



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 27 FEBRERO 2010

## “ESTUDIO DE DIFERENTES PROGRAMAS TELEVISIVOS Y SU REPERCUSION EN EDUCACIÓN”

AUTORÍA <b>M<sup>a</sup> INMACULADA MARTÍN CASTAÑO CARRASCO</b>
TEMÁTICA <b>COEDUCACIÓN, TALLERES</b>
ETAPA <b>EP, ESO, FP, EA</b>

### Resumen

Los programas educativos no son tan bien aceptados como los de entretenimiento, y dentro de éstos, existen variaciones dependiendo de si aporta algún tipo de conocimiento o simplemente se trata de informar. Para observar hasta que punto los programas educativos u otros que proporcionan conocimientos de ocio o informativos son aceptados, se realizó un estudio entre 20 personas de diferentes edades y niveles educativos y profesiones.

### Palabras clave

Medios de comunicación, franjas horarias, programas culturales.

### 1. INTRODUCCIÓN.

Los medios de comunicación de masas juegan un gran e importante papel en la sociedad. La radio, la prensa escrita y, sobre todo, la televisión, son utilizadas como herramientas de trabajo imprescindibles para que gobiernos, partidos políticos, las grandes empresas, las multinacionales, la Iglesia, etc. puedan reclamar nuestra atención, con el fin de vendernos “bienestar y calidad de vida”, votos, moda, productos y servicios (a veces) innecesarios, tecnología, etc.

A través de la televisión, sobretodo, pueden llegar a convencernos de que ellos saben lo que necesitamos, lo que deseamos y lo que nos interesa y conviene. Nos imponen la forma de vida, los sueños, los deseos, los valores, las aspiraciones. Para ello se sirven de la publicidad, los programas, las series, los concursos,... cualquier formato sirve para imponernos sus deseos.

Casi siempre esos deseos nos transmiten una información que, a veces, está muy lejos de educarnos en los valores de la justicia, solidaridad, tolerancia, respeto, igualdad, amor por el prójimo y por uno mismo. Muy al contrario, nos muestran que todo vale con tal de salir en la “tele”, de conseguir lo que uno quiere, de hacerse “famoso” aunque el costo sea dejarse humillar.

### 2. LA TELEVISIÓN EN LA EDUCACIÓN

Por lo general, los programas incluidos en las parrillas de programación de los diferentes canales han perseguido el espectáculo, en menor medida la información, y en proporción ínfima la educación de la audiencia. Cada vez son más las voces que restan credibilidad a la información emitida en la



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 27 FEBRERO 2010

televisión, defendiendo que ésta no es más que un medio de influencia, una forma de manipular a la sociedad. Con frecuencia la televisión ha sido acusada de dar una visión fragmentada, descontextualizada y a veces caótica de la realidad.

Entonces, la pregunta es por qué necesitamos la televisión para la educación. Las respuestas son múltiples:

- 1) Es un medio importante de socialización.
- 2) Su nivel de implantación en la sociedad hace que no tenga competidor posible.
- 3) Es un medio capaz de compensar ciertas desigualdades sociales.
- 4) Puede transmitir de valores, normas y conceptos.
- 5) Es un medio de apoyo al sistema educativo.
- 6) Resulta un medio atractivo para los niños y jóvenes.

Para valorar la calidad de algunos de los programas llamados culturales, se realizó un estudio durante el año 2004 en que se preguntaba a 20 personas de diferente edad y de profesiones y niveles de estudio diferentes, sobre la valoración que le daban a esos programas, siguiendo una serie de parámetros. Con el fin de conocer la utilidad y efectividad de esos programas en la docencia o en la vida de cada uno, se iniciaron una serie de investigaciones. En general, la investigación, en relación a los medios en la educación, está centrada en tres cuestiones de gran actualidad:

- 1) Las influencias generales de los medios.
- 2) Conocimientos de los contextos en los que se pueden utilizar los medios para alcanzar objetivos intencionados para apoyar la docencia o para desarrollar diferentes aspectos de la vida.
- 3) Posibilidades didácticas de actuación pedagógica con los medios.

### 3. PROGRAMAS SELECCIONADOS PARA EL ESTUDIO

#### • PROGRAMA 1

Título: Telesigno Entidad televisiva: Canal Sur 2

Cuestiones que se pueden aprender:

“Telesigno” es un programa semanal que ofrece noticias de actualidad al colectivo de personas sordas. En el se utiliza en todo momento el lenguaje de signo.

Por ejemplo, en el programa del día 27 de julio de 2003 se trataron las siguientes noticias: transición del gobierno de Irak, neumonía asiática, las mujeres desaparecidas de la Ciudad de Juárez (México) y más ampliamente, la acogida de dos niños sahararuis (uno de ellos con deficiencias psíquicas) por una familia de sordos.

