , 2011) “Los medios de comunicación, por los hechos o circunstancias que presentan, provocan que muchas personas justifiquen, en forma inconsciente, aun sin darse cuenta, los casos de violencia de género que aparecen como parte del quehacer diario, ya que a menudo buscan los supuestos “motivos o causas” que trajeron como consecuencia el hecho, el cual genera, en la mayoría de los casos, delitos que atentan contra la vida misma, lo que lleva a las personas a intentar encontrar una razón real u objetiva a un hecho que debería de ser, en cualquier caso, ilógico e injustificable”.

“Una de las principales conclusiones que se dieron, como parte de un estudio realizado en el departamento de Psicología Social y Metodología de Ciencias del Comportamiento de la Universidad de Granada, en España, que afirma que algunos medios, cuando informa a la población, lo hace de una manera errónea, lo que origina situaciones más graves, incluso, a los problemas a los que nos enfrentamos en la actualidad”. (SINC.es, 2018)

“Las investigaciones realizadas presenta distintas formas de presentar las noticias dentro de los diarios o medios de información que aparecen a nivel nacional relativas, por ejemplo, a casos de violencia de género, dividiendo la forma de presentación en tres grupos, en función del grado de manipulación de la noticia: en el primer caso se justificaba la violencia del agresor (por ejemplo, “estaba bebido”, “estaba bajo los efectos del alcohol”, “era una persona violenta”); en el segundo caso, se daban datos relativos a la víctima (“el agresor le pidió matrimonio a la víctima y ella lo rechazó”)

y, por último, se les presentó la información de manera en forma real y objetiva”.
(SINC.es, 2018).

CAPÍTULO III

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1 La Prensa

(Moncada, Los medios de comunicación como elemento social, 2016) “La prensa es un medio de comunicación que se edita normalmente con una periodicidad diaria o semanal y cuyo contenido principal está enfocado en las noticias e información, con elementos nacionales, regionales, locales, deportivos, económicos, sociales, que se dan dentro de un contexto determinado de la sociedad, con el desarrollo de la importancia para el grupo.

Este medio se encuadra en la posibilidad del quehacer cotidiano y en las diversas relaciones que se formulan a nivel de la sociedad. Promueve el conocimiento de hechos o situaciones de vital importancia” (De la Cruz, 2016).

Importancia.

Es uno de los medios más importantes, pues con los contenidos que presenta, ejercer con una fuerte influencia sobre la opinión pública dentro de la sociedad.

Características.

“La información presentada tiene una vida efímera, por lo general de 24 horas, es decir, cambia constantemente, en función al elemento tiempo. Además, se presenta en forma clara y sencilla”. (Montúfar T. , 2011)

La información se presenta con una estructuración bien definida en cuerpos (noticias políticas, sociales, económicas, jurídicas, deportivas, de

entretenimiento, laboral, etc.). Hay que hacerlo de un día para otro. Esto implica que se formule una “velocidad” al momento de su elaboración.

Su presentación física es en papel, aunque es conveniente indicar que en la actualidad se hace una presentación virtual, aprovechando la viabilidad de la tecnología e internet.

Función.

La principal función desarrollada por la prensa se desarrolla en relación a la presentación de las noticias en forma escrita

3.2 La Radio

(Godos Curay, 2014)

“La radio, desde su aparición, se ha convertido en un medio masivo de difusión, que llega al radio-escucha de forma personal por medio sonoro, aprovechando la tecnología y las ondas sonoras, como medio físico”.

Importancia.

“Se basa y se concentra de manera fundamental en la naturaleza de lo que representa como medio en sí, pues posee una calidad íntima muy personal, que la mayoría de los otros medios no poseen.

Características.

Los costos de formación, planificación y producción es menor, en cuanto al plano económico se refiere, es menor que el de otros medios”. (Moncada, Los medios de comunicación como elemento social, 2016)

“Permiten utilizar elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales en tiempo real.

Emisor y receptor se comunican indirectamente, sin verse, ni percibirse”. (Moncada, Los medios de comunicación como elemento social, 2016)

“La radio posibilita que el receptor imagine lo que se le está transmitiendo; crea sus propias imágenes mentales.

La información que transmite es inmediata. Llega a todos los públicos.

