

Fase 2_ Resultados

Luego de identificar los instrumentos de investigación junto con los estudiantes, a través de la asesora de Línea, los jóvenes analizaron entre la forma de recolectar información de la entrevista, la encuesta, la experimentación, los sondeos; escoger la encuesta y la entrevista para aplicar en el proceso teniendo en cuenta que de esa forma se obtendrían resultados en cuanto a la investigación social, logrando por una parte identificar que están realizando algunos medios locales, en especial los comunitarios para aportarle a las nuevas generaciones información valiosa, y por otro lado conocer de qué forma ven los jóvenes a dichos medios, dado que conocemos que los adolescentes tienden a guiarse por patrones de moda y tendencia.

Tabla 1_ Resultados de la encuesta

<p>Partimos de una muestra de:</p> <p>100 alumnos de los primeros grados 6,7 y 8 del Colegio la Salle, con el fin de conocer la postura del adolescente frente a los medios de comunicación.</p>
<p>Objetivo:</p> <p>Identificar la percepción de los adolescentes a cerca de la influencia de los medios de comunicación.</p>
<p>Preguntas realizadas:</p> <p>¿Cuál cree que es el área de influencia que más afecta su vida diaria?</p> <p><input type="checkbox"/> Televisión</p> <p><input type="checkbox"/> Radio</p> <p><input type="checkbox"/> Revistas / Periódicos</p> <p><input type="checkbox"/> Internet</p> <p><input type="checkbox"/> Relación con los amigos</p> <p>¿Cuál de los anteriores usas más?_____</p> <p>¿Crees que los anuncios publicitarios (TV, radio...) te impulsan a consumir algún tipo de producto?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> A veces</p> <p>¿Consideras que los medios de comunicación influyen en tu estado de ánimo?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> A veces</p> <p>¿Crees que usas en exceso la tecnología móvil?</p>

- Si No Si, ya que considero que es necesario/imprescindible

¿Cuál es la

finalidad con la que consume medios de comunicación?

- Entretenimiento información Aprendizaje

¿Qué posición asume a la hora consumir medios de comunicación?

- crítica Analizo los contenidos Solo observo los contenidos de forma pasiva.

Análisis:

-El área de influencia que más afecta a los jóvenes es el internet, independientemente del grado que cursen y a pesar de ser una población con escasos recursos, evidenciado en un 60%, le sigue la televisión en un 20% y la radio con 20%. Esto muestra que los jóvenes son fieles consumidores de los medios de comunicación y son un público meta que mueve en gran parte la industria.

-Los anuncios publicitarios influyen en las decisiones de compra de los adolescentes en un 80%, lo que demuestra que éstos son persuadidos por los anuncios de los medios de comunicación.

-El 100% de los adolescentes considera que los medios de comunicación influyen en el estado de ánimo de los mismos, lo que genera inquietudes frente a la forma en la que éstos consumen dichos contenidos, teniendo una importancia tan relevante.

-Los estudiantes no sólo hacen uso de los celulares, sino que también consideran que es un medio indispensable en su vida diaria, a través de los cuales cuentan con la facilidad de acceder a todos los medios de comunicación.

- Los jóvenes consumen medios de comunicación principalmente con el propósito de entretenerse en un porcentaje de 80%, el 20% restante los utiliza para informarse.

-El 100% de los adolescentes encuestados, respondieron que observan los contenidos de los medios de comunicación de forma pasiva.

Conclusión y estrategia:

Se requiere realizar actividades que permitan a los jóvenes despertar el interés por un uso responsable de los medios de comunicación, dado que se observa de forma general con los jóvenes no escogen lo que verán, no son críticos frente a lo que ven y escuchan y no realimentan con los demás lo que observan de los medios; se propone realizar cine foros

en los que se les invite a los jóvenes a analizar, a ser críticos y a argumentar posiciones frente a lo visto.