



Tele-visió: comanda-ment dels infants

La influència i el consum de televisió en uns alumnes
de cinqué d'Educació Primària

TREBALL DE FINAL DE GRAU

Alumna: Sílvia Rediu Gisbert

Grau: Mestre/a d'Educació Primària

DNI: 20911954D

Correu electrònic: al260311@uji

Tutor: Enric Ramiro Roca

Àrea de coneixement: Didàctica
de les Ciències Socials

Curs: 2015/16

ÍNDEX

RESUM.....	1
1. INTRODUCCIÓ.....	2
2. MARC TEÒRIC.....	3
2.1. Influència de la televisió en els infants.....	3
2.2. L'educació en comunicació audiovisual.....	4
3. METODOLOGIA.....	6
3.1. Mostra.....	6
3.2. Instruments d'investigació.....	7
3.3. Procediment.....	7
4. RESULTATS.....	9
4.1. Descripció i anàlisi dels resultats de l'observació.....	9
4.2. Descripció i anàlisi dels resultats dels qüestionaris.....	11
5. DISCUSSIÓ I CONCLUSIONS.....	15
5.1. Discussió.....	15
5.2. Conclusions.....	16
5.3. Proposta didàctica.....	18
6. BIBLIOGRAFIA.....	20
ANNEXOS.....	21

AGRAÏMENTS

Aquest Treball de Final de Grau no s'haguera pogut dur a terme sense l'orientació i la col·laboració desinteressada de moltes persones.

Així doncs, voldria agrair tant al meu tutor del TFG pels seus consells, ajudes i recomanacions bibliogràfiques, com al meu supervisor de pràctiques pel seu recolzament professional i moral. També als vuitanta-sis alumnes de cinqué de primària, que gràcies a ells he pogut realitzar la investigació. De la mateixa manera, agrair a l'escola Nostra Senyora de la Consolació per concedir-me l'oportunitat de fer l'estudi durant l'estada en pràctiques. A més, donar les gràcies a la meua família, per recolzar-me en tot moment i animar-me per a que treballe dur en allò que més m'agrada. En definitiva, gràcies a tots i cadascú d'ells per incrementar la funcionalitat d'aquest treball.

RESUM

Arrel de la contemplació de certes conductes en l'alumnat durant la primera estada de pràctiques en una escola, es decideix investigar la influència i el consum de televisió en els infants. Per a dur-ho terme, es fan recerques bibliogràfiques d'aquest tema i de l'educació en comunicació audiovisual. A partir d'ací, es realitza l'estudi amb alumnes de tres grups de cinqué al col·legi on es cursen les segones pràctiques externes. Així mateix, per obtindre les dades s'utilitza el mètode d'observació natural, on es tenen en compte les conductes, consums de productes, llengües i dibuixos. També s'aconsegueix la informació mitjançant qüestionaris que analitzen les preferències, usos, funcions, llibertats, maneres i horaris de visionat dels estudiants. Així doncs, s'examinen els resultats obtinguts i es trauen unes conclusions finals, d'aquestes es planteja una proposta didàctica amb activitats que intenten promoure el pensament crític i l'autonomia en els alumnes. D'aquesta manera, ajudar-los a interpretar els missatges dels mitjans de comunicació i a saber escollir els continguts enriquidors.

Paraules clau: influència televisiva, educació en comunicació audiovisual, pensament crític, autonomia, interpretació de missatges.

ABSTRACT

Following the contemplation of certain behaviors in students during first practices at a school, it's decided to investigate the influence and the consumption of television on children. In order to do so, bibliographic researches on this topic and on the media literacy are carried out. Starting from there, the study is realized with pupils from three groups of fifth grade in the college where are coursed the second external practices. So, to obtain the information is used the method of natural observation, which takes into account behavior, consumption, languages and drawings. Information is also provided through questionnaires that analyze the preferences, applications, freedoms, ways and schedules of viewings. The results are examined and some final conclusions are extracted. These arise a didactic offer with activities that try to promote autonomy and critical thinking in students. In this way, be able to help them to interpret the messages of the mass media and to choose the enriching contents.

Keywords: influence of television, media literacy, critical thinking, autonomy, interpretation of messages.

1. INTRODUCCIÓ

Sempre m'he fixat en el impacte que té la televisió en les persones a l'hora de consumir productes, d'imitar actituds o de seguir ideologies. Però durant les meues primeres pràctiques externes en una aula, el meu interès per la relació que s'estableix entre els mitjans de comunicació i els infants va créixer, causat per la contemplació de certes influències televisives en ells.

La televisió és el mitjà amb el que els xiquets creixen i comparteixen el seu temps d'oci, a més, amb una alta dosi del seu ús diari. Conté missatges positius però també negatius, que si no són tractats poden dur a la manipulació de les idees dels nens influint en el seu pensament, costums o consums. A més, la TV pot oferir un món lluny de la realitat que els pot dur a la confusió i a conductes imitatives en allò inimitable. De manera que l'escola no pot seguir al marge d'aquesta situació com si no fóra rellevant, els mestres hem de reaccionar per fer reaccionar també a les famílies i als alumnes.

Per aquest motiu en aquest treball es defensa l'educació en comunicació audiovisual a les aules, per ensenyar-los a interpretar les imatges i missatges televisius i a ser crítics a l'hora de discriminar sobre el que veuen i escolten. El qual també farà que cresquen amb criteri per diferenciar els continguts enriquidors dels que no els aporten res. Es pretén fomentar l'autonomia, la reflexió i el pensament crític per a que maduren amb una personalitat pròpia que no els deixi influenciar-se pels mitjans ni per ningú.

És per això que es té com objectiu investigar la influència i consum de televisió en tres grups de cinqué de primària i, en base als resultats, desenvolupar una proposta didàctica basada en objectius de l'educació en comunicació audiovisual i en els continguts de les Ciències Socials que es troben en el DOCV.

Per dur a terme la investigació es combinen les anàlisis qualitativa i quantitativa. Primerament s'utilitza la tècnica de l'observació natural a l'aula, on s'analitzen diversos aspectes molt interessants, com les seues conductes, els consums de productes, la llengua i els dibuixos de personatges televisius. Respecte al mètode quantitatiu, es passa un qüestionari als vuitanta-sis alumnes de cinqué de l'escola amb preguntes referides a l'ús de la televisió als domicilis, la companyia en el visionat, la programació preferida o la funció d'aquest aparell.