Su lenguaje es más rico, en cuanto a los diversos elementos comunicativos desarrollados, como parte del contexto de aplicación” (Godos Curay, 2014).

Función.

La función es dar a conocer noticias, entretenimiento y programas de opinión sin necesidad de distraer al radio escucha al manejar o en casa si eres ciego.

3.3 La Televisión

(Espinoza Celi, 2017) “Es el sistema de transmisión de imágenes y sonidos a distancia, mediante ondas hertziana, mediante cable, ya sea coaxial o de fibra óptica, y mediante satélite.

Importancia

Permite al televidente enterarlo de lo que está pasando alrededor del mundo en esos momentos, con mayor rapidez, muchas veces, al instante; con la difusión de imágenes, que el espectador contempla como si fuese un testigo de lo que presencia, es como si el mundo real y ficticio se metiera en su casa”.

Características.

Es el medio de mayor alcance e impacto sobre la población, ya que no requiere de acudir a otros medios para certificar la información.

(Criollo, 2013) “Es el medio de mayor efecto a corto plazo, ya que tiene un poder persuasivo muy grande. Esto facilita la interacción entre los miembros de la sociedad, en los diversos contenidos o aplicaciones.

Es el medio donde más se invierte en tecnología, sobre todo a nivel de publicidad, con la posibilidad de llegar en mayor número a la población. Propicia el desarrollo adecuado del proceso de socialización de las personas dentro de su realidad, sujeta a cambios en contexto tiempo espacio”.

Función.

Ser una fuente muy importante de noticias, de información y de entretenimiento para las familias. Enriquecer la vida familiar, acrecentar su cultura, unir más a sus miembros y promover su solidaridad hacia las personas. Ser un vehículo que transmita ideas y costumbres a tantos millones de personas y con tanta rapidez.

3.4 Internet

“Es definido como un conjunto de ordenadores desplegados por todo el mundo y conectados entre sí, que tiene como función básica el intercambio de información. Es una red de redes. Internet es una gran red internacional de ordenadores, permite, como todas las redes, compartir recursos. Es decir: mediante el ordenador, establecer una comunicación inmediata con cualquier parte del mundo para obtener información sobre un tema que nos interesa” (Sánchez Palomino, 2018).

Importancia.

“Permite acceder a información variada (económica, deportiva, científica, educativa, musical) en un tiempo muy reducido, desde cualquier lugar de la Tierra. Además permite enviar y recibir mensajes, y mantener la comunicación entre investigadores, amigos y colegas.

Características.

Posee un funcionamiento que puede resultar bastante complejo para aquellos que no estén familiarizados con la informática.

Los usuarios se pueden conectar por diferentes vías de acceso: teléfono, radio o fibra óptica”.

(Godos, 2015) “Cada país tiene un dominio en la red, como parte del proceso conocido como globalización.

Función.

Pone a nuestra disposición (en nuestra propia casa, en la escuela, en cualquier lugar) unas funcionalidades básicas con infinitas posibilidades, tales como: búsqueda e intercambio de información, envío de mensajes, descarga de videos, música e información técnica para la educación. Es de gran utilidad para las empresas, ya que es una vía poderosa para la publicidad y el comercio” (Peña Portugal, 2017).

3.5 Teléfono

“El teléfono es un dispositivo de telecomunicación diseñado para transmitir conversación por medio de señales eléctricas”. (Montúfar T. , 2011)

Importancia.

“Es un medio que permite que dos o más personas se comuniquen en tiempo real a distancias muy lejanas, sin necesidad de que verse personalmente.

Características.

Se puede establecer una comunicación permanente con personas situadas en lugares muy distantes, en este caso, en otro país”. (Montúfar T. , 2011)

Facilita la comunicación horizontal y en red, así como la interacción maestro-alumnos. .

(Godos, 2015) “El acceso es desigual en la población, por falta de recursos o de soporte tecnológicos.

Pueden ser del tipo fijos residenciales o públicos, o del tipo móviles muy comunes en la actualidad.

Partes fundamentales son el elemento transmisor (micrófono) y el elemento receptor (auricular).

Lo constituyen además la unidad de marcación y el timbre”.

Función.

(Rumiche, 2015) “Sirve para hacer llamadas telefónicas de un usuario a otro, con la posibilidad de transmisión directa de la información que se envía o recibe., con un mayor grado de acceso.

