

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

MEDIOS TELEVISIVOS Y EL TRATAMIENTO DE TEMAS DE LA CALIDAD DE
VIDA PARA ADULTOS MAYORES, CANTÓN VENTANAS, PROVINCIA DE LOS
RÍOS

AUTOR:

CARLOS FUENTES PONCE

TUTOR:

MSC. JAVIER CASTILLO ZÚÑIGA

BABAHOYO - ECUADOR

2021

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia que siempre me han apoyado en todo momento de mi vida, brindando su amor incondicional en cada etapa de mi formación como profesional.

Carlos Fuentes

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todo la vida y las fuerzas para seguir adelante.

A mis padres por estar en todo momento, brindando su apoyo incondicional.

A mis maestros de la Universidad Técnicas de Babahoyo por orientarme en el conocimiento de mi profesión.

A mi asesor de trabajo de titulación del examen complexivo quien me brindó el acompañamiento en todo momento para alcanzar el éxito.

Carlos Fuentes.

RESUMEN

El presente trabajo práctica para la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social, titulado MEDIOS TELEVISIVOS Y EL TRATAMIENTO DE TEMAS DE LA CALIDAD DE VIDA PARA ADULTOS MAYORES, CANTÓN VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RÍOS, tuvo como objetivo general estudiar cuál es la influencia de los medios de comunicación en la calidad de vida de los ciudadanos/as del cantón Ventanas, provincia de Los Ríos, para ello se diseñó un estudio de campo de corte cuantitativo, el mismo que permitió la utilización de los métodos inductivo y deductivo, así como la aplicación de la técnica de la encuesta a una muestra de adultos mayores de 83 que viven en el cantón, para ello se diseñó un cuestionario con escala Lickert el mismo que contenía, temas importante sobre las dos variables de estudio a fin determinar la incidencia de los medios de comunicación en el abordaje de los temas relacionados con la calidad de vida del adulto mayor, dentro de los principales resultados se pudo determinar que el 100% de los encuestados opinaron que estos temas no son abordados en su totalidad, por eso ellos emplean el tiempo en la televisión en programas variados. Por otro lado el 100% de ellos opinaron que a pesar de la omisión de estos temas, se sienten influenciados por la televisión y que sus estilos de vida están para cambios rutinarios y de ejercicios o una vida sedentaria.

Palabras clave: televisión, calidad, vida, adulto mayor, sedentarismo

ABSTRACT

The present practical work to obtain the title of Bachelor of Social Communication, entitled TELEVISION MEDIA AND THE TREATMENT OF ISSUES OF QUALITY OF LIFE FOR OLDER ADULTS, CANTÓN VENTANAS, PROVINCE OF LOS RÍOS, had as a general objective to study what is the influence of the media on the quality of life of the citizens of the Ventanas canton, Los Ríos province, for this a quantitative field study was designed, which found the use of inductive and deductive methods, as well as the application of the survey technique to a sample of adults over 83 who live in the canton, for this a questionnaire with the Lickert scale was designed, the same one that contained, important issues on the two study variables in order to determine the incidence of the media in addressing issues related to the quality of life of the elderly, within the main results it was determined that the 100% of those surveyed believed that these issues are not addressed in their entirety, that is why they spend their time watching television in various programs. On the other hand, 100% of them thought that despite the omission of these topics, they feel influenced by television and that their lifestyles are changing from routine and exercise to a sedentary life.

Keywords: television, quality, life, elderly, sedentary lifestyle

ÍNDICE GENERAL

Contenido	
RESUMEN	4
ABSTRACT.....	5
ÍNDICE GENERAL	6
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.DESARROLLO	3
II.1. JUSTIFICACIÓN.....	3
II.2. OBJETIVO.....	5
II.3. SUSTENTOS TEÓRICOS.....	6
III.TÉCNICAS APLICADAS.....	12
IV.RESULTADOS OBTENIDOS.....	14
V.CONCLUSIONES	17
VI. BIBLIOGRAFÍA	18
VII.ANEXOS.....	20

I. INTRODUCCIÓN

Como es conocido por todos, los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la vida de las democracias contemporáneas. Percatados de este papel, investigadores provenientes de distintas disciplinas sociales se dedicaron a estudiar dicha influencia, con especial ahínco a partir de la década de los sesenta del siglo XX. No obstante, desde entonces, se mantienen con notable vigencia las mismas interrogantes: ¿cuál es la responsabilidad de los medios sobre el desarrollo la calidad de vida de los ciudadanos? ¿Qué papel juegan los medios en la formación de cultura de los habitantes? ¿Existe una relación causal clara entre el papel desempeñado por los medios y las actitudes, habilidades y valores de la ciudadanía en cuanto a su calidad de vida?