Una vegada organitzades les dades, es presenten els resultats junt a les conclusions de l'estudi. A banda, es planteja una proposta didàctica per intentar posar solució a diferents temes que es constaten amb la investigació. El suggeriment pedagògic està format pel disseny de sis activitats innovadores que busquen fomentar el raonament i l'esperit crític i creatiu d'estudiants de cinqué de primària en el visionat. A més, aquestes pràctiques ajuden a interpretar els missatges dels mitjans i a saber discriminar els continguts.

2. MARC TEÒRIC

2.1. Influència de la televisió en els infants

L'etapa de la infància i la pubertat és un període de gran capacitat de recepció d'estímuls i de representacions del món exterior. La televisió juga un rol de gran importància en la percepció de la realitat durant aquests anys de desenvolupament (Barcia, 2008). Com afirma Fabbro (2016), consumeixen televisió en l'etapa més determinant de la seua formació física, desenvolupament mental i creació d'hàbits i actituds.

Segons Sandoval Sánchez (2015), els mitjans de comunicació s'han desenvolupat amb l'emissió d'imatges o escenes de curta duració, en les que la concentració necessària per assimilar-les és de pocs segons, el què influeix en els processos de desenvolupament de l'atenció que es requereixen en una aula. Els xiquets reben tants constants estímuls i informació, que s'han acostumat a seleccionar les dades que reben i a desconnectar a partir d'un cert temps. Com assegura Pons (2003), el seu cervell està habituat a imatges amb llum, colors i música, això fa que a l'aula pensen que el professor és avorrit, les classes monòtones i l'assignatura manca de la hiperestimulació sensorial que tenen els programes de televisió. Aquest hàbit pot portar al fracàs escolar; a la falta d'atenció i a una intel·ligència que necessita estímuls exagerats.

D'altra banda, aquest mitjà utilitza un llenguatge audiovisual que els ciutadans consumim però que si no coneixem profundament podem ser presa fàcil de la manipulació o de la desinformació (Aguaded, 2000). Per als xiquets encara és més difícil discriminar la realitat en la televisió, per aquest motiu han de ser crítics davant de les imatges i els missatges, han d'examinar la informació que reben.

Altrament, seguint a Pons (2003) la televisió en sí mateixa no és ni bona ni dolenta, té unes capacitats que cal conèixer i aprofitar, però també té els seus riscos. La seua influència positiva o negativa ve donada pels continguts, el temps que s'hi dedica i les circumstàncies que envolten el xiquet. Així doncs, s'aconsella que durant el visionat l'acompanye un adult. Tanmateix, l'autora afirma que prescindir de la televisió és donar l'esquena al món en el que vivim, per tant, també és important tindre en compte les coses bones que aporta: estar informat, conèixer racons del món, aprendre nous coneixements, etc.

Tot i això, el públic infantil és el que compta amb menys programació recomanable, fet que provoca allò més alarmant, que els xiquets miren programes adreçats a adults. Per aquest motiu, és important considerar que un xiquet no pot digerir segons quins continguts, fent que es puguin convertir en malsons, faltes d'autoestima o malinterpretacions. Així mateix, en els dibuixos animats o pel·lícules apareixen una gran quantitat d'escenes de violència, al veure tan sovint aquest tipus de imatges poden acostumar-se i no distingir les escenes reals dels informatius, de les fictícies. "Si

de vegades els adults ja mirem les notícies sense espantar-nos, què no farà un xiquet que de veritat no coneix el dolor” (Pons, 2003).

Per concloure, coincideixo amb Olea (2010) per a recalcar que el problema no està en la televisió, sinó en com la mirem, per tant per a reduir els efectes negatius hem d'ensenyar-los a ser telespectadors actius i crítics, a no deixar-se manipular.

2.2. L'educació en comunicació audiovisual

Ací és on apareix “l'educació en comunicació audiovisual”, que com assenyala la professora Rota (2006), s'utilitzen diversos termes per a referir-se a aquest camp educatiu: “alfabetització en mitjans” (*media literacy*) és el concepte que s'usa habitualment en l'àmbit anglosaxó, “educació en els mitjans” (*educación para los medios*) s'usa en Amèrica Llatina i “educació audiovisual” o “educació en comunicació audiovisual” a Catalunya. La definició exacta de cada terme varia segons l'autor o la institució que es consulta.

Aquesta matèria posseeix una llarga tradició de dècades enrere, tant intel·lectual com de pràctica escolar en països occidentals com Gran Bretanya, Canadà, Austràlia, Suècia, Alemanya, Estats Units i Àustria (Barcia, 2008).

Va ser la UNESCO, en la declaració fundadora de Grünwald de 1982, la institució que va assenyalar, per primera vegada en una conferència internacional, la necessitat d'inclusió de l'educació en comunicació audiovisual en el sistema escolar. Segons els acords de la UNESCO en el seminari que va tindre lloc a Sevilla al 2002 (*Youth Media Education*), aquesta matèria significa ensenyar i aprendre sobre els mitjans de comunicació, comprén l'anàlisi crítica i la producció creativa, ha d'implicar tant a xiquets com a adults i ha de promoure l'autonomia personal. Aprendre sobre els mitjans de comunicació no vol dir només conèixer les tecnologies, sinó el llenguatge amb el que s'expressen, les estratègies comunicatives i els continguts dels missatges (Pérez Tornero, 2007).

Seguint a Masterman (1993), ens ofereix motius pels què ha d'aplicar-se a les aules:

- L'elevat índex de consum de mitjans de comunicació.
- La importància ideològica dels mitjans i la seua influència com empresa de conscienciació.
- L'augment de la manipulació i fabricació de la informació.
- La creixent importància de la comunicació visual en totes les àrees.
- La necessitat d'educar als alumnes per a que facen front a les exigències del futur.

Com afirma Bazalgette (1996) es tracta d'ampliar el coneixement dels mitjans que posseeixen els xiquets, mitjançant treballs crítics i pràctics.

A més, Bernabéu Morón (1995) proposa els següents objectius per l'educació en comunicació audiovisual:

- Desenvolupar l'esperit crític.
- Ajudar a crear un criteri personal.
- Educar en valors.
- Promoure la participació de les famílies en eines educatives.
- Afavorir una cultura comunicativa en el centre escolar.
- Fomentar l'autoestima.
- Interpretar els mitjans a través d'una lectura crítica i comprensiva.
- Abordar l'estudi dels mitjans de comunicació per conèixer les seues claus, característiques i limitacions.

