

LA FAMILIA COSTARRICENSE Y LA TELEVISION*

Bach. María de los Angeles Carrillo
IDESPO
Universidad Nacional

PRESENTACION

Con el pasar de los años la televisión masiva han ido explotando cada vez más de un sitio en el seno familiar. Antes era la época de la imagen animada con dibujos y la familiaridad que involucra una variedad de los estilos del arte humano como apoyo a la comunicación. Y por lo tanto se debe hacer un estudio para conocer y comprenderla.

El poder y la influencia de la televisión es un fenómeno que ha generado las distancias más grandes entre los estudios de esta materia.

Los medios masivos son considerados como canales importantes de socialización y es por esto que el acceso a ellos se está convirtiendo en un signo de prestigio.

Vamos cómo los adultos se acostumbran ante la rápida transformación de valores, mientras que los jóvenes absorben más aceleradamente toda esta nueva escala de comportamiento.

Es importante determinar hasta dónde este medio masivo contribuye a la creación de valores, des, transmisión de estilos de comportamiento y de relaciones de consumo que no están acorde con el desenvolvimiento de nuestras sociedades y que muchas veces llevan hasta la deformación de la conciencia de los individuos y la pérdida de valores familiares y sociales.

La televisión es igual que los otros medios masivos deben ser medidos de gran alcance moral, ético y no sustituir los valores negativos como la violencia, los vicios, y la promiscuidad para cambiarlos es necesario conocerlos y es por eso que se consideran importantes los estudios que a la televisión el presente estudio.

LAS POBLACIONES DE ESTUDIO

* Producto del Proyecto de Investigación No. 846003.



LA FAMILIA COSTARRICENSE Y LA TELEVISION

Bach. María de los Angeles Carrillo
IDESPO

PRESENTACION

Con el pasar de los años los medios de comunicación masiva han ido apoderándose cada vez más de un sitio en el seno familiar. Ahora esta es la época de la imagen animada, con la belleza y verosimilitud que involucra usar varios de los sentidos del ser humano como apoyo a la comunicación, y por lo tanto, se debe hacer un esfuerzo para conocerla y comprenderla.

El poder y la influencia de la televisión es un fenómeno que ha generado las discusiones más enconadas entre los estudiosos de esta materia.

Los medios masivos son considerados como canales informales de socialización y es por esto, que el acceso a ellos se está convirtiendo en un signo de prestigio.

Vemos cómo los adultos se asombran ante la repentina transformación de valores, mientras que los jóvenes absorben más aceleradamente toda esta nueva escala de comportamiento.

Es importante determinar hasta dónde este medio masivo contribuye a la creación de necesidades, transmisión de pautas de comportamiento y de aspiraciones de consumo que no están acordes con el desenvolvimiento de nuestras sociedades y que muchas veces llegan hasta la deformación de la conciencia de los individuos y la pérdida de valores familiares y sociales.

La televisión al igual que los otros medios masivos deberían ser modelos de gran alcance moralizante y no sustentadores de valores negativos como la violencia, los vicios, y la pornografía, pero para cambiarlos es necesario conocerlos y es por eso, que se consideran importantes los aportes que a la temática hace el presente análisis.

I. LAS POBLACIONES DE ESTUDIO

Fue el deseo del proyecto IDESPO—CORNELL seleccionar una población de estudio amplia y heterogénea, con el fin de realizar comparaciones entre diversos tipos sociales y educacionales. Den-

tro de la muestra general (alrededor de 5.000 estudiantes), se tuvo la oportunidad de seleccionar al azar a un entrevistado por sección, con el fin de indagar un poco más sobre sus actitudes y comportamientos.

Las respuestas que al cuestionario general dio esa submuestra de adolescentes son las que se analizan en este documento. La población estuvo constituida por 195 estudiantes que en 1985 cursaban del VI al XI Año de Educación. Los datos se analizan por sexo, edad, zona de residencia y nivel educativo.

Paralelamente, se ofrece la información que brindara la submuestra de los adolescentes desertores del sistema escolar, los cuales fueron tomados como grupo de control. Las referencias sobre ellos se obtuvieron de los colegios seleccionados y de los propios estudiantes. Los desertores fueron visitados en sus hogares para que llenaran un cuestionario similar al de la muestra general. En total se recolectó información sobre 175 adolescentes que habían abandonado sus estudios. La información de ellos se ofrece por sexo, edad y nivel educativo.

Como este es un estudio familiar, en 1986 los participantes en el estudio IDESPO—CORNELL se abocaron a hacer entrevistas cualitativas a los padres de los estudiantes seleccionados en la submuestra y a los del grupo de desertores. En total se cuenta con información de 243 padres de ambos sexos, quienes conversaron sobre sus hijos, su familia y las aspiraciones que tienen para ellos. Los datos que aquí se presentan se ofrecen bajo tres categorías, sexo del entrevistado, sexo y condición del hijo seleccionado.

Parte del estudio iba también dirigido a los profesores de los colegios seleccionados en la muestra general, lamentablemente sobre medios masivos sólo se les hizo una pregunta, cuya respuesta también se aporta como uno de los hallazgos encontrados por este estudio. La muestra de profesores fue de 252 personas. Esta parte del análisis se reforzó con la respuesta que 19 funcionarios del Ministerio de Educación Pública dieron a esa misma interrogante.

II. CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS ENTREVISTADOS

1. LOS ESTUDIANTES

El más alto porcentaje de estudiantes entrevistados se concentra en edades que van entre los 12 y los 16 años resaltándose en especial aquéllos que manifiestan haber cumplido 13 años (25 %).

El porcentaje más alto de estudiantes cursaba al momento de la entrevista el VII Año (27 %). Con once puntos menos le siguen en orden de importancia aquéllos que estaban en VIII y X Años. (Anexo, Gráfico 1).

Un 46 por ciento de los estudiantes pertenece al sexo masculino y de ellos, el 33 por ciento reside en las zonas urbanas del país. En la división por residencia también se observa que las mujeres presentan una distribución muy similar a la de los varones entrevistados.