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

Es por esto que en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres. Actualmente es posible obtener grandes cantidades de información y noticias con gran rapidez sin importar el momento en que surgieron.

Los medios de comunicación masiva contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad; a establecer la agenda de los asuntos políticos, sociales y económicos que se discuten; a crear o a destruir la reputación de una organización, persona o grupo de personas; proporcionan información y elementos para que la persona o el público construyan, ponderen y formen sus opiniones.

Son en muchas ocasiones los intermediarios entre la sociedad y el poder político. Son un

poder porque poseen los instrumentos y los mecanismos que les dan la posibilidad de imponerse; que condicionan o pueden condicionar la conducta de otros poderes, organizaciones o individuos con independencia de su voluntad y de su resistencia.

En la sociedad actual, los medios de comunicación contribuyen así, a la consolidación o surgimiento de valores que el individuo admite como válidos y «natural» para el mundo en el que vive justamente uno de los aspectos contradictorio de la prensa es que se le supone la función de crear corrientes de opinión, lo cual implica optar por alternativas consideradas o no como válidas; y a la vez esto conlleva la posibilidad de manipular la opinión pública.

De ahí que sea sumamente importante que la persona actúe como receptor crítico y analítico respecto de los diferentes mensajes recibidos para lo cual es imprescindible comprenderlos en sus distintas vertientes (escritos-orales-visuales).

Dentro de las líneas de investigación en la carrera de se ha seleccionado la siguiente:

- Línea de investigación de la Universidad:
 - EDUCACIÓN Y SOCIEDAD
- Línea de investigación de la Facultad
 - COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y PARTICIPATIVA
- Línea de Investigación de la carrera
 - Comunicación, Cultura, ambiente y Sociedad
- Sublínea de investigación de la carrera:
 - Medio ambiente, comunicación y buen vivir

A partir de este contexto se pudo determinar los métodos y técnicas a emplearse tales como el método inductivo-deductivo, analítico – sintético, así como la técnica de observación y la encuesta.

II. DESARROLLO

II.1. JUSTIFICACIÓN

Los medios de comunicación social se han constituido como uno de los más importantes rasgos distintivos de la sociedad actual. Por lo tanto, para la Psicología social se impone una tarea irrenunciable, la de hacer una adecuada aproximación a este fenómeno que, con su presencia, está definido ya como un tipo especial e inédito de sociedad.

Y por eso, la sociedad actual puede ser caracterizada como la sociedad de la comunicación mediada. Si ha podido hablarse de algunos pasos decisivos en la historia de la humanidad como hitos que marcaron época, el fenómeno de la comunicación masiva es uno de ellos. Con esto queremos decir que la generalización "planetaria" de la comunicación de masas ha marcado el comienzo de una nueva época y será estudiada por la Historia como una de las grandes revoluciones que alteraron muy significativamente la vida de los hombres y de las sociedades.

Conceptualizados a grandes rasgos se asume el riesgo que implica toda simplificación, podrían mencionarse tres "momentos históricos" definidores de nuevas eras: la revolución neolítica, con la aparición de la vida sedentaria y la agricultura; la revolución industrial, que señala la hipertrofia del poder científico y el dominio de la materia por la técnica; y, finalmente, la "revolución de la comunicación" que ha deshecho los conceptos de distancia y de tiempo, por lo que se enriquece el planeta, a partir de ello se construyen nuevas formas de realidad y dan paso al nacimiento de nuevas necesidades en lo que se refiere a las interacciones humanas o al conocimiento de la actualidad (ya no se llama el presente), del pasado y del futuro.