De la mateixa manera, el DOCV en el DECRET 108/2014, del 4 de juliol, planteja diferents continguts relacionats amb l'educació en comunicació audiovisual dins de les Ciències Socials per a cinqué curs d'Educació Primària:

- Iniciació al mètode científic i la seua aplicació a les Ciències Socials: Planificació de la indagació, busca, registre i organització de la informació procedent de diverses fonts primàries i secundàries, incloses obres d'art, ús de mitjans digitals per a facilitar l'anàlisi de dades, consideració del significat dels fets aportant dades, elaboració de textos expositius per a donar compte de les estratègies utilitzades per a arribar a les conclusions, citació dels fets en què es basen les conclusions i ús de la terminologia adequada.
- Participació cooperativa en tasques: ser responsable del benestar del grup, participació en la planificació i presa de decisions, escolta de les aportacions alienes i acceptació d'altres punts de vista, aportació d'idees pròpies constructives, desenrotllament d'estratègies per a resoldre conflictes a través del diàleg, reconeixement del treball alié, responsabilitzar-se del treball personal per a aconseguir una meta col·lectiva. Tindre Iniciativa.
- Esforçar-se. Constància i hàbits de treball. Capacitat de concentració. Adaptació als canvis.
- Resiliència: superació d'obstacles i fracassos. Aprenentatge de manera autònoma.
- Aplicació d'estratègies d'aprenentatge cooperatiu i per projectes.
- Busca d'orientació o ajuda quan la necessita de manera precisa.
- Planificació, organització i gestió de projectes individuals o col·lectius. Establir estratègies de supervisió. Seleccionar la informació tècnica i els materials. Prendre decisions i calibrar oportunitats i riscos. Avaluar el projecte i el producte amb ajuda de guies. Millorar el producte i el procés després de l'avaluació.

Com també, el Departament d'Ensenyament (1994) de la Generalitat de Catalunya proposa en l'eix transversal d'educació audiovisual, cinc grans blocs a treballar:

- La publicitat i la propaganda.
- La comunicació audiovisual interactiva.
- El món de la televisió.
- Història i gèneres del cine.
- Els estereotips en els mitjans de comunicació audiovisual.

Per concloure l'apartat, compartir la idea de Kaplún (1992) en la què diu que una actitud crítica és ser capaç de penetrar els missatges en profunditat, de descodificar-los ideològicament, de llegir-los entre línies. Són molts els autors que creuen en els judicis crítics per a l'educació en comunicació audiovisual, però Masterman (1993) proposa a més, "l'autonomia crítica": aconseguir que els alumnes usen i compreguen els missatges audiovisuals quan el mestre no està davant. Les activitats de sentit crític efectives per als infants són reflexionar sobre les funcions i valors que els mitjans imposen i crear una distància psicològica amb els mitjans de comunicació.

En definitiva, els xiquets han de saber escollir entre els continguts que els aporten coses bones i dolentes, per això els adults hem d'acompanyar-los de forma adequada cap allò que els proporciona valors, cultura i entreteniment. "En la societat del futur, que arriba immersa de informació, seran més lliures aquells que sàpiguen identificar els missatges i llegir entre línies (Pons, 2003)."

3. METODOLOGIA

3.1. Mostra

La investigació es va dur a terme al col·legi concertat Nostra Senyora de la Consolació de Castelló de la Plana, ubicat a l'avinguda del Lledó, el qual té un ideari catòlic i el nivell socioeconòmic de les famílies dels seus alumnes està entre la classe mitjana i la mitjana alta. La majoria d'estudiants procedeixen de la zona on s'ubica el col·legi i els seus voltants, però també acudeix alumnat d'altres zones de Castelló. En aquesta escola és on vaig realitzar les pràctiques externes amb el grup 5é C, però la mostra no només està integrada per aquests alumnes, sinó pels tres grups de cinqué d'Educació Primària. El grup A, està format per 29 alumnes (14 xiquets i 15 xiquetes), el B consta de 29 alumnes (15 xiquets i 14 xiquetes) i el C està comprés per 28 alumnes (12 xiquets i 16 xiquetes).

Com la mostra no és molt nombrosa ($29 + 29 + 28 = 86$ alumnes) per a la investigació no es va fer cap selecció, tots els alumnes van participar-hi.

3.2. Instruments d'investigació

La investigació no només es basa en estudis quantitius, sinó també qualitius. Ambdós paradigmes són compatibles i flexibles, es poden combinar. Per això es va optar per utilitzar la composició de dos tècniques: l'observació natural i el qüestionari.

L'observació és la base de tots els mètodes de investigació conductual i social (Lincoln i Denzin, 2000). És un estudi qualitatiu en que l'investigador s'immensa en l'espai natural del xiquet per un període de temps, l'observa i aprén d'ell (Moyer-Gusé i Riddle, 2010). Aquesta tècnica es va dur a terme a l'escola, cridant el menys possible l'atenció dels alumnes i sense intervenir en el seu context, així es van poder admirar les seues conductes naturals. Es prenia nota el més ràpid possible per recordar els detalls, sensacions i les inquietuds. No només eren importants els comentaris, també els comportaments, imitacions, consums de productes o dibuixos dels xiquets. Aquest mètode flexible i dinàmic és significatiu per conèixer com interpreten el món televisiu i per saber el seu punt de vista en un entorn natural. A banda, es van extraure anotacions del Diari d'aula que es redactà durant l'estada de pràctiques.

En el procés d'observació van sorgir algunes preguntes, també es van revisar llibres i amb els consells del tutor del treball i del supervisor de pràctiques, va elaborar-se el qüestionari. És una tècnica de quantificació de resultats, que fa més fàcil recollir la informació de major mostra d'alumnes (Moyer-Gusé i Riddle, 2010) en aquest cas relativa als usos, límits, horaris i maneres de visionat o preferències de la programació televisiva. El qüestionari també va servir per ampliar la part qualitativa.