3.6 FAX

Se denomina fax, por abreviación de facsímil, a un sistema que permite transmitir a distancia por la línea telefónica escritos o gráficos” (tele-copia).

Importancia.

“Es utilizado para enviar y recibir información impresa, principalmente en las empresas y en el hogar. En el proceso, envía información sobre un determinado tema en relación al contexto educativo o a determinadas situaciones que tienen que ver directamente con ek tema en cuestión.

FUNCIÓN.

Inicialmente, el fax se usaba exclusivamente en el periodismo; pero su eficiencia y el afán de modernización hicieron que se integrase posteriormente a los negocios. El fax se utiliza para enviar y recibir imágenes de todo tipo”.(Desconocido, 2016)

CAPITULO IV

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La influencia es la habilidad de ejercer poder (en cualquiera de sus formas) sobre alguien, de parte de una persona, un grupo o de un acontecimiento en particular.”

“La influencia es la acción y efecto de influir. Este verbo se refiere a los efectos que una cosa produce sobre otra (por ejemplo, el viento sobre el agua) o al predominio que ejerce una persona (“Juan tiene una gran influencia sobre las decisiones de su hermano menor”). Así, referida a las personas, la influencia es el poder o la autoridad de alguien sobre otro sujeto. Este concepto es subjetivo y, como tal, la percepción de la influencia de una persona sobre otra varía según el observador.” (Canales Cruz, 2018) .

Trabajos citados

- Canales Cruz, C. (19 de septiembre de 2018). Influencias sociales de la comunicación. (M. Patiño Sánchez, Entrevistador)
- Córodva Peláez, C. (22 de junio de 2017). Sociedad y televisión. (S. Contreras Camino, Entrevistador)
- Criollo, C. (2013). *La importancia de los medios de comunicación*. Piura: Universitaria.
- De la Cruz, J. (25 de junio de 2016). Los medios de comunicación. (J. Rumiche, Entrevistador)
- Espinoza Celi, J. (16 de octubre de 2017). Importancia de la televisión en la sociedad. (A. Carrillo Centurión, Entrevistador)
- Fernández Collazos, P. (21 de agosto de 2018). La televisión y la sociedad. (A. Ramos Contreras, Entrevistador)

- Godos Curay, M. (2014). *La comunicación como elemento social*. Piura: Universitaria.
- Godos, M. (22 de marzo de 2015). La globalización. (M. Rumiche, Entrevistador)
- Moncada, M. (2016). *Los elementos comunicativos*. Piura: Universitaria.
- Moncada, M. (2016). Los medios de comunicación como elemento social. *Comunicándonos (Universitaria)*, 52.
- Montúfar, T. (16 de octubre de 2011). Los medios de comunicación. (J. Navarro, Entrevistador)
- Montúfar, T. (22 de agosto de 2015). Importancia comunicativa. (M. Rumiche, Entrevistador)
- Palacios, T. (2015). La importancia de los medios de comunicación. *Comunicándonos*, 45.
- Peña Portugal, A. C. (16 de agosto de 2017). El sentido de internet. (C. Palacios Sánchez, Entrevistador)
- Rumiche, M. (2015). *El desarrollo de la comunicación social*. Piura: Universitaria.
- Sánchez Palomino, M. (30 de marzo de 2018). Internet: una puerta a la tecnología. (P. Castillo Molina, Entrevistador)
- SINC.es, A. (12 de setiembre de 2018). *Los medios de comunicación*. Obtenido de Situaciones problemáticas: <https://www.agenciasinc.es/Noticias/>
- Wikipedia. (13 de octubre de 2018). *Medios de comunicación*. Obtenido de Medios de comunicación: <http://www.wikipedia>

Dicho de otro modo, la influencia es la capacidad que posibilita controlar y modificar las percepciones de los demás, además, no la puede ejercer cualquiera, sino que esta dependerá de cuestiones clave como ser los recursos políticos y económicos con los que se cuente, así como también del buen desarrollo de la habilidad de la disuasión y la persuasión que se tenga.