Este planteamiento conduce a la consideración de las formas que adquiere el fenómeno actual de la comunicación y el alcance social de estas nuevas dimensiones. Se trata de la aparición de los llamados "medios de comunicación de masas" o "medios de comunicación social". A su vez, estos medios han generado todo un nuevo conjunto de ocupaciones, oficios, profesiones... que las personas que los desempeñan gustan de titular con el apelativo

genérico de Periodismo. Y, aunque se trate de una calificación poética, literaria o si se quiere utópica, el periodismo (entendido como el conjunto de profesiones relacionadas con los medios) se constituye, en un amplio sentido, como "el cuarto poder". Lo cual quiere decir que su presencia en la sociedad que se asoma al umbral del siglo XXI no es inocua ni poco significativa. Antes al contrario, tiene un peso de gran importancia si no totalmente decisivo. Aunque el individuo pueda estar de acuerdo o en contra de los medios de comunicación de masas, lo que no podemos dejar de reconocer es el impacto que tienen, en la configuración de nuestra cultura occidental. Su importancia no se limita a un aumento cuantitativo de la información a la que podemos tener acceso y a la inmediatez con que la misma puede llegar a los destinatarios, sino a las modificaciones culturales, arquitectónicas, desarrollo de nuevas profesiones, procesos de fabricación de nuevos aparatos, modas, culturas y subculturas que se han visto con ellas potenciadas.

Es por ello el interés de desarrollar la presente investigación sobre cuál es la influencia o el impacto de la televisión sobre la calidad de vida de los habitantes del cantón Ventanas. La importancia que tiene el tema a desarrollar es que se conocerán cuáles son los componentes esenciales y la incidencia que tienen los medios de comunicación en la ciudadanía, específicamente la televisión. Por otro lado se destaca la relevancia del tema ya que muchos pueden ser los estudios que se han desarrollado para conocer como la investigación tiene incidencia en la ciudadanía pero los resultados reales de nuestra localidad marcarán un referente para planificar estrategias que coadyuven a una correcta utilización. La factibilidad para poder desarrollarlo radica en la disponibilidad de información y la predisposición de los ciudadanos para contribuir en el proceso investigativo.

II.2. OBJETIVO

General

- Analizar la influencia de los medios de comunicación en la calidad de vida de los ciudadanos/as del cantón Ventanas, provincia de Los Ríos.

Específicos

- Determinar los referentes teóricos necesarios relacionados a medios de comunicación y calidad de vida.
- Diagnosticar el tipo de responsabilidad que tienen los medios de comunicación televisivos en la formación de la cultura de los ciudadanos/as
- Identificar la influencia que tiene la televisión en el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos del cantón Ventanas.

II.3. SUSTENTOS TEÓRICOS

MEDIOS TELEVISIVOS

Los medios televisivos desde mucho tiempo se han constituido en una gran oportunidad para que los seres humanos aprendan sobre lo que el contexto inmediato pretende informar, es por eso que la importancia de una buena selección de ellos permiten que no solo asimile información que genere interés sino que ésta vaya más allá del bienestar y seguridad de los individuos.

Es por ello que según lo expresado por Gutiérrez, Rodríguez & Camino (2010) quienes se cuestionan sobre si ¿La televisión actualmente ofrece al espectador lo que quiere ver o se le dan los productos que representan una economía parellas? ¿Existirán elementos para apelar a la ética a fin de brindar un servicio de calidad? Desde esa perspectiva los medios de comunicación están manos de individuos que buscan vincular la política y la ideología, a fin de que la audiencia se constituye en el motor principal de la televisión o cualquier otro medio de comunicación.

En la actualidad, se habla de medios de comunicación como un elemento esencial de la comunidad de la información, en la cual es importante destacar el mundo del espectáculo, debido a esto los contenidos son banalizados en la búsqueda de ciertos valores discursivos que llegan a determinadas audiencias, lo cual pone de manifiesto la vulneración de los derechos fundamentales del espectador. Es por ello que la alfabetización de la población desde todos los tiempos se ha constituido en el motor de los medios de comunicación, constituyéndose así en el principal crítico que no se deja manipular.