3.3. Procediment

A continuació es detalla el procés que es va dur a terme per a la creació del treball, el qual s'ha dividit en tres fases:

a) *Idea pre-inicial*

El curs passat, durant el Pràcticum I, es va poder contemplar compartint dia a dia amb els alumnes de certes influències televisives. En molts casos feien comentaris de dibuixos animats, els seus estoigs o motxilles eren dels seus herois preferits i afirmaven que tenien l'habitació plena d'objectes dels protagonistes de pel·lícules o sèries. A banda, repetien conductes, frases o passos de balls característics dels programes televisius. Llavors ja es va iniciar la idea de investigar aquest tema, perquè a les escoles hi estan al marge, com també als domicilis familiars.

b) Assignació del tema i recerca bibliogràfica

En aquest curs s'ha tingut l'oportunitat d'elegir el tema del treball de fi de grau. Per això, es va proposar al tutor, ell va acceptar i va recomanar alguns llibres i articles. Llavors encara no es podia concretar l'escola ni el curs al que estaria dirigit perquè no es tenia la plaça del Pràcticum II assignada. Però es va començar a buscar bibliografia de diversos continguts: l'impacte dels mitjans de comunicació en la infància, l'ensenyament de visionat de televisió, l'educació en comunicació audiovisual, la seua integració en el currículum, manuals per a la lectura de la televisió,..etc. Així es va poder documentar-me i conèixer més sobre la matèria.

En gener es va iniciar les pràctiques a l'escola Nostra Senyora de la Consolació de Castelló, amb el grup 5é C. Es va comentar al tutor del curs el treball, que per a dur-lo a terme s'havia de recollir les dades amb els alumnes i per a fer una anàlisi més generalitzada als altres dos grups de cinqué. El supervisor era mestre de música i de reforç en els tres grups, per tant, a banda de conèixer a la classe que es tenia assignada també es va tindre l'oportunitat de tractar amb les altres dues.

c) Investigació

Les tècniques de recollida de dades que es van treballar en aquests grups van ser les observacions i els qüestionaris. L'observació natural va ser un procés llarg ja que es van prendre notes durant tota l'estada de pràctiques externes. A partir de les anotacions i de consultes bibliogràfiques va elaborar-se un qüestionari.

Les preguntes del qual van ser revisades pel tutor del TFG i pel supervisor de pràctiques, ambdós van donar l'aprovació. També va ser mostrat al director de les etapes d'Educació Infantil i Primària en el centre, ell va dir que ho parlaria amb el responsable de secretaria per la protecció de dades dels xiquets. Finalment, també van donar el consentiment per seguir endavant la investigació i passar-lo als alumnes dels tres grups de cinqué. L'enquesta completa es troba en els annexos i els resultats en l'apartat posterior.

Una vegada aplicada a tots els alumnes, es va revisar per si hi havia possibles errors. El procés analític va dur-se a terme de forma acurada, com eren individuals va ser costós, a més la tabulació es va realitzar manualment. A partir d'aquesta es van traure els resultats i les conclusions. En base a aquestes resolucions, es va plantejar el que els alumnes necessitaven reforçar, per això es va confeccionar una proposta didàctica mitjançant activitats innovadores que treballen objectius de l'educació en comunicació audiovisual i continguts de les Ciències Socials.

4. RESULTATS

4.1. Descripció i anàlisi dels resultats de l'observació

La tècnica de l'observació directa va ser duta a terme les pràctiques externes, des del 25 de gener al 20 de maig. A continuació, es resumeixen aquelles conductes que van cridar més l'atenció.

Els alumnes mantenien freqüents conversacions referides a la programació televisiva que miraven, sobre capítols de sèries, dibuixos animats o programes preferits i sobre partits de futbol dels seus equips favorits. A més, pronunciaven constantment expressions i frases pròpies de personatges públics com jugadors de futbol, actors o cantants i de personatges de ficció. També imitaven els seus gestos característics, o cantaven i ballaven les bandes sonores de pel·lícules i els himnes oficials de diferents clubs.

Els xiquets portaven a l'escola grans àlbums de col·leccions de cromos dels jugadors de futbol de la lliga espanyola i les xiquetes col·leccions de fotografies de personatges de sèries i dibuixos animats, se'ls intercanviaven al pati i, fins i tot, ho intentaven en l'aula. Però no només consumien estampes, també duïen motxilles, estoigs, camisetes, bolígrafs o carpetes dels seus personatges preferits, a més deien que a casa tenien joguets, pòsters i objectes promocionals dels seus ídols o dibuixos animats coneguts.

Per altre costat, es va poder contemplar que tots els xiquets parlaven en castellà entre ells, només practicaven valencià a les classes amb els mestres i tenien dificultat per expressar-se i mantindre converses en aquesta llengua.

D'altra banda, quan feien dibuixos lliures a l'aula es va admirar que molts optaven per il·lustrar personatges de sèries o pel·lícules i també jugadors de futbol. S'han seleccionat alguns dels dibuixos dels alumnes per a ser mostrats:



Figura 1. Frozen



Figura 2. Superman y Capitán América



Figura 3. *Las aventuras de Sherezade*



Figura 4. *Jugador del Futbol Club Barcelona*



Figura 5. *Star Wars*

De les il·lustracions es pot analitzar que a l'hora de dibuixar els personatges detallaven de forma fidel la vestimenta, els colors i els objectes. També es reflexen estereotips relacionats en qüestions de gènere, en aquest cas, que la dona siga la sensible i l'home el dur. Es perceben per l'expressió facial i la roba, a les xiques els pintaven un somriure al rostre i vestit o falda, i als xics els dibuixaven cares serioses i uniformes. A més, segons el sexe dels estudiants preferien plasmar protagonistes de pel·lícules dirigides a públic femení o masculí. Els xiquets també acostumaven a pintar als seus ídols futbolístics, en la figura 4 s'observa que ho feia de manera detallada, fins i tot, es mostra el gest característic del jugador quan celebra un gol. Per acabar, recalcar l'última figura, una escena en la que l'alumne va retratar a tots els personatges amb grans armes a les mans.