CUADRO 1

ENTREVISTADOS SEGUN SEXO POR ZONA DE RESIDENCIA Porcentajes, 1985

Categoría	Total	Zona de Residencia	
		Urbana	Rural
Sexo	100		
Masculino	46	33	13
Femenino	54	38	16

2. LOS DESERTORES

En cuanto a los adolescentes que han abandonado su educación formal se puede observar que casi la totalidad (95 %) permanece soltero. La submuestra de este grupo de control tuvo un mayor peso en aquéllos del sexo femenino y los que oscilan entre los 15 y 16 años (Anexo, Gráfico 2).

3. LOS PADRES Y LOS PROFESORES

En este estudio se logró entrevistar a más madres de familia (64 %). De su relación con los adolescentes entrevistados se observa que en un 58 por ciento son padres de jóvenes del sexo femenino y, aunque los datos son muy similares, se logró recolectar en mayor medida la información de los progenitores de aquéllos que habían abandonado el sistema educativo. Las características generales de los profesores entrevistados se ofrece en el Anexo, Gráfico 3.

CUADRO 2

SEXO DE LOS PADRES DE LOS ADOLESCENTES ENTREVISTADOS Porcentajes 1985

Sexo	Porcentajes
Total	100
Masculino	42
Femenino	5



III. DEDICACION DE LOS ADOLESCENTES A LA TELEVISION

1. HORAS QUE VE T.V.

En las zonas urbanas es donde más horas se ve televisión (Cuadro 3), pues el 86 por ciento le dedica más de una hora. En el área rural un 20 por ciento manifiesta ver poca o nada televisión. Los hombres dedican más tiempo a la televisión que las mujeres, según se destaca en el mismo cuadro, en ambos sexos, porcentajes mayores al 30 por ciento manifiestan dedicar tres o más horas a esa actividad.

Los desertores tienen mayor oportunidad de sentarse diariamente más tiempo al televisor. Si los datos se observan por edad se obtiene que quienes dedican más tiempo a la televisión son aquellos que tienen de 12 a 14 años de edad.

CUADRO 3

DISTRIBUCION DE LOS ENTREVISTADOS SEGUN SEXO, ZONA DE RESIDENCIA
POR HORAS CON QUE VE TELEVISION
Porcentajes, 1985

Condición entrevistado	Categoría	Total	Horas que ve televisión				NR	
			Nada o poca	1	2	3 ó más		
Estudiante	<i>Sexo</i>							
	Masculino	100	6	21	36	30	7	
	Femenino	100	16	21	23	34	6	
	<i>Zona de Residencia</i>							
	Urbana	100	9	23	33	30	5	
	Rural	100	20	17	18	37	8	
	Desertor	<i>Sexo</i>						
		Masculino	100	10	22	24	41	3
		Femenino	100	12	14	33	39	2
		<i>Edad</i>						
12 ó menos		100	0	0	20	80	0	
13		100	13	12	25	50	0	
14		100	13	4	30	53	0	
15		100	3	18	35	41	3	
16		100	13	13	34	37	3	
17		100	20	12	24	44	0	
18	100	5	33	33	24	5		
19	100	15	35	20	20	10		

2. PERCEPCION DE LOS PROFESORES

Sobre el tema anterior se les solicitó a los profesores que estimaran *¿qué porcentaje de estudiantes dijo tres horas o más?*, cuando les fue administrado el cuestionario un año atrás.

La mayoría de los educadores indistintamente de su sexo, edad y experiencia considera que más del 75 por ciento de sus estudiantes dedica casi todo su tiempo libre a la televisión (Cuadro 4).

Cuando se les administró a los personeros del Ministerio de Educación Pública este mismo cuestionario, fueron similares las respuestas a las de los docentes. El 79 por ciento considera que la mayoría de los entrevistados dedica diariamente a la televisión 3 horas o más.

CUADRO 4

OPINION DE LOS PROFESORES SOBRE QUE PORCENTAJE DE SUS ESTUDIANTES
VE T.V. TRES HORAS O MAS
Porcentajes 1986

<i>Características del profesor</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje de estudiantes</i>			
		<i>Menos 25</i>	<i>25 a -50</i>	<i>50 a -75</i>	<i>75 a 100</i>
<i>Sexo</i>					
Masculino	100	7	13	33	47
Femenino	100	8	4	29	59
<i>Edad</i>					
-20 años	100	0	0	44	56
20-24	100	0	0	26	74
25-29	100	17	8	28	47
30-34	100	9	11	27	53
35-39	100	6	7	31	56
40-44	100	6	9	45	40
45 y más	100	8	15	31	46
<i>Años impartir lecciones</i>					
-5 años	100	10	6	20	64
5 a 9	100	7	13	33	47
10-14	100	6	9	34	51
15-19	100	9	5	35	51
20 y más	100	6	6	33	55
<i>Especialidad</i>					
Ciencias Gener.	100	6	14	20	60
Orientación	100	12	0	28	60
Ciencias Hogar	100	15	0	38	47
Ciencias Sociales	100	3	16	36	45
Religión	100	7	0	48	45
Otro	100	9	6	31	54

CUADRO 5

DISTRIBUCION DE LOS ENTREVISTADOS SEGUN CON QUIEN VE TELEVISION
Porcentajes 1985

<i>Condición entrevistado</i>	<i>Categoría</i>	<i>Total</i>	<i>Con quién ve televisión</i>					<i>No ve</i>	<i>NR</i>
			<i>Solo</i>	<i>Familia</i>	<i>Amigos</i>	<i>Ambos</i>			
Estudiante	<i>Sexo</i>								
	Masculino	100	21	51	7	18	1	2	
	Femenino	100	9	60	3	24	3	2	
	<i>Zona de Residencia</i>								
	Urbana	100	16	61	3	20	0	0	
	Rural	100	11	42	12	22	6	7	
	<i>Edad</i>								
	12	100	12	56	6	21	3	3	
	13	100	6	66	2	18	2	6	
	14	100	19	58	3	20	0	0	
	15	100	19	63	9	7	2	0	
	16	100	21	56	0	24	0	0	
	17	100	10	37	13	40	0	0	
	18	100	50	25	0	25	0	0	
	19	100	0	67	0	0	33	0	
Desertor	<i>Sexo</i>								
	Masculino	100	12	58	8	19	1	1	
	Femenino	100	13	58	1	17	7	4	
	<i>Edad</i>								
	12	100	0	100	0	0	0	0	
	13	100	6	56	6	25	6	0	
	14	100	9	61	4	18	4	4	
	15	100	18	50	6	18	6	3	
	16	100	10	60	0	23	3	3	
	17	100	24	72	8	12	4	0	
	18	100	14	67	5	10	0	5	
	19	100	10	50	0	25	10	5	