Este programa puede ser utilizado para el aprendizaje y práctica del lenguaje de signo especialmente, pero también podría utilizarse en un taller de educación en valores o en unas jornadas sobre sensibilización social.

Posibles destinatarios:



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 27 FEBRERO 2010

Como posibles destinatarios estarían los alumnos de un curso de lenguaje de signo, las alumnas de una escuela de madres, y los alumnos de un taller de educación en valores (adultos sobre todo, y adolescentes, tengan deficiencias auditivas o no).

- **PROGRAMA 2**

Título: La Botica de la Abuela

Entidad televisiva: Televisión Española 2

Cuestiones que se podían aprender:

La Botica de la Abuela era un programa que se emitía de lunes a viernes. Sus presentadores eran una señora mayor y un señor de mediana edad que anticipaba lo que iba a hacer la señora. Esta elaboraba platos de dieta sana, aconsejaba sobre los alimentos que debe contener una buena dieta en general, y señalaba la importancia de los mismos en las personas de avanzada edad. También comentaba las características, utilidades y aportaciones que hacen a la salud, las frutas y verduras.

Este programa enseñaba a elaborar una dieta sana y a tener buenos hábitos alimenticios, además de fomentar las relaciones sociales en las personas mayores (algo muy importante en esta etapa de la vida).

Posibles destinatarios:

Este programa sería de gran utilidad en un taller sobre educación para la salud dirigido a personas mayores, por que la presentadora era una encantadora señora mayor que elaboraba platos y bebidas ligeros compuestos de mucha fibra y vitamina (ideal para las personas de esta edad), y siempre da consejos adecuados para los mayores, como por ejemplo insistir en la importancia de salir e invitar a los amigos.

- **PROGRAMA 3**

Título: Art Attack Entidad televisiva: Disney Channel

Cuestiones que se pueden aprender:

Este es un programa semanal en el que se elaboran dibujos y objetos útiles con diferentes técnicas, mostrando el proceso paso por paso.

Se puede aprender técnicas de dibujo, destrezas para la creación de manualidades, ayuda a desarrollar la creatividad así como a que el niño o adolescente aprenda a expresarse de formas diferentes.

Posibles destinatarios:

Dado el interés del contenido, la motivación que despierta el mismo y el entusiasmo que proyecta el presentador, este programa podría ser de aplicación para casi todas las edades, pero por su formato, se diría que va dirigido a niños y adolescentes. Sin embargo, podría ser utilizado en una clase de educación formal, de dibujo o manualidades, con estudiantes de primaria y secundaria, en talleres de creación de cómics, de manualidades... ofrecidos por los ayuntamientos para niños, adolescentes, jóvenes, mujeres y jubilados.



ISSN 1988-6047    DEP. LEGAL: GR 2922/2007    N° 27 FEBRERO 2010

• **PROGRAMA 4**

Título: Bricomanía    Entidad televisiva: Televisión Española 2

Cuestiones que se pueden aprender:

En este programa enseñan bricolaje para el hogar: arreglar una silla que está vieja, hacer una estantería, etc., y también enseñan técnicas de jardinería, como trasplantar un naranjo, crear un parterre, etc. La parte principal es el bricolaje del hogar y luego pasan a los “briconsejos” de carpintería y jardinería.

Las cuestiones a aprender son: sacar provecho de objetos no servibles, y adquirir destrezas y conocimientos de jardinería y carpintería.

Posibles destinatarios:

Los destinatarios de este programa pueden ser los alumnos de un curso de formación ocupacional de carpintería, jardinería, monitor de manualidades... También los adultos y jóvenes que asistan a talleres, de ayuntamientos o asociaciones (rehabilitación de toxicómanos, por ejemplo), que tengan relación con los temas tratados.

• **PROGRAMA 5**

Título: El Club de las Ideas    Entidad televisiva: Canal Sur 2

Cuestiones que se pueden aprender:

Este es un programa que dura treinta minutos pero que están muy bien aprovechados. Se estructura de la siguiente forma:

- 1) Entrevista a una personalidad relacionada con el mundo del libro.
- 2) Se presentan:
  - una experiencia de animación a la lectura y encuentros con el autor.
  - estadísticas informativas relacionadas con la lectura.
  - diferentes experiencias, como cuentacuentos, etc.
  - Ideas como talleres de lectura, por ejemplo, exclusivo para mujeres.
- 3) Se recomiendan determinadas películas, la mayoría creadas a partir de algún libro, como “El embrujo de Shangai”, novela de Juan Marsé.

Las cuestiones principales a aprender es el fomento a la lectura (para todo público), la creatividad y motivación en la didáctica del profesorado (aprender nuevas metodologías, estrategias y recursos a la hora de enseñar a los alumnos),...

Posibles destinatarios:

Este formato puede ser utilizado, especialmente, en formación permanente de profesores, educadores, animadores, monitores relacionados con la educación,...