4.2. Descripció i anàlisi dels resultats dels qüestionaris

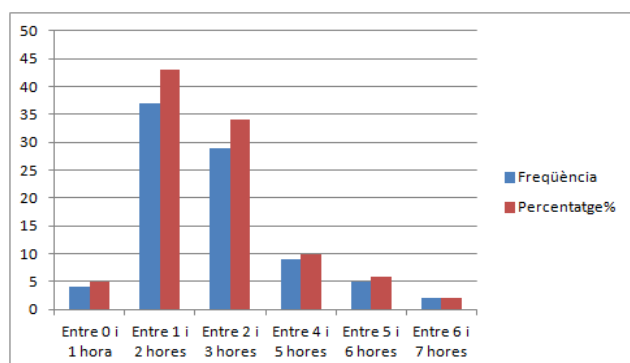
Seguidament es detallaran les descripcions dels ítems i s'afegiran les seues representacions gràfiques:

Se'ls va preguntar pel mitjà de comunicació preferit i la resposta més repetida va ser la televisió, seguida per Internet, formant junts el 92% dels alumnes.

Mitjans de comunicació	Freqüència	Percentatge%
Televisió	42	49
Ràdio	4	5
Periòdic	3	3
Internet	37	43
Total	86	100

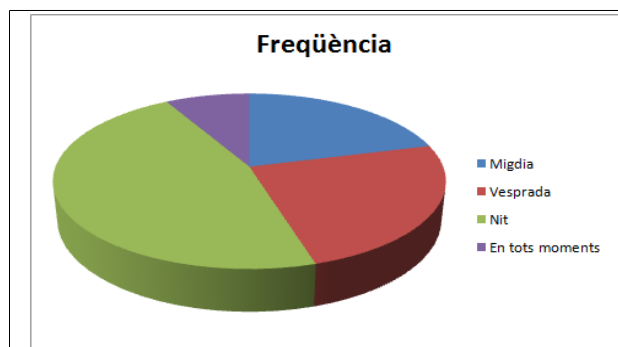
Gràfic 1. Preferència mitjans de comunicació

També es va observar un elevat consum diari de televisió, la gran majoria dels xiquets (77%) veu la tele d'una a tres hores en dies d'escola.



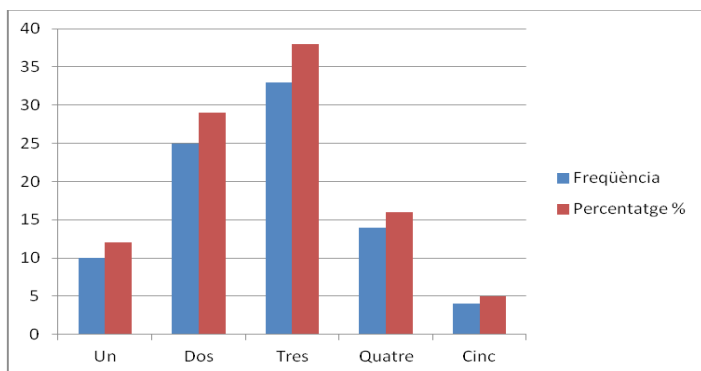
Gràfic 2. Consum televisiu diari

Les franges horàries referents als dies d'escola, les vaig dividir en diferents blocs: migdia, vesprada, nit i en tots moments. La franja horària més freqüent és la nit, amb el 47%.



Gràfic 3. Franges horàries

Es va contemplar una gran quantitat de televisors en els domicilis, el 83% dels xiquets en tenen dos, tres o quatre, el que facilita un consum individualitzat.



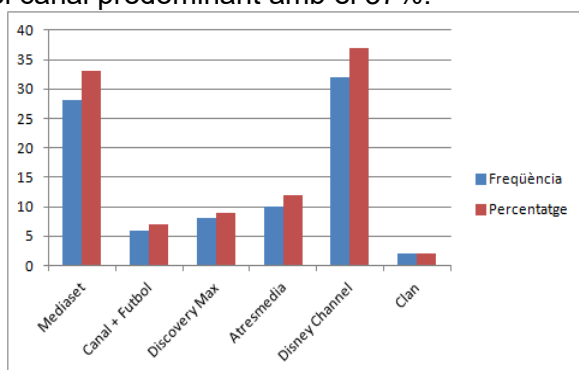
Gràfic 4. Quantitat de televisors al domicili

Se'ls va preguntar si el visionat era sol o amb companyia. El 67% ho fan sols o acompanyats pels germans.

Manera	Freqüència	Percentatge %
Sol	28	33
Companyia pares	28	33
Comp. germans	30	34
Total	86	100

Gràfic 5. Manera de visionat

En el llistat de cadenes preferides s'inclouen dins de l'empreses privades *Mediaset* i *Atresmedia* tots els seus canals. En la taula apareix el nom d'ambdós grups per fer-la més breu, observem que la suma dels dos formen el major percentatge (45%) encara que *Disney Channel* és el canal predominant amb el 37%.



Gràfic 6. Preferència cadenes de televisió

Els tres programes o sèries preferits pels alumnes són *Jessie* (23%), *La que se acerca* (21%) i *El Hormiguero* (11%).

Programació	Freqüència	Percentatge %
<i>Jessie</i>	20	23
<i>Futbol</i>	8	9
<i>Star Wars</i>	5	6
<i>La que se acerca</i>	18	21
<i>Los Simpson</i>	5	6
<i>Los gipsy kings</i>	3	3
<i>Hawai 5.0</i>	4	5
<i>Mujeres y hombres y vicev.</i>	5	6
<i>El hormiguero</i>	9	11
<i>Castle</i>	6	7
<i>El príncipe</i>	3	3
Total	86	100

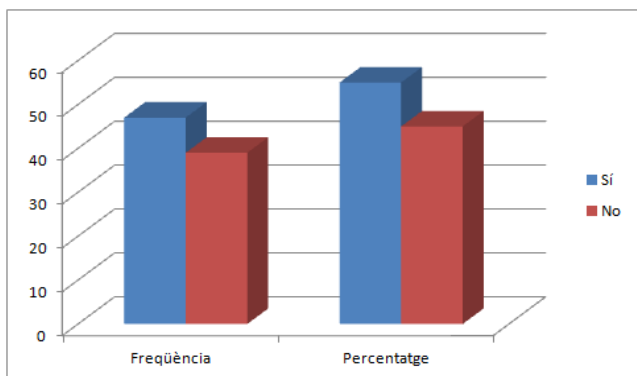
Gràfic 7. Preferència programació

Se'ls va preguntar per a què creien que serveix la televisió i més de la majoria (53%) va contestar que per a entretenir-se.