3. *CON QUIEN VEN TELEVISION*

La mayoría de los adolescentes entrevistados sin hacer distintos de cuánto tiempo dedica a la televisión, manifiesta verla con sus familiares (Cuadro 5). Le sigue en orden de importancia cuando además de los parientes se ve T.V. con los amigos. Esta situación no se altera en gran medida al analizar los datos según zona de residencia, sexo, edad y condición de los adolescentes entrevistados.

4. *SEÑOR PADRE DE FAMILIA ¿CONTROLA USTED LOS PROGRAMAS QUE VEN SUS HIJOS?*

Con una frase similar a ésta, a veces es interrumpida la programación de la televisión costarricense. En este país, la Oficina de Censura es la que se preocupa por llevar un registro del tipo de programas que se está transmitiendo por la televisión. Sin embargo, esta entidad reconoce la responsabilidad que los padres tienen sobre lo que sus hijos hacen.

Por lo tanto, si la mayoría de los jóvenes pasa tres horas o más viendo la programación con su familia, ¿qué es lo que hacen sus padres? Al respecto, más del 50 por ciento de los progenitores entrevistados manifiesta que orienta a sus hijos sobre los programas que ven en la televisión. Se observa en los datos un mayor interés entre aquéllos que son padres de estudiantes y de hijos varones. (Cuadro 6).

IV. *PREFERENCIAS HACIA DIFERENTES PROGRAMAS DE T.V.*

Cuando se interrogó a los padres sobre el tipo de programa preferido por su familia un alto porcentaje dio una respuesta (Cuadro 6). Las películas y las telenovelas acaparan la atención familiar sin hacer distinciones de la condición del hijo entrevistado o del sexo del padre.

Al respecto también se observa que en los hogares donde la madre fue la respondiente los programas musicales tienen igual acogida que las telenovelas.

Como mínimo en uno de cada diez hogares de los costarricenses entrevistados el programa preferido son las fábulas, situación que no es de extrañar si se tiene presente que las televisoras dedican casi toda la tarde de lunes a viernes a transmitir este tipo de programas, para entretener a los niños que se quedan en casa.

Asimismo los padres reconocen que son "el suspenso, la acción y la violencia" los principales ingredientes del programa preferido por su familia, le siguen, en orden de importancia, otros netamente de entretenimiento como lo son las "románticas y dramas" así como los programas cómicos.

1. *MUSICA, CONCURSOS Y DEPORTES*

La mayoría de los adolescentes entrevistados que ven dos horas o más de televisión, dedica mucho tiempo a ver programas de música, concursos y deportes.

CUADRO 6

DISTRIBUCION DE LOS PADRES SEGUN PERCEPCION DE LOS PROGRAMAS DE T.V. PREFERIDOS POR FAMILIA
Porcentajes 1986

Categoría	Sexo entrevistado		Sexo hijo		Status hijo	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Estudiante	Desertor
<i>Orientan programas que ven los hijos</i>	100	100	100	100	100	100
SI	53	57	63	49	63	48
NO	38	29	27	36	28	37
NR	9	14	10	14	9	15
<i>Clase de programa</i>	100	100	100	100	100	100
Música	7	14	15	9	12	11
Telenovelas	24	14	9	23	15	19
Noticias	2	2	2	2	3	2
Películas	34	28	36	26	31	29
Fábulas	10	14	12	13	14	11
Deportes	5	6	9	4	6	6
Otro	12	14	13	13	11	15
No tiene T.V./No ve	3	5	3	6	5	4
NS/NR	3	3	1	4	3	3
<i>Tema que trata</i>	100	100	100	100	100	100
Suspense, acción, violencia	32	27	35	24	26	32
Sexo	2	1	2	1	1	1
Románticas, dramas	19	10	9	16	13	14
Educativas	5	7	4	7	7	5
Cómicas	15	14	13	16	17	12
Deportivas	5	7	10	4	7	5
Musicales	7	14	14	10	13	11
Ciencia ficción	1	1	2	1	1	2
Otro	1	1	0	2	0	5
NS/NR	13	18	12	19	0	0

CUADRO 7

DISTRIBUCION DE LOS PADRES SEGUN FRECUENCIA CON QUE SU FAMILIA VE
TELENOVELAS Y PELICULAS Y SU OPINION SOBRE ELLAS
Porcentajes 1986

Categoría	Sexo entrevistado		Sexo hijo		Status hijos	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Estudiante	Desertor
Total	100	100	100	100	100	100
<i>Frecuencia ven novelas</i>	78	81	86	77	82	77
MUCHA	15	11	9	15	16	9
ALGO	26	26	22	30	27	25
POCA	7	15	12	12	13	11
NADA	30	29	43	20	26	32
<i>Frecuencia ve películas</i>	9	9	9	8	6	11
MUCHA	6	0	2	1	3	0
ALGO	3	5	3	5	1	7
POCA	1	3	3	2	2	3
NADA	0	1	1	0	0	1
NR/NA	13	10	5	15	12	12
<i>Opinión sobre telenovelas y películas</i>	100	100	100	100	100	100
Positiva	1	10	8	6	5	8
Positiva con aspec. negati- vos	9	16	16	11	9	17
Igualmente positiva y ne- gativa	15	17	19	15	22	11
Negativa con aspec. positi- vos	18	10	12	14	15	11
Negativa	51	34	35	44	40	40
NR/NA/NS	6	14	10	10	9	13

Estos programas son los que muestran los porcentajes más altos según sexo y zona de residen-
cia. Son los hombres, en mayor porcentaje (59 0/o a 41 0/o) quienes ven más programas de este tí-
po. En ambas zonas de residencia, los mayores porcentajes están dedicados a ver mucho este tipo de
programas. Sin embargo, llama la atención que la proporción de los residentes en las zonas rurales no
los ve nunca (11 0/o).