También sería útil con alumnos que estén cursando Pedagogía, Educación Social, Educación Infantil, Ciencias de la Educación, o cualquier otra carrera que requiera en sus alumnos la adquisición de destrezas para la enseñanza o educación.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 27 FEBRERO 2010

#### 4. DATOS A TENER EN CUENTA SOBRE LAS PERSONAS ENCUESTADAS.

El estudio se realizó mediante cuestionarios a 20 personas de diferentes edades, niveles de estudios y estatus sociales:

- a) 2 personas, con edades superiores a los 65 años no poseían ningún estudio y se encontraban jubiladas.
- b) 8 personas poseían los estudios básicos de EGB. Sus edades variaban entre los 23 años y los 70 (23, 27, 28, 30, 32, 38, 46 y 69) y sus profesiones diferían enormemente, siendo la más joven una comercial, y el mayor un jubilado (los demás eran: camionero, ama de casa, secretaria, vendedor, funcionario administrativo y profesora)
- c) Una persona poseía el título de la ESO (estudiante de bachillerato con 17 años).
- d) 5 de los encuestados tenían formación profesional FP1, y sus edades variaban entre 31 y 41 años.
- e) 3 personas poseían el título de formación profesional FP2, y sus edades oscilaban entre 30 y 42 años.
- f) Una de las encuestadas poseía el título universitario (Geografía e Historia).

#### 5. RESULTADOS OBTENIDOS A PARTIR DE LAS ENCUESTAS RESPECTO A CONTENIDOS Y MOTIVACION.

Los encuestados tenían que valorar cuales eran los contenidos que resaltaba cada uno de los programas estudiados, tomándose como medida los siguientes contenidos:

- o Contenidos científicos.
- o Contenidos de prensa rosa.
- o Contenidos relacionados con la educación, didáctica o pedagogía.
- o Contenidos de índole profesional.

Según los programas, los resultados quedarían de la siguiente forma:

- 1) Programa 1: Telesigno
  - a) 8 personas consideraban que poseía contenidos de tipo científico,
  - b) 14 personas consideraban que poseía contenidos de tipo "rosa",
  - c) 1 persona creía que tenía contenidos didácticos,
  - d) Y 5 personas consideraban que sus contenidos eran de índole profesional.
- 2) Programa 2: La Botica de la Abuela
  - a) 12 personas consideraban que dentro de sus contenidos se trataban aspectos científicos,
  - b) 2 personas creían que también se trataban temas de aspecto social o de prensa rosa,
  - c) 6 personas creían que sus contenidos tenían aspectos curriculares o didácticos, y
  - d) 9 encontraban aspectos relacionados con profesiones afines.
- 3) Programa 3: Art Attack
  - a) 5 personas veían en sus contenidos aspectos relacionados con la ciencia,
  - b) Ninguna persona encontró contenidos relacionados con la prensa rosa,



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 27 FEBRERO 2010

- c) 12 relacionaban los contenidos con aspectos curriculares o didácticos,
  - d) 7 encontraban que podían tener contenidos relacionados con algunas profesiones afines.
- 4) Programa 4: Bricomanía
- a) 3 personas encontraban que dentro de sus contenidos se encontraban aspectos de índole científico.
  - b) Ninguna persona encontró contenidos relacionados con la prensa rosa,
  - c) 11 encontraban aspectos relacionados con la didáctica o con el currículo educativo de FP
  - d) 16 encontraban aspectos que podían ser útiles en algunas profesiones.
- 5) Programa 5: El Club de las Ideas
- a) Ninguna persona encontró contenidos relacionados con la ciencia,
  - b) Ninguna persona encontró contenidos relacionados con la prensa rosa,
  - c) 3 encontraron aspectos relacionados con el currículo,
  - d) Ninguna persona encontró contenidos relacionados con profesiones.

En cuanto a la motivación, siguiendo el mismo esquema, para cada programa, se calcularon los valores para los siguientes ítems:

- o Suscita interés,
- o Exige atención
- o Es atractivo,
- o Aburre
- o Es innovador
- o Fomenta la creatividad,
- o Motiva para interesarse más adelante por el tema
- o Motiva a seguir los diferentes programas del mismo estilo.