Utilitat	Freqüència	Percentatge %
Entretenir-se	46	53
Informar-se	17	20
Entretenir-se i adquirir coneixements	8	9
Les tres utilitats	15	18
Total	86	100

Gràfic 8. Utilitat de la televisió

Un 55% de l'alumnat té la llibertat de veure tot allò que vol en la televisió.



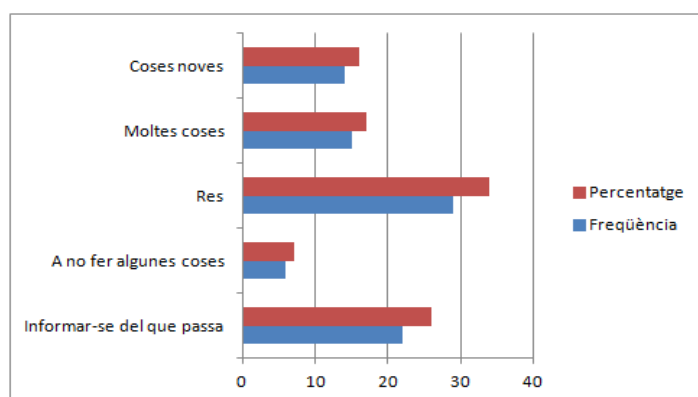
Gràfic 9. Veus el que vols en la televisió?

Més de la meitat dels enquestats (66%) no parla sobre la programació televisiva amb els seus pares.

Comunicació	Freqüència	Percentatge %
Sí	29	44
No	57	66
Total	86	100

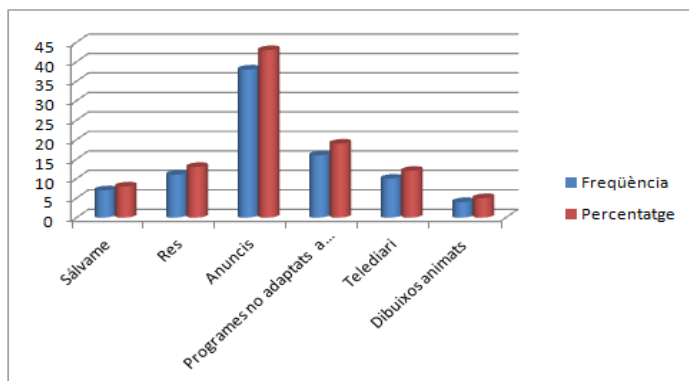
Gràfic 10. Parles amb els teus pares sobre del que hi veus?

Per a la majoria dels xiquets (34%) no s'aprén res de la tele.



Gràfic 11. Aprenentatges de la televisió

L'últim ítem tractava sobre allò que llevarien de televisió que no els agrada, van haver diferents respostes, però les més repetides són els anuncis (43%) i els programes no recomanats per a xiquets (19%).



Gràfic 12. Eliminació de la programació

5. DISCUSSIÓ I CONCLUSIONS

5.1. Discussió

En aquest apartat es resumeixen les aportacions i assoliments de l'estudi complint l'objectiu principal del treball, el qual és investigar la influència i el consum de televisió en els alumnes de cinqué d'aquesta escola.

Els xiquets fan constants al·lusions a continguts televisius, tant sèries, programes com futbol. A més a més, imiten actituds pròpies de personatges de ficció, de cantats o d'esportistes i consumeixen gran quantitat de productes publicitaris de pel·lícules, dibuixos animats o clubs de futbol. Respecte a la llengua en la que es comuniquen els estudiants és el castellà, idioma que es correspon amb el que es retransmet tota la seua programació favorita. Altrament, en l'elaboració de dibuixos lliures a l'aula, apareixen protagonistes de sèries i jugadors famosos, a més d'això, en alguns es reflexen estereotips relacionats amb el gènere i actes violents amb armes de foc.

Així mateix, els mitjans de comunicació que prefereixen els xiquets són Internet i la televisió, aquest segon aparell és el més elegit per ells amb un consum diari elevat (d'una a tres hores la majoria d'ells) que freqüentment és dins de l'horari nocturn, el que està relacionat amb el visionat de programes no recomanats per a menors. A més el 83% del xiquets tenen dos, tres o quatre televisors al seu domicili, una quantitat elevada que facilita la contemplació individual dels continguts televisius.

D'altra banda, dues terceres parts miren la televisió sols o amb els germans, el que significa que un gran nombre d'alumnes ho fa sense la companyia dels pares, fet que contrasta amb les recomanacions de psicòlegs, en les que s'afirma que els menuts han de veure la televisió acompanyats d'un adult, així conèixer els continguts i mantindre diàlegs i reflexions sobre aquests. El fet de veure-la sense la companyia dels pares es reflexa a l'hora de tindre la llibertat per elegir la programació, més de la meitat dels enquestats veu allò que vol aquest mitjà de comunicació, a més en la majoria dels casos tampoc tenen comunicació amb els pares sobre els continguts visionats.

Per altra part, afegir que els grans grups privats de comunicació espanyols, *Mediaset* i *Atresmedia*, tenen gran èxit entre els investigats, però el canal internacional *Disney Channel* destinat al públic infantil i juvenil és el favorit, en aquest emeten *Jessie*, una exitosa sèrie nord-americana també destinada a aquest tipus de públic, és la preferida per a la majoria. Però molt de prop la segueix *La que se acerca*, que és una sèrie espanyola d'humor però no recomanada per a persones menors de dotze anys, en aquesta dada és on es comprova la falta de control patern/matern televisiu. *El hormiguero*, un programa d'entrevistes i d'humor emés en horari nocturn, que va sortir el tercer en la llista de preferències dels qüestionaris, tampoc està recomanat per a menors de set anys.

Respecte a l'utilitat de la televisió, la majoria dels alumnes pensa que serveix per a entretenir-se, ja que la programació que veuen és d'aquest tipus. Així mateix, més de la tercera part dels enquestats va contestar que de la televisió no s'aprén res. Per últim, a la pregunta sobre allò que llevarien de la televisió, les dues respostes més repetides van ser els anuncis i els programes no recomanats per a ells.

5.2. Conclusions

Duta a terme la investigació, es formularan les conclusions generals de l'estudi. En el qual s'ha constatat que aquests alumnes de cinqué sí estan influenciats per la programació televisiva, ja que presenten actituds imitatives d'allò que veuen en la TV, reflexen prejudicis relacionats amb el gènere i la violència, visionen programes adreçats a adults provocant malinterpretacions, a més, consumeixen una gran quantitat de productes publicitaris i es comuniquen entre ells sempre en castellà, llengua en que s'emet la seua programació preferida.