CUADRO 7a

DISTRIBUCION DE LOS ENTREVISTADOS SEGUN TIEMPO QUE DEDICA A VER PROGRAMAS DE MUSICA, CONCURSOS, DEPORTES
Porcentajes 1985

Condición entrevistado	Categoría	Total	Tiempo que dedica					N.R.
			Mucho	Algo	Nada	No ve		
Estudiante	<i>Horas que dedica</i>							
	Poca	100	18	35	27	5	16	
	1 hora	100	42	44	3	0	11	
	2 horas	100	56	38	4	0	2	
	3 ó más	100	58	31	7	0	4	
N.R.	100	51	34	5	0	10		
	<i>Sexo</i>							
	Masculino	100	59	55	4	1	4	
	Femenino	100	41	40	11	1	8	
	<i>Zona de Residencia</i>							
	Urbana	100	51	39	5	0	6	
	Rural	100	43	31	15	2	9	
	<i>Edad</i>							
	12 ó menos	100	63	20	9	0	8	
	13	100	38	48	6	0	8	
	14	100	49	39	5	0	7	
	15	100	37	51	5	2	5	
	16	100	55	30	15	0	0	
	17	100	57	33	7	0	3	
	18	100	25	0	75	0	0	
	19	100	72	14	0	0	14	
Desertor	<i>Sexo</i>							
	Masculino	100	32	49	14	1	4	
	Femenino	100	36	35	17	8	4	

Continuación Cuadro 7a

Condición entrevistado	Categoría	Total	Tiempo que dedica				N.R.
			Mucho	Algo	Nada	No ve	
Desertor	Edad						
	12 ó menos	100	20	20	40	20	0
	13	100	6	25	44	25	0
	14	100	4	9	43	44	0
	15	100	3	12	53	29	3
	16	100	3	0	40	50	7
	17	100	0	16	40	40	4
	18	100	5	28	38	24	5
	19	100	15	30	25	20	10

Quando se indaga el tiempo que dedican a los programas, se observa que no hay una edad que se distinga para preferir este tipo de evento, aunque los porcentajes se distribuyen en mayor medida en los que algo o nada los ven.

Con relación a la muestra de desertores se observa que el mayor porcentaje según sexo (49 % y 35 % respectivamente) sólo dedica "algo" de su tiempo a ver programas de música, concursos y deportes.

2. DRAMA Y PELICULAS DE CINE

Son pocos los estudiantes que dedican sus horas de televisión a ver este tipo de programas en la T.V. cuya duración es de casi dos horas. A este respecto, los porcentajes mayoritarios están entre quienes ven tres horas o más de televisión (37 %).

Con relación al sexo y a la zona de residencia se observa que en alguna medida son los hombres y los que viven en las zonas urbanas quienes dedican más de su tiempo a ver dramas y largometrajes.

Los datos de los desertores demuestran que el mayor porcentaje de los entrevistados no dedica nada de su tiempo a este tipo de programación. Si se observa la información según la edad se obtiene que el más alto puntaje de visión lo reportan los de 16 y 17 años; le siguen en orden de importancia el grupo de 14 y 15 años, que se concentra con porcentajes iguales (35 %) en la categoría de "algo" cuando indican el tiempo que le absorben los dramas y las películas de cine.

CUADRO 7b

DISTRIBUCION DE LOS ENTREVISTADOS SEGUN TIEMPO QUE DEDICA A VER
 DRAMA Y PELICULAS DE CINE
 Porcentajes 1985

Condición entrevistado	Categoría	Total	Tiempo que dedica				N. R.
			Mucho	Algo	Poco	No ve	
Estudiante	<i>Horas que dedica</i>						
	Nada	100	3	31	42	21	23
	1	100	10	21	58	0	0
	2	100	22	43	25	6	4
	3 ó más	100	37	36	15	2	10
	N. R.	100	26	44	5	0	25
	<i>Sexo</i>						
	Masculino	100	26	39	28	1	7
	Femenino	100	20	31	31	5	14
	<i>Zona de Residencia</i>						
Urbana	100	27	35	26	2	10	
Rural	100	10	33	36	6	15	
Desertor	<i>Sexo</i>						
	Masculino	100	21	28	42	4	5
	Femenino	100	15	30	40	10	5
	<i>Edad</i>						
	12 ó menos	100	20	20	60	0	0
	13	100	13	38	44	6	0
	14	100	22	35	30	9	4
	15	100	9	35	41	6	9
	16	100	27	23	33	10	7
	17	100	28	28	40	4	0
18	100	10	29	48	10	5	
19	100	10	20	50	10	10	

CUADRO 7c

DISTRIBUCION DE LOS ENTREVISTADOS SEGUN TIEMPO QUE DEDICA A LAS
TELENOVELAS
Porcentajes 1985

Condición entrevistado	Categoría	Total	Tiempo que dedica				N.R.
			Mucho	Algo	Poco	No ve	
Estudiante	<i>Horas que dedica</i>						
	Nada	100	4	0	58	7	31
	1	100	15	12	61	5	7
	2	100	5	8	66	14	7
	3 ó más	100	15	13	59	6	7
	NR	100	0	5	80	15	0
	<i>Sexo</i>						
	Masculino	100	4	6	70	12	8
	Femenino	100	15	12	56	4	12
	<i>Edad</i>						
12 ó menos	100	0	5	76	11	9	
13	100	26	9	49	7	10	
14	100	6	14	59	10	10	
15	100	5	14	74	5	2	
16	100	18	12	50	3	18	
17	100	0	7	80	7	7	
18	100	0	0	100	0	0	
19	100	0	0	33	34	33	
Desertor	<i>Sexo</i>						
	Masculino	100	1	1	69	24	5
	Femenino	100	13	19	50	14	4
	<i>Edad</i>						
	12 ó menos	100	20	0	60	20	0
	13	100	0	37	50	13	0
	14	100	9	9	60	13	9
	15	100	6	12	56	20	6
	16	100	7	3	66	17	7
	17	100	8	8	56	28	0
18	100	5	14	62	14	5	
19	100	10	10	55	20	5	