Según el psicólogo Serge Moscovici se distinguen tres modelos de influencia: - Normalización: La influencia recíproca hace que el grupo elabore una norma común. -Conformidad: Se caracteriza por la existencia de una norma dominante sin su aceptación incondicional. -Innovación: Es un proceso de creación de nuevas normas; e (SINC.es, 2018)

“Sin embargo, según el contexto se pueden diferenciar tres tipos de influencia: - Influencia Interpersonal: Es una influencia recíproca, hay una comunicación cara a cara y se produce en pequeños grupos; Ejemplo: la relación de pareja. -Persuasión: Se da cuando un comunicador intenta influir sobre una determinada audiencia; Ejemplo: publicitarios y vendedores -Influencia de Medios Audiovisuales- Se caracteriza por la falta de contacto directo entre el emisor y el receptor”.

“Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar de manera masiva.” (López, 2012) Los medios de comunicación son canales de difusión (carteles publicitarios, prensa escrita, cine, radio, televisión), medios de expresión que se dirigen a un público-destinatario, definido por ciertas características socio-económicas y culturales y en el que cada receptor es anónimo. “Con el término medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o más media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.”

(Wikipedia, 2018) “Por lo tanto, concluyo en que los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la forma de como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica”.

CAPÍTULO V

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

5.1. La prensa:

En la sociedad.

Ventajas.

Sus contenidos son amplios. Es de fácil acceso. Llega a mucha gente de diferentes clases sociales. Esto posibilita un mayor proceso de desarrollo comunicativo, dentro del contexto social. (Palacios, 2015)

Desventajas.

Es selectivo porque sólo un bajo porcentaje (10 %) es el que se selecciona para su edición.

En la educación.

Ventajas.

A través de la prensa se puede hacer llegar mensajes educativos para niños, jóvenes y adultos, así como también campañas como vacunación, de concientización, y otros.

Desventajas.

Hay una tendencia en este medio de ser amarillista, lo que en muchas oportunidades le resta espacio a las noticias de carácter educativo, dándole prioridad a la publicidad y noticias de sucesos.

5.2. LA RADIO: Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas.

Es el medio que mayormente llega a la gente. Sus contenidos son variados. Es de fácil acceso (sólo basta con disponer de un aparato de radio económico).

Desventajas.

Si no escuchamos la información en el momento en que es transmitida, no nos enteramos del evento en cuestión.

En la educación.

Ventajas.

Sirve para difundir programas educativos y de orientación de gran impacto a todos los niveles de la sociedad, pero principalmente a los niños y jóvenes.

Desventajas.

Puede ser utilizado por los jóvenes sólo para escuchar música sin hacer caso a los programas educativos, si no hay presión y participación de los padres y representantes.

5.3. LA TELEVISIÓN: Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Es una vía de fácil acceso para comunicar cualquier mensaje institucional y educativo, campañas de vacunación y cualquier tipo de información.

Desventajas. Las personas de mediano a bajo nivel cultural y de preparación profesional, se adaptan sólo a recibir la información por esta vía, sin verificar en otros medios.

En la educación.

Ventajas. Alto poder de difusión de programas y mensajes educativos.

Desventajas. Si no se supervisa correctamente puede ser un foco de adquisición de costumbres, hábitos y valores que no son propios de nuestra cultura. Debilita las capacidades de lectura.

5.4. INTERNET: ventajas y desventajas.

En la sociedad.

“Ventajas. Se puede utilizar para que lleguen mensajes e información a las masas de manera rápida y efectiva, independientemente del lugar de ubicación del usuario. Posibilita la conexión con todo tipo de ordenadores, desde los personales, hasta los más grandes que ocupan habitaciones enteras. Incluso podemos ver conectados a la red cámaras de vídeo, robots, y máquinas de refrescos”. (Rumiche, 2015)

Desventajas. Hay una relación directa entre la dependencia a la internet con los altos niveles de depresión, cambio en el humos del individuo, altos niveles de ansiedad, conductas agresivas y violentas, sobre todo en los jóvenes.

En la educación.

Ventajas. Da la posibilidad de que no se tenga que retener gran cantidad de información (memorizar), en un proceso de enseñanza aprendizaje más dinámico. Es utilizada como biblioteca virtual. Permite una actualización constante.

Desventajas. Se manifiesta una alta dependencia a la red, con el fin de buscar todo tipo de información, relegando a un segundo plano la información existente en los manuales impresos y libros de texto.