El que és pitjor és que no reben la suficient educació en comunicació audiovisual del seu entorn per a posar-hi solució. Per tant, estan sols en aquest món audiovisual, al que per a entendre'l i no ser manipulats els falta ajuda i qui pot recolzar-los ho fa d'una manera inadequada o no ho fa (Olea, 2010).

Als domicilis la majoria dels xiquets no tenen les apropiades explicacions, supervisions o reflexions sobre allò que veuen en la televisió. Estic d'acord amb l'autora Viñes (2006) quan afirma que "veure amb" no és el mateix que "estar en la mateixa habitació amb", els xiquets només consideren que els pares estan amb ells si atenen, comenten i valoren. És important que els nens estiguen acompanyats per adults, així es redueixen les malinterpretacions dels missatges. A més, es constata que tampoc es tenen controls dels horaris ni del contingut de la programació, ja que sis sèries i programes que van contestar els estudiants en els qüestionaris no estan recomanats per a la seua edat.

Respecte a l'escola, els mestres hem de transmetre que aquest mitjà no només serveix per a entretenir-se, sinó també per a descobrir i pensar. "L'escola disposa amb la televisió d'un mitjà amb potencialitats didàctiques quasi incomparables." (Bautista, 2007). Els xiquets han d'aprendre a examinar si el que veuen és correcte o no, o si són coses que han d'imitar o que ningú ha de fer. Necessiten adquirir capacitat crítica per interpretar els missatges i no assimilar-lo sense filtres, i també tindre iniciativa per a buscar nous continguts valuosos sense anar sempre a allò conegut (Urra, Clemente i Vidal, 2000).

A més, hem de potenciar-los l'autonomia, que s'encarreguen de les diferents responsabilitats de classe com autoavaluar-se a ells mateixos i al grup aportant crítiques constructives. Més enllà, es busca que siguin actius, que participen amb idees i que donen les seues opinions de diferents temes en debats grupals. El que es pretén és que tinguen una personalitat pròpia que no els deixe influenciar-se per la televisió ni per res, si no creuen sempre tot el que escolten tampoc han de fer cas de tot el que mencionen en la tele.

No obstant això, aquest mitjà té coses positives i els mestres hem d'aprofitar-les com a recurs didàctic en qualsevol assignatura, podem projectar-los reportatges per aprendre més sobre flora i fauna, fomentar la reflexió amb pel·lícules, enterar-se sobre el que passa en el món, practicar una llengua o conèixer països i ciutats que es troben a milers de quilòmetres de distància. És immensa la quantitat de coneixements que podem arribar a assimilar amb el visionat d'aquest aparell, són molts els continguts enriquidors que s'emeten i molts d'altres que no aporten ni valors ni cultura.

L'objectiu d'educar-los en comunicació audiovisual és que els alumnes per ells mateixos seleccionen l'opció adequada. "Televisió per a conèixer més, sense dubte, per a dialogar amb mi mateixa o amb els altres, per entendre que el món no està dins d'eixa caixa en absolut" (Urra, Clemente i Vidal, 2000).

5.3. Proposta didàctica

Pels motius exposats anteriorment, es considera important que des de les aules s'eduque en comunicació audiovisual. Per això es planteja una proposta didàctica amb la intenció que el xiquet aprenga a valorar els missatges dels mitjans, produint un canvi en la seua actitud, fent que siga reflexiu, actiu i crític.

S'han ideat activitats de visió i de crítica de continguts televisius, destinades al nivell de cinqué curs d'Educació Primària. El xiquet posarà en pràctica els coneixements apresos, reflexionarà, crearà i s'autoavaluarà amb el seu grup. Així mateix, els treballs a l'aula augmentaran el seu interès per la matèria.

Es pretén que l'alumne siga autònom, per això el mestre actuarà com a guia, sense arribar a resoldre els seus problemes, amb la finalitat que ell sol o amb ajuda del grup, resolga les diferents situacions, per tant, el treball en equip serà necessari. A més, els debats seran importants per a que surtiguen diversos punts de vista i s'arribe a una anàlisi elaborada i una crítica responsable, fomentant el diàleg actiu.

L'avaluació del docent es realitzarà de forma individualitzada, contínua i vinculada en el ritme de classe, a part l'alumne s'autoavaluarà de manera grupal i individual. Per dur a terme la proposta, s'aportaran els continguts de les Ciències Socials descrits en el Marc teòric, que es relacionen amb els objectius l'educació en comunicació audiovisual. Els continguts es posaran en pràctica amb sis activitats que es desenvolupen de la següent manera:

Activitat 1

Es visionaran seqüències de sèries i pel·lícules adreçades al públic infantil, on es poden identificar diversos tipus de violència. Seguidament s'establiran grups de discussió per dialogar sobre les diferències entre la realitat i la ficció de les imatges, reconéixer el grau de gravetat que tenen i les consideracions ètiques. Després de la interacció en cada grup de discussió es trauran unes conclusions que seran explicades a tota la classe.

Activitat 2

Els xiquets també han d'assimilar que cada u podem tindre un punt de vista diferent sobre un mateix tema, per això es veurà un capítol d'una sèrie que done joc a moltes opinions desiguals. Després de la projecció, els alumnes passaran a ser actors, per això hauran d'explicar l'argument de la història des de diferents punts de vista; d'una persona anciana, d'una jove, d'una immigrant, d'una rica i d'una pobra. La resta de companys seran els que avaluaran.

Activitat 3

Contemplat en els alumnes investigats el baix ús de la llengua valenciana fora de les classes, s'ha ideat una experiència per practicar-la. Els alumnes faran de periodistes i per grups hauran de reunir notícies que hagen succeït en la ciutat durant una setmana. Les dades recollides les organitzaran, les redactaran i les exposaran en valencià simulant els informatius a l'aula. Cada grup s'encarregarà de presentar una secció de les notícies, per acabar, hi haurà una autoavaluació grupal i una avaluació a cada equip amb crítiques constructives.

Activitat 4

Per a que prenguen consciència de les actituds sexistes en la televisió, es durà a terme una activitat per trencar els estereotips associats al gènere. Hauran de intercanviar els rols als protagonistes d'alguna sèrie o pel·lícula, que la xica faja de xic i viceversa, quan tindran clara la nova història l'escriuran i la llegiran en veu alta.