3. LAS TELENOVELAS

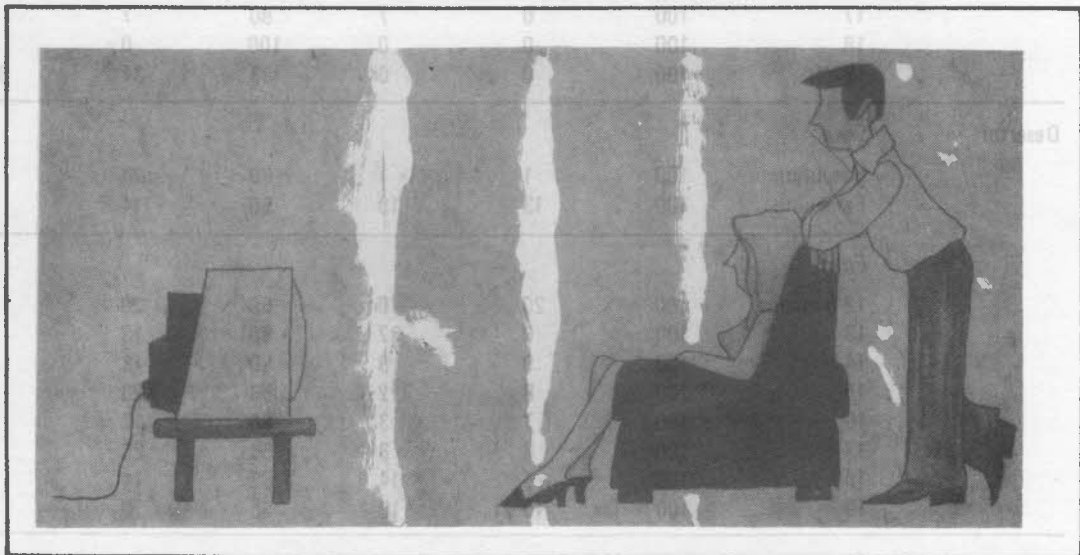
La gran mayoría de los adolescentes no dedica su tiempo de televisión a ver telenovelas. Únicamente un 13 por ciento de las mujeres estudiantes manifiesta ver con frecuencia telenovelas; un porcentaje un poco más alto es el que reporta dedicar algo de su tiempo a ello. Una proporción ínfima de los colegiales del sexo masculino es la que manifiesta cierta regularidad hacia este tipo de programas.

En la distribución por edad se observan sólo algunos porcentajes en los grupos entre los 13 y los 16 años, como que dedican mayor tiempo a esta actividad.

4. ¿QUE SABEN LOS PADRES DE ESTOS PROGRAMAS?

La vinculación de las familias de los adolescentes a las novelas y películas de cine que se transmiten por la televisión fue también indagada en el cuestionario a padres de familia (Cuadro 7).

Al respecto, son las telenovelas las que mayormente sobresalen con porcentajes muy significativos, porque el promedio para ambos grupos según sexo del entrevistado es de 79 por ciento. También se les preguntó a los progenitores de los adolescentes su opinión sobre estos dos tipos de programas. Las respuestas a este respecto entre los padres del sexo masculino fueron un poco más altas al 50 por ciento y entre las mujeres esta categoría desciende a 34 por ciento.



V. VALORACION QUE DAN LOS PADRES A LOS PROGRAMAS DE LA T.V.

1. SEGUN SEXO DEL ENTREVISTADO

Sin hacer distingos del sexo del padre o de la condición del hijo o su sexo la mayoría de los entrevistados tiene una opinión negativa hacia los programas que transmiten los canales de la televisión costarricense. Las opiniones de los que los ven como positivos, no supera el 10 por ciento, a excepción de los padres de los desertores que en un 12 por ciento le dan un valor positivo a los comerciales (Cuadro 8).

Sobre las telenovelas, la mayor crítica que prevalece es que modifican la conducta en cuanto al comportamiento, básicamente en lo que se refiere a aspectos sexuales, problemas familiares y pleitos. Llama la atención que sobre este tipo de programación un seis por ciento de los padres varones considera que las telenovelas son positivas, porque "educan e instruyen".

Según los entrevistados, el sexo es el elemento principal que está presente en los valores que transmiten los programas musicales. Es de notar la diferencia que existe entre los padres en las opiniones sobre la influencia que tiene la música hacia las formas de comportarse, pues esta mención la hizo un 10 por ciento de los varones y sólo un uno por ciento de las madres.

En una proporción que alcanza el 34 por ciento, las madres de familia se abstuvieron de responder acerca de los programas musicales, esto hace pensar que aunque sus hijos los ven, ellas no dedican tiempo a eso.

Resulta un poco extraño que en porcentajes que superan la cuarta parte de la población, los entrevistados consideran que los anuncios comerciales inculcan el exhibicionismo y la desnudez, y no así otro tipo de valores entre los que está su intención primera que consiste en promocionar algunos productos que necesariamente tienden al consumo, formas de comportarse, vicios y otros. (Cuadro 7).

2. SEGUN SEXO DEL HIJO

Si los datos sobre valores se observan según características del hijo del entrevistado (Cuadro 9) vemos que existen diferencias. Los asuntos del sexo, así como los problemas familiares, pleitos y divorcios vienen a ser los valores negativos más importantes que están presentes en las telenovelas, señalan los padres. Siguiéndole en orden de importancia, se sitúan las formas de comportarse. Se conserva un porcentaje similar (8 %) cuando los entrevistados se refieren únicamente a los valores positivos de este tipo de programas.

Cuando se analizan los datos obtenidos por el estudio en cuanto a los valores que transmiten los programas musicales se observa que las formas de comportarse se destacan en las respuestas de los padres de familia.