5.5. TELÉFONO: Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Sirve para comunicar a personas ubicadas en geografías muy distantes.

Desventajas. Las personas de escasos recursos económicos y de ubicación muy remota, son las más afectadas para su acceso, por lo que muchas veces quedan aisladas del resto del mundo, incomunicadas.

En la educación.

Ventajas.

No tiene una aplicación muy generalizada, pero puede ser utilizado en modo conferencia, para transmitir información a varios usuarios a la vez. Algunos accesos de internet se hacen vía telefónica.

Desventajas.

Poca o nula utilización en este campo. En el contexto de la tecnología actual, se ha dejado de lado su uso y aplicación por ser considerado ajeno a la realidad donde se desenvuelven los seres humanos.

5.6. EL FAX: Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas.

Para enviar y recibir información gráfica, sobre todo en compañías de seguros y de finanzas.

Desventajas.

Está perdiendo su campo de aplicación inicial, con la aparición del internet y el correo electrónico.

En la educación.**Ventajas.**

Casi no es utilizado a nivel educativo, por cuanto no forma parte del proceso de desarrollo de las actividades que forman parte de este elemento.

Desventajas.

Es de muy poca aplicación, no presenta contenidos de aplicación dentro del quehacer educativo.

CAPÍTULO VI

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

6.1 El Silencio

Se considera el silencio como elemento integrante de la comunicación no verbal. El silencio no puede ser considerado como fenómeno redundante; pensemos que incluso después de decir que no sabemos qué decir, el silencio añade más mensaje todavía.

Una forma especial de silencio es el suspiro.

6.2 El Lenguaje Publicitario

“El lenguaje publicitario se emplea para intentar (y lograr) persuadir a las masas para comprar diversos productos comerciales, en campañas políticas, para informar a la gente sobre candidatos que se postulan a la presidencia y la publicidad preventiva que nos informa sobre medicamentos, campañas de salud y temas ambientales”. (Moncada, Los medios de comunicación como elemento social, 2016)

6.3. Símbolo

“Cuando un signo no sólo informa de un significado, sino que además evoca valores y sentimientos, representando ideas abstractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo”. (Godos Curay, 2014)

“Se observa el siguiente ejemplo (anterior), la araña, ha sido representada visualmente en casi todas las culturas, como la mesopotámica, la egipcia y la maya.

Simboliza la creación y la vida, por su capacidad para formar hilos a partir de su propio cuerpo, pero también ha simbolizado la muerte y la guerra por su aptitud cazadora y lo letal de su veneno.

6.4 SEÑAL

Es considerada como un tipo de signo que tiene por meta o finalidad establecer un cambio u originar una acción y formula una actuación de manera directa e inmediata sobre el receptor del mensaje. Cuando vemos una señal, ella nos indica que debemos prestar atención a un hecho en un momento determinado o modificar una actividad prevista”.

(Moncada, Los medios de comunicación como elemento social, 2016) “Las señales deben ser respetadas ya que son de gran ayuda, nos permiten orientarnos. Cuando paseamos por un zoológico o un parque y queremos saber dónde quedan los cafetines, los baños o los animales, observamos señales pertinentes que nos indican su ubicación”.

Entre las señales más utilizadas en todo el mundo tenemos las de tránsito, como forma directa de los contenidos estructurales de la misma.

6.5 Expresión Corporal

(Moncada, Los elementos comunicativos, 2016) “La Expresión corporal es una disciplina que permite encontrar, mediante el estudio y la profundización del empleo del cuerpo, un lenguaje propio. Este lenguaje corporal puro, sin códigos preconcebidos, es un modo de comunicación que encuentra su propia semántica directa más allá de la expresión verbal conceptualizada”.(Desconocido, 2016)

CAPÍTULO VII
TIPOS DE PROGRAMACIÓN Y SU INFLUENCIA
EN LOS NIÑOS

7.1 Programación Educativa Y No Educativa

PROGRAMACIÓN EDUCATIVA

“Esta programación está organizada en un conjunto de actividades, información, educación y comunicación destinada a desarrollarse en un periodo de tiempo determinado en apoyo al programa de aprendizaje”. (Moncada, Los elementos comunicativos, 2016)

“La programación educativa contribuye al logro o cumplimiento de los objetivos de la educación y del aprendizaje, al estimular cambios de conducta de las personas y de la comunidad donde se encuentran las diversas situaciones problemáticas que surgen dentro de la realidad o frente a situaciones específicas que los afecta, buscando soluciones oportunas, adecuadas y pertinente, logrando el desarrollo personal y social de los niños.