Por otro lado, los medios de comunicación se han convertidos en formas eficaces y rápidas de transmisión de mensajes, pero no se pueden convertir en el instrumento para la manipulación social, pues mediante ellos los diferentes segmentos son escuchas y pueden ejercer una influencia con consecuencias no deseadas sobre las representaciones que los individuos crean acerca de los diferentes componentes de la vida social, sus relaciones y pautas de comportamiento socio cultural; generalmente, esta influencia está orientada a adaptar la conducta a favor de intereses no siempre concordantes con las necesidades fundamentales y las aspiraciones de realización de las personas y los grupos. “De este modo

la dignidad y los derechos humanos se ponen en serio riesgo puesto que pueden ser vulnerados en el momento en que un mensaje es transferido de una fuente a un receptor con la intención de cambiar el comportamiento”. (Lema, 2009)

Según Thomas Austin Millan, la socialización es:

... el proceso social por el cual aprendemos a ser miembros de una comunidad humana y a interiorizar los valores y roles de la sociedad en que hemos nacido y habremos de vivir. Es decir, a través de la socialización aprendemos a vivir dentro de un grupo, a ser miembros competentes de la sociedad en que hemos nacido. (Austin, 2000)

Así mismo y en concordancia con lo expresado se aprecia que se trata de un proceso de naturaleza cultural que se produce a partir del nacimiento de las personas, quizás desde la vida intrauterina. César Tejedor Pomares pone énfasis en este aspecto expresa:

El proceso por el cual el individuo absorbe la cultura, se integra en la sociedad y conquista su propia personalidad, recibe el nombre de socialización. No hay que confundir este concepto con el de “sociabilidad”, que designa la inclinación y necesidad del hombre a asociarse con otros, y que sería la base psicológica del hecho de que el hombre viva en sociedad. La socialización supone la internalización o interiorización de los contenidos culturales de la sociedad en que nace y vive. Por ello, supone también la adaptación a la sociedad y a la cultura. (Austin, 2000)

Por otro lado es importante destacar que lo expresado por (Soengas, 2018) el cual manifiesta que “Los medios son poderosos porque tienen capacidad para llegar a todos los ciudadanos e influir en la sociedad. A través de su línea editorial pueden orientar la opinión pública y modificar conductas y comportamientos.(...)”

Es necesario entonces recalcar que estos efectos tienen una importante relevancia debido a que el ser humano capta lo que los medios de comunicación informan convirtiéndose así en un instrumento fundamental para hacer llegar el mensaje a la audiencia objetivo y lograr convencerla.

Por otro lado (García, 2006) manifiesta que “al documentar la naturaleza real de la

implicación que tiene los medios de comunicación en la extensión de los sentimientos de apatía, desinterés, indiferencia y desafección para con lo político, que presentan crecientemente desde hace unas décadas los ciudadanos de los países del entorno occidental”.

Desde esta perspectiva, y en concordancia con (Ruiz, 2009) quien expresa que “los medios generan un impacto sobre la ciudadanía, pero que dicho impacto es positivo, por lo que los medios no tienen responsabilidad en la falta de compromiso cívico de los ciudadanos.” Es por eso que no sólo eso, sino que inclusive estos medios de comunicación siempre tienen la capacidad de potenciar la movilización, el entendimiento y el compromiso político de la ciudadanía.

Algo que es importante destacar en este estudio es que ni la cultura alfabética ni la cultura audiovisual pasarán al olvido. “El siglo XXI, con Internet, recupera ambos, la obligación de analizar, cotejar y crear una exposición sistemática sobre la gran cantidad informativa, hacer recuperar el pensamiento deductivo, que se yuxtapone a los contenidos audiovisuales que también deben ser puestos a consideración. Además cobran importancia los mensajes de texto y correos electrónicos” (Castell, 2001)

Al comprender aquello es evidente que el cambio en el proceso televisivo avanza a pasos vertiginosos y no solo es el resultado de la mera transmisión de información ya que con el avance de la ciencia y la tecnología se abren nuevas oportunidades de audiencia en una sociedad digitalizada.