En cuanto a los comerciales, los valores negativos que sobresalen son los referidos a problemas familiares y vicios. De este modo los padres reconocen la influencia negativa que sobre su familia tie-

CUADRO 8

DISTRIBUCION DEL PADRE SEGUN SEXO SÓBRE LOS VALORES QUE TRANSMITEN
DIFERENTES PROGRAMAS
PORCENTAJES 1986

Valores que transmiten	Telenovelas		Programas musicales		Comerciales	
	Sexo		Sexo		Sexo	
	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
TOTAL	100	100	100	100	100	100
POSITIVOS:	10	8	8	8	6	8
Mayor comunicación hijos-padres	0	3	0	0	0	0
Mayor comunicación hombre-mujer	0	1	0	0	0	0
Independencia de la mujer	2	0	0	1	0	0
Educación - Instruyen	6	3	0	1	0	1
Valores positivos en general	2	1	8	6	6	7
NEGATIVOS:	52	53	37	30	56	50
Problemas familiares, pleitos, divorcios	8	10	0	0	0	0
Exhibicionismo, desnudez	2	4	2	5	27	28
Infidelidad	3	4	0	0	0	0
Vicios (fumar, tomar, drogas)	0	1	0	0	0	0
Menos respeto hijos-padres	3	4	0	0	0	0
Machismo	4	1	1	1	0	0
Violencia	5	3	1	1	0	0
Libertinaje	2	1	3	1	0	0
Sexo	9	10	17	16	2	0
Formas de comportarse	7	8	10	1	5	0
Valores negativos en general	9	7	10	1	5	0
NO TRANSMITEN VALORES	3	7	6	6	6	5
OTROS VALORES	25	19	26	14	12	7
NO SABE	1	2	3	8	0	9
NO RESPONDE	6	11	20	34	20	21

CUADRO 9

OPINION DE LOS PADRES SEGUN VALORES QUE TRANSMITEN DIFERENTES PROGRAMAS POR SEXO DEL HIJO
Porcentajes 1986

<i>Valores que transmiten</i>	<i>Telenovelas</i>		<i>Programas musicales</i>		<i>Comerciales</i>	
	<i>Sexo Hijo</i>		<i>Sexo Hijo</i>		<i>Sexo Hijo</i>	
	<i>Masculino</i>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i>	<i>Femenino</i>
TOTAL	100	100	100	100	100	100
POSITIVOS:	7	9	7	8	7	7
Mayor comunicación hijos-padres	2	2	0	1	0	0
Mayor comunicación hombre-mujer	1	0	0	0	0	0
Independencia de la mujer	0	1	0	0	0	0
Educan — Instruyen	3	5	0	1	1	0
Valores positivos en general	1	1	7	6	6	7
NEGATIVOS:	48	58	41	30	54	51
Problemas familiares, pleitos, divorcios	9	9	0	0	0	0
Exhibicionismo, desnudez	2	4	6	3	25	29
Infidelidad	5	3	0	0	0	1
Vicios (fumar, tomar, drogas)	0	1	0	4	23	17
Menos respeto hijos-padres	4	4	5	0	0	0
Machismo	2	2	0	0	2	0
Violencia	3	4	1	1	0	0
Libertinaje	2	2	1	1	0	0
Sexo	10	10	1	3	0	1
Formas de comportarse	8	8	21	15	1	2
Valores negativos en general	3	11	6	3	3	1
NO TRANSMITEN VALORES	8	4	7	5	7	4
OTROS VALORES	25	19	16	19	12	6
NO SABE	1	2	4	8	8	4
NO RESPONDE	11	8	25	30	12	28

nen los productos que se anuncian a través de los medios de comunicación. Al respecto cabe resaltar que es ínfimo (1 %) el porcentaje de padres que considera que los comerciales instruyen.

3. SEGUN CONDICION DEL ADOLESCENTE

Existe una diferencia marcada en las opiniones que sobre los valores expresan aquéllos que son

CUADRO 10

OPINION DE LOS PADRES SEGUN VALORES QUE TRANSMITEN DIFERENTES PROGRAMAS POR CATEGORIA DEL HIJO
Porcentajes 1986

Valores que transmiten	Telenovelas		Programas musicales		Comerciales	
	Condición		Condición		Condición	
	Estudiantes	Desertores	Estudiantes	Desertores	Estudiantes	Desertores
TOTAL	100	100	100	100	100	100
POSITIVOS:	10	9	5	10	2	12
Mayor comunicación hijos-padres	2	2	0	0	0	0
Mayor comunicación hombre-mujer	0	1	0	1	0	0
Independencia de la mujer	1	1	0	0	0	0
Educación - Instruyen	6	3	1	0	0	1
Valores positivos en general	1	2	4	9	2	11
NEGATIVOS:	62	43	42	29	58	48
Problemas familiares, pleitos, divorcios	9	9	0	0	0	0
Exhibicionismo, desnudez	3	4	6	2	31	25
Infidelidad	6	2	0	0	0	1
Vicios (fumar, tomar, drogas)	1	0	3	6	22	15
Menos respeto hijos-padres	4	3	0	0	0	0
Machismo	2	2	0	0	0	2
Violencia	3	3	1	1	0	0
Libertinaje	3	0	1	1	0	0
Sexo	16	4	3	2	2	0
Formas de comportarse	7	9	26	10	2	2
Valores negativos en general	8	7	2	7	1	3
NO TRANSMITEN VALORES	3	9	3	8	7	4
OTROS VALORES	16	24	18	19	10	7
NO SABE	2	2	7	6	6	5
NO RESPONDE	7	13	25	28	17	24

padres de estudiantes y los que lo son de hijos que han abandonado el estudio. En cuanto a los valores positivos tenemos similitud en las opiniones favorables hacia las telenovelas. Sobre los programas musicales y los comerciales, los padres de los desertores manifiestan una mayor opinión favorable hacia ellos.

De acuerdo con los datos sobre valores positivos que muestra el cuadro 10, según la condición

del hijo, se concluye que son, en mayor medida, los padres de los estudiantes quienes ven más negativamente los valores que transmiten los tres programas descritos.