PROGRAMACIÓN NO EDUCATIVA

Conforman esta clase de programación todos aquellos programas, series o películas que sirven solo para entretener o para el ocio y tienen poco o nada para el aprendizaje. Dentro de nuestra sociedad, esta programación es la que contiene mayor cantidad de elementos, pues solo se busca que los espectadores, especialmente los niños, pierdan el tiempo y no puedan aprovecharlo en otras actividades” (Fernández Collazos, 2018)

7.2 Influencia De La Radio, La Televisión Y El Internet En La Educación

Básica.

“Estos medios tienen una influencia muy especial sobre la población, sobre todo en los jóvenes y niños, ya que en la actualidad llegan a muchos hogares, sin distinción de clases sociales, raza o credo, lo cual incide en su comportamiento dentro de la sociedad”. (Montúfar T. , 2015)

“Esto es un fenómeno, típico de nuestros tiempos, que presenta múltiples facetas de interés general para los individuos, la característica de estos medios es que como llegan a muchos hogares hay mucho interés sobre la programación que transmiten, por lo que se debe tener un control de los padres en ese sentido, para evitar desviaciones futuras en el accionar de la juventud.

Son medios que se colocan como una organización social, como una cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el propósito de crear una” (Godos Curay, 2014)

“Los mismos pueden distorsionar la realidad ya que pueden en algunos casos sustentarse sobre la base de acciones que no se permiten en nuestros códigos sociales, pero sin embargo son permitidos por ejemplo en la televisión y el internet principalmente, como son los crímenes, la pornografía y la violencia en general. El tiempo que se utiliza para ver televisión, escuchar radio y acceder a internet entre los jóvenes es excesivo, y representa un peligro por su presencia todos los días en distintos canales, emisoras y páginas web, estas últimas accesibles las veinticuatro horas, por lo cual deben ser supervisados por los padres, ya que la juventud trata de copiar modelos que nada tienen que ver con nuestros valores” (Córdova Peláez, 2017).

(Moncada, Los elementos comunicativos, 2016) “Quizá convendría reflexionar si actualmente estos medios orientan de una manera clara, verdadera y objetiva y

ayudan al perfeccionamiento de la persona o, por el contrario, los mensajes que nos llegan, no construyen, sino que transmiten una idea degradada del hombre y de su dignidad. Ante este panorama los padres deben buscar soluciones por la influencia negativa que pueden recibir los hijos. Por tanto, conviene dar criterio con el fin de educar su capacidad crítica y enseñarles a distinguir y a elegir”.

“Hay que dar un tiempo de calidad a los hijos, con cantidad de horas. Es importante saber qué piensan y qué les influye más. Discernir y observar. Así, por ejemplo, viendo juntos películas o programas de entretenimiento, haciendo comentarios y preguntas, conseguirá un clima de confianza que favorecerá el conocimiento y la comunicación. Los adolescentes, que por su edad son muy impresionables, también son muy idealistas, por lo tanto, no les costará mucho que entiendan la prioridad de la persona sobre las cosas; de la ética sobre la ciencia; del espíritu sobre la materia”. (Rumiche, 2015)

CONCLUSIONES

PRIMERO: El auge de los medios de comunicación ha hecho posible el acortamiento de las distancias, encontrando nuevas formas de desarrollo personal y social, pues nos mantenemos vinculados al resto del mundo.

SEGUNDO: El crecimiento que se ha dado, “real” y acelerado de la televisión y el internet han establecido una situación de degradación en la sociedad, y un “retraso” en el desarrollo real de las personas donde se ha establecido una pérdida de valores éticos y morales.

TERCERO: En la actualidad los medios de comunicación se han convertido en "jueces sociales de la los consumos y los modelos de vida. Afirman que lo que ellos indican es lo correcto y que lo que indica el resto de la sociedad es lo incorrecto, decidiendo cuáles son los hechos básicos, importantes y trascendentes del mundo.