Al analizar que con el surgimiento de internet, los viejos medios como la televisión, se adaptan: en un principio, los canales incorporaron sus propias páginas web. Luego sus personajes principales, se les abrieron sus propios sitios, a los que siguieron sus cuentas en Twitter o Facebook, donde las audiencias pueden interactuar de alguna manera con ellos. Esto es una evolución para incorporar cierta interactividad y mermar la posible caída de las audiencias que se avizora. La migración de un medio a otro no produce la muerte del viejo medio; pero si una reconfiguración de este último. Por ejemplo los fabricantes de los televisores, en sus últimos modelos, ya incluyen la posibilidad de acceder a la red desde sus

pantallas. (Delio, 2012)

CALIDAD DE VIDA

‘Calidad de vida del adulto mayor’, según Velandia (1994) es “la resultante de la interacción entre las diferentes características de la existencia humana (vivienda, vestido, alimentación, educación y libertades humanas); cada una de las cuales contribuye de diferente manera para permitir un óptimo estado de bienestar, si consideramos el proceso evolutivo del envejecimiento, las adaptaciones del individuo a su medio biológico y psicosocial cambiante, el cual se da en forma individual y diferente; adaptación que influye en su salud física, fallas en la memoria y el temor, el abandono, la muerte, la dependencia o la invalidez”

Así mismo, Eamon O'Shea (2003) sostiene que “la calidad de vida del adulto mayor es una vida satisfactoria, bienestar subjetivo y psicológico, desarrollo personal y diversas representaciones de lo que constituye una buena vida, y que se debe indagar, formular preguntas al adulto mayor, sobre cómo da sentido a su propia vida, en el contexto cultural, y de los valores en el que vive, y en relación a sus propios objetivos de vida”.

Según lo expresado por (Botero, B. & Pico, M., 2007) quienes manifiestan que “El proceso del envejecimiento genera cambios importantes en el estilo de vida de la población y tiene repercusiones significativas en el volumen y distribución de la carga de la enfermedad y en la calidad de vida”. Esto nos deja en claro que el individuo en su naturaleza siempre va a envejecer pero que depende de los hábitos de salud que tenga mejorará dichas condiciones para tener un envejecimiento adecuado.

Desde la prensa anterior y en concordancia con lo expresado por la (Organización Mundial de la Salud, 1996) ellos ponen de manifiesto que la evaluación de la calidad de vida del individuo sirve como un instrumento de medición de los estudios comparativos para determinar tratamiento terapéuticos y actividades que le permitan tener un mejor calidad de vida al envejecer, como por ejemplo: el caminar, el no llevar una vida sedentaria, el tiempo que pasa en frente al televisor o cualquier otra actividad que implique poco movimiento.

Por su parte, (Faden R, Germán P., 1998) manifiestan que “La calidad de vida es un concepto eminentemente evaluador o valorativo capaz de abarcar muchos más fenómenos que los que caben en cualquier especialidad o rama de las ciencias, es decir, las definiciones sobre las que se sustentan las investigaciones son múltiples y según el contexto del cual parte su valoración”, en ese sentido y como punto esencial de este trabajo de investigación enfatizaremos la relevancia que tienen los medios de comunicación en la determinación de esa calidad de vida del adulto mayor.

Para entender un poco más las variables, se puede determinar ciertas características que son determinantes de la calidad de vida del individuo como por ejemplo las citadas por (Galván, 2018)

Así podemos decir que el concepto de calidad de vida y bienestar social puede tener cinco campos a comprender como son:

- Físico: donde puede tener aspectos de salud y seguridad física.
- Material: contar con una vivienda digna y propia, con acceso a todos los servicios básicos, alimentos al alcance, medios de transporte.
- Educativos: existencia y cercanía a una educación donde permita ampliar los conocimientos de forma individual y colectiva.
- Emocional: campo muy importante para cualquier ser humano, mediante el cual permite que su estado emocional vaya en el crecimiento e interrelacionarse eficazmente.
- Social: donde al ser humano tiene opciones interpersonales con núcleos básicos como la familia y círculos de amistades que permitan desarrollo del mismo. (Galván, 2018)

Por otro lado, se destaca que “las consecuencias del envejecimiento están directamente vinculadas con cambios en la estructura social y de manera específica, con aspectos relacionados con el cuadro de salud de la población, los recursos laborales, la seguridad social, la dinámica familiar, todos ellos entre otros factores básicos en la

evolución social y económica de un país.” (Betancourt, R., 2010)

IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS TELEVISIVOS EN EL ADULTO MAYOR

Los medios de comunicación, permiten adoptar, fortalecer, enriquecer o modificar positivamente, en forma consciente e informada, actitudes y/o comportamientos con el propósito de establecer estilos de vida saludable.