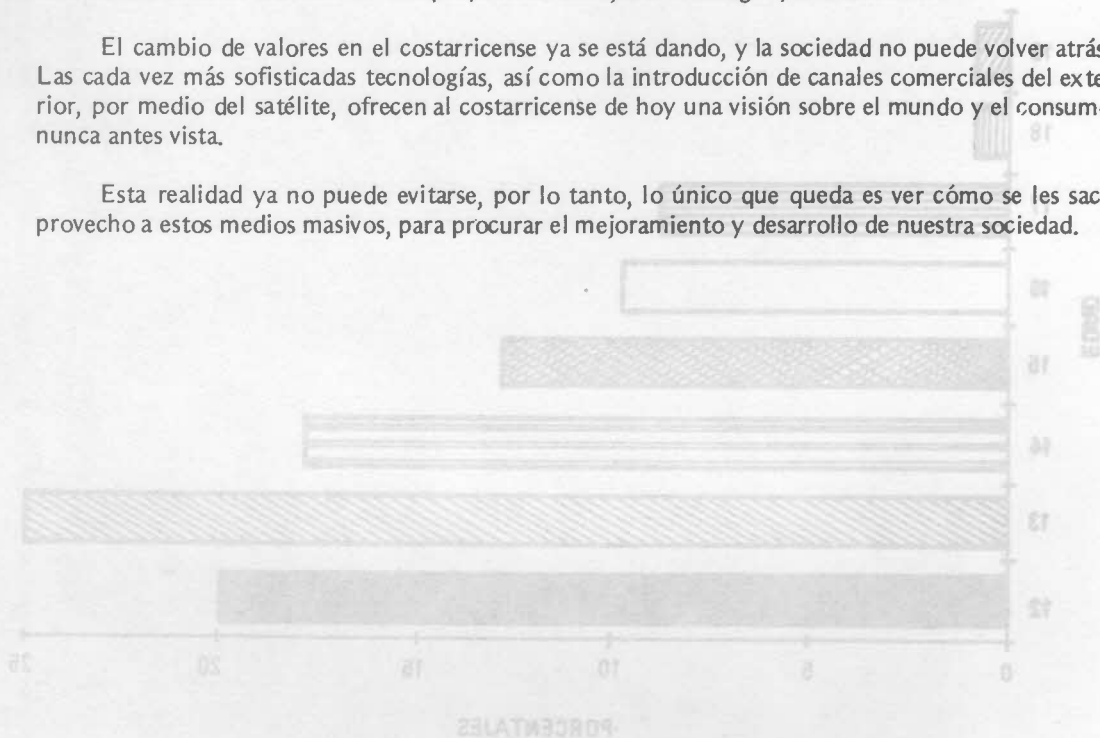
CONCLUSION

El porcentaje de padres que considera que los programas que transmite la televisión son positivos no supera el 10 por ciento. Este dato refleja que dentro de los hogares del país existe una conciencia clara de la importancia e influencia que tienen los medios de comunicación en la vida del costarricense de hoy.

Al mismo tiempo, los profesores vinculados a la educación secundaria no están ajenos a la competencia que tienen con la televisión en cuanto a la enseñanza de valores, pues consideran que sus estudiantes dedican diariamente una proporción semejante al colegio y a la televisión.

El cambio de valores en el costarricense ya se está dando, y la sociedad no puede volver atrás. Las cada vez más sofisticadas tecnologías, así como la introducción de canales comerciales del exterior, por medio del satélite, ofrecen al costarricense de hoy una visión sobre el mundo y el consumo nunca antes vista.

Esta realidad ya no puede evitarse, por lo tanto, lo único que queda es ver cómo se les saca provecho a estos medios masivos, para procurar el mejoramiento y desarrollo de nuestra sociedad.



ANEXO

GRAFICO 1

CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS ESTUDIANTES PORCENTAJES 1985