CUARTO: Los medios de comunicación son considerados, desde el punto de vista social, como los únicos portadores de la verdad, dejando de lado otras formas de comunicación entre las personas.

Los diversos medios de comunicación influyen en un alto grado en la educación social y en el desarrollo de los niños y jóvenes y en la formación de la opinión pública.

REFERENCIAS CITADAS

Canales Cruz, C. (19 de septiembre de 2018). Influencias sociales de la comunicación. (M Patiño Sánchez, Entrevistador)

Córdova Peláez, C. (22 de junio de 2017). Sociedad y televisión. (S. Contreras Camino, Entrevistador)

Criollo, C. (2013). *La importancia de los medios de comunicación*. Piura: Universitaria.

De la Cruz, J. (25 de junio de 2016). Los medios de comunicación. (J. Rumiche, Entrevistador)

Desconocido, (2016) Medios de comunicación ventajas y desventajas, libertad Escrita, recuperado de: <https://hachito771.blogspot.com/2016/10/medios-de-comunicacion.html>

Espinoza Celi, J. (16 de octubre de 2017). Importancia de la televisión en la sociedad. (A. Carrillo Centurión, Entrevistador)

Fernández Collazos, P. (21 de agosto de 2018). La televisión y la sociedad. (A. Ramos Contreras, Entrevistador)

Godos Curay, M. (2014). *La comunicación como elemento social*. Piura: Universitaria.

Godos, M. (22 de marzo de 2015). La globalización. (M. Rumiche, Entrevistador)

Moncada, M. (2016). *Los elementos comunicativos*. Piura: Universitaria.

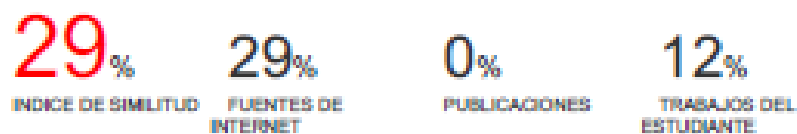
Moncada, M. (2016). Los medios de comunicación como elemento social. *Comunicándonos (Universitaria)*, 52.

Montúfar, T. (16 de octubre de 2011). Los medios de comunicación. (J. Navarro, Entrevistador)

- Flores, M. (2013). Metodología de la Investigación. México
- Montúfar, T. (22 de agosto de 2015). Importancia comunicativa. (M. Rumiche, Entrevistador)
- Palacios, T. (2015). La importancia de los medios de comunicación. *Comunicándonos*, 45.
- Peña Portugal, A. C. (16 de agosto de 2017). El sentido de internet. (C. Palacios Sánchez, Entrevistador)
- Rumiche, M. (2015). *El desarrollo de la comunicación social*. Piura: Universitaria.
- Sánchez Palomino, M. (30 de marzo de 2018). Internet: una puerta a la tecnología. (P. Castillo Molina, Entrevistador)
- SINC.es, A. (12 de setiembre de 2018). *Los medios de comunicación*. Obtenido de Situaciones problemáticas: <https://www.agenciasinc.es/Noticias/>
- Wikipedia. (13 de octubre de 2018). *Medios de comunicación*. Obtenido de Medios de comunicación: <http://www.wikipedia>
- Antisociales (ICA). Departamento de Psicología. Universidad de Oviedo.
- Levis, D. (1997). Los videojuegos, un fenómeno de masas. Barcelona: Paidós.
- Marques, P. (2000). Videojuegos: Efectos psicológicos Revista de Psiquiatría Infantil y Juvenil.
- GARCÍA G, María del Carmen. (2000). Televisión, violencia e infancia. Barcelona. PAIDOS.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO CONDICIONANTE DEL COMPORTAMIENTO DE LOS NIÑOS DEL NIVEL INICIAL

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hachito771.blogspot.com Fuente de Internet	19%
2	es.slideshare.net Fuente de Internet	6%
3	cienciasparamc.blogspot.com Fuente de Internet	2%
4	www.monografias.com Fuente de Internet	1%
5	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
6	lasarrugasnoseoyen.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
7	formularios.dane.gov.co Fuente de Internet	<1%
8	bdigital.uao.edu.co Fuente de Internet	<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias + 15 words

Excluir bibliografía

Activo