Una altra tasca per treballar aquest tema és projectar anuncis publicitaris per comparar els dirigits a dones dels destinats a homes. Se'ls demanarà que analitzen els valors/contravalors i determinen la finalitat que tenen. S'hauran de fixar amb els missatges que utilitzen per vendre i a qui van dirigits, que reconeguen les diferències entre els productes, colors o tipus de música.

Activitat 5

Els alumnes començaran aquesta sessió amb una reflexió guiada pel mestre/a sobre tot allò que han après i sobre els temes tractats. A partir d'aquesta, s'obrirà un debat fent referència al que ells canviarien de la televisió, hauran de pensar en allò positiu i negatiu que els ofereix i també en els continguts que voldrien emetre en la programació. Totes les idees interessants proposades al debat les escriuran per posar-les posteriorment en pràctica.

Activitat 6

Per grups recordaran els canvis plantejats en l'activitat anterior i innovaran, seran els nous directors de programes de televisió, ells elegiran l'audiència a la que es volen dirigir, els objectius i els continguts que tindran. Hauran de ser autònoms, ells mateixos proposar la idea, dissenyar l'episodi d'un programa, redactar els guions, gravar i editar (sempre tindran al mestre com a guia). Per acabar aquesta pràctica, es projectaran a l'aula i cada membre dels equips s'autoavaluarà, tant en el procés individual i grupal com en el resultat. La resta de grups després del visionat aportarà les crítiques i avaluarà als seus companys.

6. BIBLIOGRAFIA

- Aguded, J. (2000). ¿Es posible enseñar a ver la televisión?. *Aula de Innovación Educativa*, (89).
- Alonso-Sanz, A. (2015). Docent i futurs Mestres aprenent a veure la influència de la Cultura Visual televisiva als dibuixos infantils. *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 8 (2).
- Barcia, P. (2008). *No seamos ingenuos. Manual para la lectura inteligente de los medios*. Buenos Aires.
- Bautista, G. (2007). Niños y televisión: de la rutina a la actividad. *Aula de infantil*, (39) p. 30.
- Bazalgette, C. (1996). *La enseñanza de los medios de comunicación en la enseñanza primaria y secundaria*. La revolución de los medios: educación y nuevas tecnologías. Ediciones de la Torre.
- Bernabéu, M. (1995). La educación en materia de comunicación. *Cuadernos de pedagogía*, 234.
- Carrillo, M. (2005). *Enseñar a ver televisión*. Murcia.
- DECRET 108/2014, de 4 de juliol, del Consell, pel qual estableix el currículum i desplega l'ordenació general de l'Educació Primària a la Comunitat Valenciana.
- Departament d'Ensenyament (1994): *L'Educació Àudio-visual. Eixos transversals*, 3. Barcelona.
- Fabbro, G. (2016). Infancia, dibujos animados y televisión pública. *Revista Mediterránea de Comunicación*.
- Fernández, E. (2014). Els infants com a consumidors. Anàlisi de la presència d'aplicacions interactives, hàbits de vida saludables i promocions en la publicitat de Neox Kidz. *Quaderns del CAC*, (40), p. 15.
- Kaplún, M. (1992). *A la educación por la comunicación: la práctica de la comunicación educativa*. Oficina Regional de Educación de la Unesco para América Latina y el Caribe.
- Lazo, C. M. (2005). *La televisión en la mirada de los niños*. Madrid: Editorial Fragua.
- Lincoln, Y. S., & Denzin, N. K. (2000). The seventh moment: Out of the past. *Handbook of qualitative research*, 2, 1047-1065.
- Martínez, M., Frías, W. P., y Solano, D. (2014). Impacto de los medios masivos de comunicación en la dinámica familiar. *Cultura, educación y sociedad*, 2(1), 111-118.
- Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de Torre.
- Moyer-Gusé, E. y Riddle, K. (2010). *El Impacto de los Medios de Comunicación en la Infancia*. Guía para Padres y Educadores (Vol. 1). Editorial UOC.
- Olea, F. (2010). *La influencia de la televisión en el alumnado de tercer ciclo de Primaria en el ámbito rural y urbano: Estudio de casos*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga.
- Orriols, E. (2011). *La televisió i els infants*. Guix d'Infantil, (59) p. 30.
- Pérez Tornero, J.M. (2007). La estrategia internacional de la educación en medios. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación (1134-3478)*, (28), p. 129.
- Pons, M. (2003). Una caixa decisiva. *Diàlegs*. Barcelona, Spain. (1138-9850), 6 (22), p. 25.
- Plaza, S. i Roca, E. (2015). *Catàleg de recursos didàctics i per a la investigació de les ciències socials*. Publicacions de la Universitat Jaume I: Castelló de la Plana.
- Rota, M. (2006). Panorámica de la educación en comunicación audiovisual. *Quaderns del CAC*, (25), p. 29.
- Sandoval Sánchez, G. (2015). Los niños y la televisión: ¡cuidado!. *Pensamiento, palabra y obra*.
- Urra, J., Díaz, M. C., Vidal, M. Á., Prego, V., & Abarca, A. B. (2000). *Televisión: Impacto en la infancia*. Madrid: Siglo veintiuno de España Editores.
- Tur Viñes, V. (2006). Educar els nens en el bon ús de la televisió. *Viure en família*, (19).

ANNEXOS

Annex 1. Qüestionari

1. D'aquests mitjans de comunicació (televisió, periòdic, ràdio, Internet). Quin prefereixes?
Per què?
2. Quantes hores veus la televisió al dia?
3. Quants televisors tens a casa?
4. Quan mires la TV, ho fas sol o amb companyia? Si ho fas amb companyia, amb qui?
5. Quina cadena de televisió veus més freqüentment? Per què?
6. En quines hores del dia mires més la televisió? Matí, migdia, vesprada o nit?
7. ESCRIU els tres programes, sèries o dibuixos animats que prefereixes:
8. Per a què creus que serveix la televisió? Per a entretenir-te, per a informar-te o per a adquirir coneixements?
9. Veus tot el que tu vols en la televisió?
10. Parles amb els teus pares sobre del que hi veus?
11. Què pots aprendre de la TV?
12. Què llevaries de la tele per a que t'agradara més veure-la?