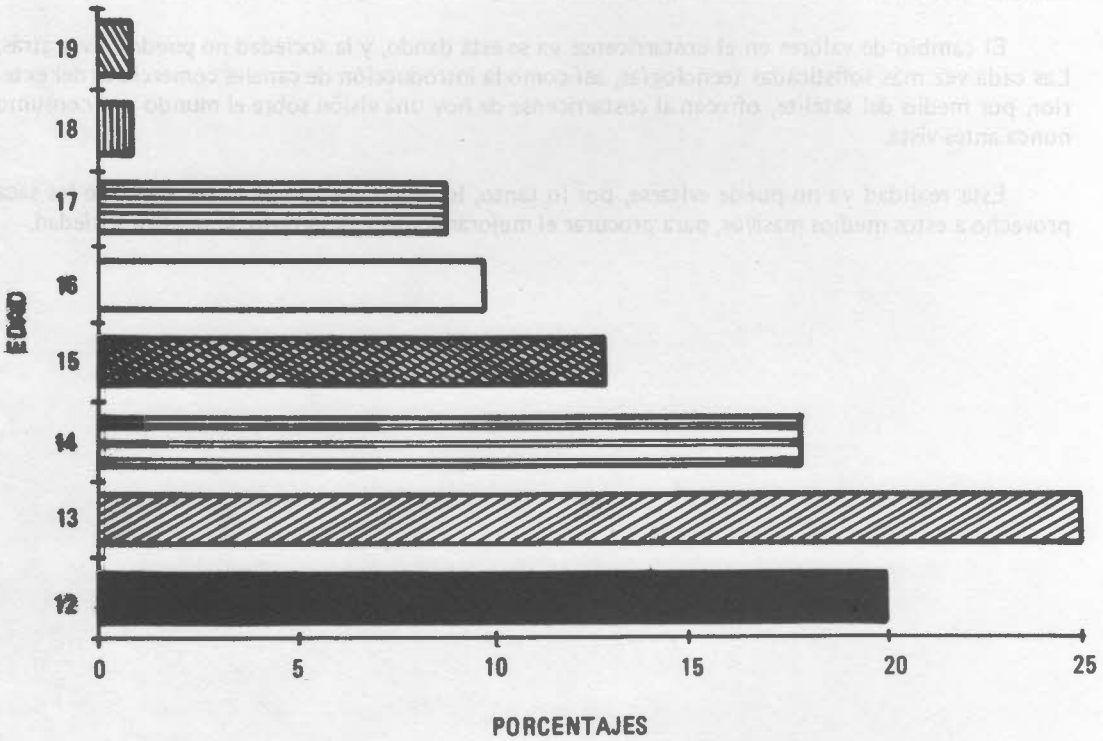


GRÁFICO 3
 NIVEL EDUCATIVO DE LOS DESERTORES
 PORCENTAJES
 1983

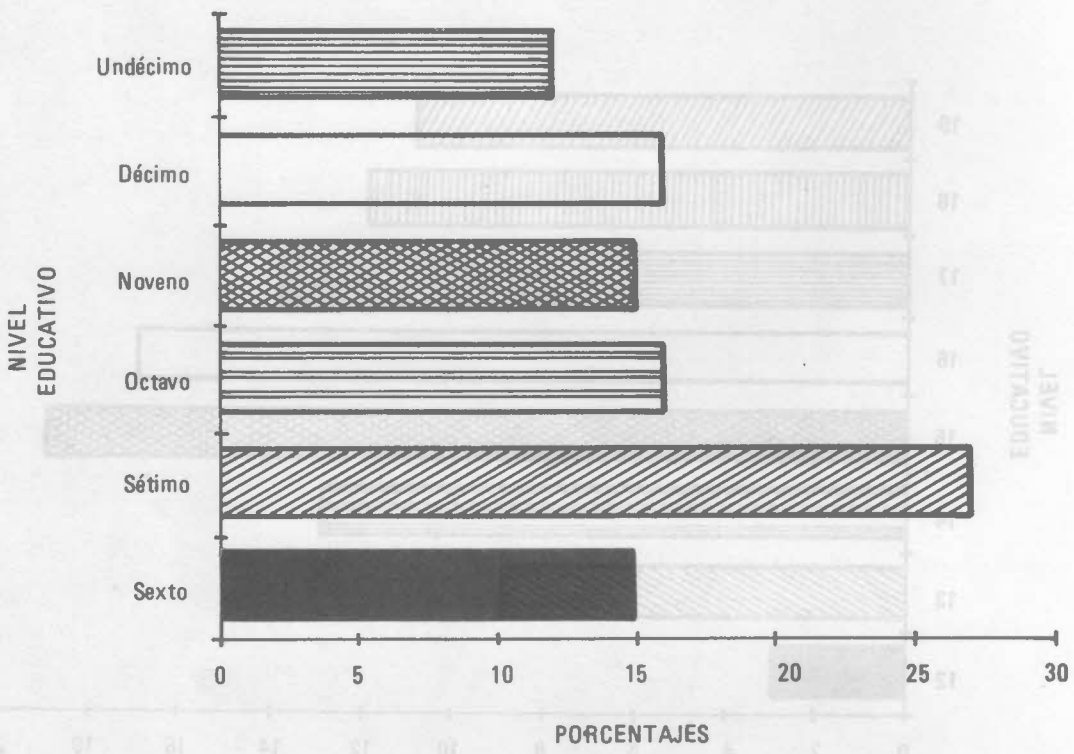


GRAFICO 2
NIVEL EDUCATIVO DE LOS DESERTORES
PORCENTAJES
1985

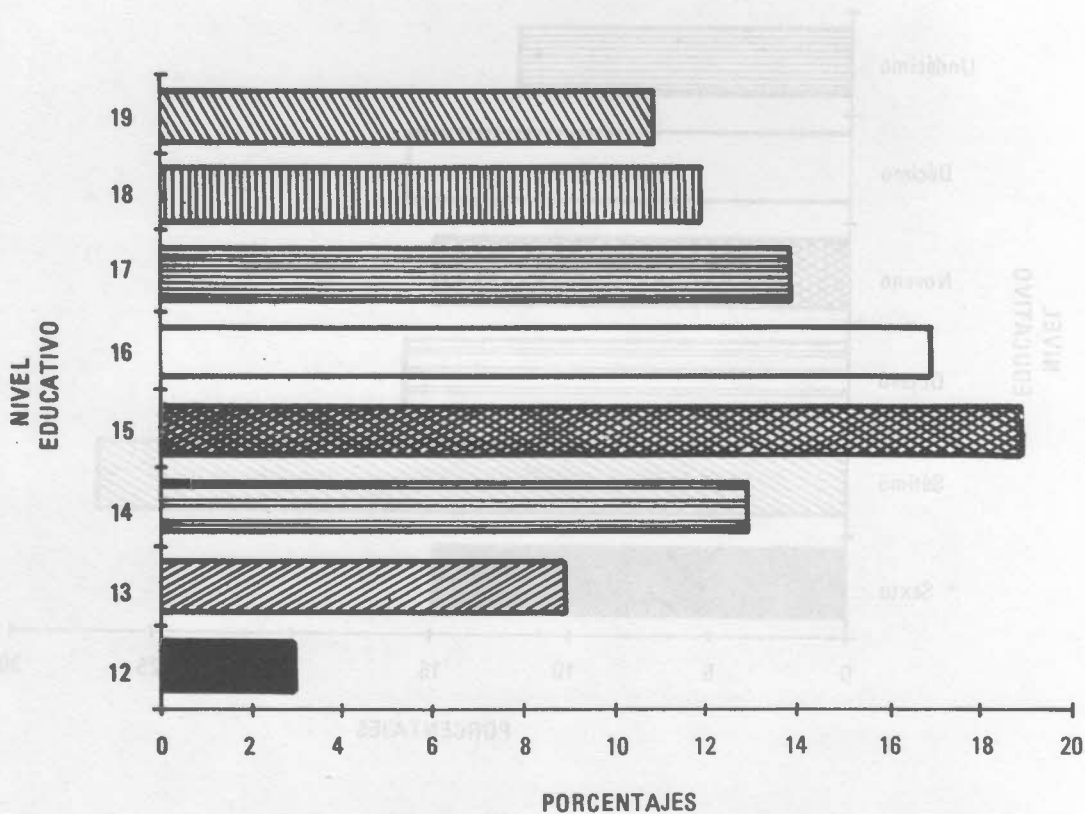


GRAFICO 3
CARACTERISTICAS DE LOS PROFESORES
PORCENTAJES
1985