Según los programas, los resultados quedarían de la siguiente forma:

- 1) Programa 1: Telesigno
- a) 1 persona consideraba que aburre,
  - b) 1 persona considera que es innovador.
- 2) Programa 2: La Botica de la Abuela
- a) 3 personas consideraban que suscita interés
  - b) 5 personas creían que también era atractivo
  - c) 8 personas creían que Aburre
  - d) 5 pensaban que es un programa innovador
  - e) 3 pensaban que fomenta la creatividad
  - f) 6 personas creen que motiva a estudiar más el tema
  - g) 7 que inducía a ver más programas del mismo estilo.
- 3) Programa 3: Art Attack
- a) 9 personas les suscitaba interés
  - b) 5 creían que exigía atención
  - c) 7 que es un programa atractivo,
  - d) 4 que aburre



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 27 FEBRERO 2010

- e) 4 que es innovador
  - f) 7 que fomenta la creatividad,
  - g) 8 que motiva a estudiar el tema más a fondo
  - h) 6 que motivaba a ver más programas similares
- 4) Programa 4: Bricomanía
- a) 4 personas encontraban suscita interés
  - b) 8 que exige atención
  - c) 5 que es un programa atractivo
  - d) 4 que aburre
  - e) 4 que es un programa innovador
  - f) 4 que fomenta la creatividad
  - g) 3 que motiva a estudiar más a fondo los temas
  - h) 5 que motiva a ver programas similares
- 5) Programa 5: El Club de las Ideas
- a) 4 personas encontraron el tema interesante
  - b) 7 creían que exige atención el programa
  - c) 3 lo consideraban atractivo
  - d) 2 pensaban que aburre
  - e) 3 que es un programa innovador,
  - f) 6 que fomenta la creatividad
  - g) 3 que motiva a indagar más los temas tratados
  - h) 2 que fomenta ver más programas similares.

## 6. EL CLUB DE LAS IDEAS.

“El Club de la Ideas” es un programa que se ha mantenido en la palestra de Canal Sur desde hace ya más de 5 años. Muestra las diferentes experiencias e iniciativas que se llevan a cabo en el ámbito de la educación: formal, no formal e informal. En el encontramos entrevistas, noticias de interés para el sector educativo, actividades lúdico- educativas, etc. Es un programa muy relacionado con el sistema educativo pues ofrece información diversa que puede ser útil para todos los profesionales relacionados con la educación.

La intención al escoger este programa era ver qué opinión tenían unas personas, cuya profesión no tiene nada que ver con la educación, de un programa que desconocían, que se sale de lo común y que va dirigido tanto a profesionales como a cualquier persona interesada en aprender de forma novedosa y diferente.

En cuanto al interés que despierta, el 40% de los encuestados opinaba que bastante y mucho, en contra del 15% que ha marcado “deficiente”. Hay un 75% que piensa que es atractivo frente al 25% que vota por poco atractivo. Ante esto, hay que destacar que el 52'63% considera que es aburrido-bastante aburrido-muy aburrido, lo que choca con los datos anteriores. A pesar de ello, el 70% piensa estudiar el tema, y el 65% elige que motiva ver más programas.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 27 FEBRERO 2010

En cuanto a la publicidad, el programa no hace ningún corte publicitario; sin embargo, en uno de los reportajes se repite varias veces el título de un libro y aparece un plano del mismo, donde se puede apreciar el título, autor y editorial. Esto ha sido observado por el 95% de los encuestados, de los cuales, el 70% considera publicidad la recomendación que hace el presentador de una película o de un libro.

Referente a lo que más molestó, se observa que el más numeroso ha sido “el presentador” con un 25% de los votos, seguido de “la falta de tiempo” con un 20%.

En lo que más ha gustado, destaca “el fomento a la lectura” (30%) y el “entusiasmo de niños” y “entusiasmo del profesor” (25% y 20%, respectivamente). Resaltar que un 15% de los entrevistados optó por “nada”.

Pocos de los entrevistados apoyan este tipo de programas. A casi todos ellos no les parece mal pero no les llama la atención, les aburre o no les gusta ese tipo de programas. Entre las críticas destaco las dirigidas hacia el presentador

La conclusión que saco es que, de todos los encuestados (personas jubiladas con formación mínima, amas de casa sin estudios y mayores de 65 años, estudiante de ESO, gente entre los 23 y 42 años que poseen un trabajo, algunos sin titulación y otros con titulación media,...) en su mayoría les interesa más un programa que les divierta, o que traten de temas que les interese como los coches, las noticias de actualidad, el fútbol y las “buenas películas”. Esta información no se ve reflejada en las fichas pero sale de los debates que se abrieron tras el visionado del programa.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

GARCÍA MATILLA, A. (2003). *Una televisión para la Educación. La utopía posible*. Barcelona: Editorial Gedisa

[Diariosigno.com](http://Diariosigno.com)

[www.canalsur.es/.../programa?.../el\\_club\\_de\\_las\\_ideas/](http://www.canalsur.es/.../programa?.../el_club_de_las_ideas/)

[www.boticabuella.com](http://www.boticabuella.com)

[www.Bricomanía.com](http://www.Bricomanía.com)

Autoría

- 
- Nombre y Apellidos: M<sup>a</sup> Inmaculada Martín-Castaño Carrasco.
  - Centro, localidad, provincia: Córdoba.
  - E-mail: naranjayvioleta@yahoo.es