Desde el punto de vista conceptual, los medios de comunicación masivos son parte de la superestructura político-ideológica de la sociedad, y mecanismo fundamental para una función educativa y divulgadora sobre la promoción de la salud. Así mismo, en el campo de la salud, los medios de comunicación son fundamentales, pues a través de una participación activa y consciente de la comunidad, pueden fomentar el autocuidado de la salud, difundir información sobre esta y aumentar la concienciación sobre aspectos específicos de la salud individual y colectiva. (Garzón, 2010)

Como señala Torres (2006), el sentido de desarrollo personal variará con las distintas generaciones que se incorporen al grupo de edad de mayores de 65 años. Lo que hoy se defina para los actuales no será válido para los siguientes, puesto que el desarrollo personal está basado en la realidad que ha construido la propia interacción social (tal como lo entienden los fenomenólogos) en la experiencia de cada generación. Esa realidad será una u otra, apoyada en el mundo de los valores de cada mayor. Se envejece como se ha vivido, no se desea lo que no se conoce. Al llegar a viejos, las personas, aún en medio de sus propias condiciones físicas y mentales, continuarán esforzándose en lo que saben hacer, lo que les gusta hacer, o lo que descubran que pueden hacer y esté en el plano de sus deseos no cumplidos.

Desde esta visión se considera que los medios de comunicación son un elemento esencial para que el individuo mejore o empeore su calidad de vida.

III. TÉCNICAS APLICADAS

Tipo de Investigación

De campo.- La investigación es de campo ya que se hace necesario ir a la fuente del problema para determinar la incidencia de los medios de comunicación en la calidad de vida de los adultos mayores el cantón Ventanas.

Bibliográfica.- Porque ya que fue necesario indagar sobre el sustento teórico que fundamenta la relación entre los medios de comunicación en la calidad de vida de los adultos mayores el cantón Ventanas, podemos así tener el sustento teórico base de la investigación en función de las dos variables de estudio.

Descriptiva.- Es de tipo descriptiva porque permitirá conocer la realidad de la interacción de las variables y cómo se relacionan con el entorno inmediato, normal de lo que se analiza en los datos obtenidos.

Técnicas.

Encuesta.- Se aplicó un cuestionario de preguntas a los adultos mayores del cantón Ventanas, a fin de determinar la incidencia de los medios de comunicación en la calidad de vida que ellos llevan.

Instrumentos

Cuestionario.- Se diseñó un instrumento con preguntas en la escala de Lickert que permitieron recopilar la información necesaria sobre los indicadores de las variables que intervienen en este estudio de casos, específicamente en la incidencia de los medios de comunicación televisivos en la calidad de vida de los adultos mayores.

Población

Para el presente estudio la población considerada es de 107 adultos mayores que viven en sector La Gloria del cantón Ventanas.

Muestra

Para determinar la muestra se empleará la siguiente fórmula estadística.

$$M = \frac{N}{E^2\% (n-1)+1}$$

$$M = \frac{107}{5^2\% (106-1)+1}$$

$$M = \frac{107}{0.0025 (106)+1}$$

$$M = \frac{107}{0,265+1}$$

$$M = \frac{107}{1,265}$$

$$M = 83 \text{ Adultos mayores}$$

IV. RESULTADOS OBTENIDOS

Dentro de los resultados obtenidos se puede determinar al encuestar a los 83 adultos mayores se pudieron obtener los siguientes datos:

Al preguntarles sobre su rango de edad se pudo determinar que la población en un 72% corresponden a personas de las edades entre 60-65 años de edad, seguidos de un porcentaje de 18% que están en los rangos de 66 a 70 años y un 6% en las edades de 71 a 75 años y solo el 4% está en un rango de edad de más de 5 años, lo que determina que aún la población está Envejeciéndose pero paulatinamente.

En cuanto al género de la población encuestada al segmentar según este indicador, se pudo identificar que el 54% de los 83 encuestados corresponden al género femenino y el 46% a encuestados del género masculino, lo cual nos permite tener una visión un poco equitativa en cuanto a las respuestas propuestas en las demás preguntas.

Por otro lado se encuestó si ellos ven televisión supieron manifestar en un 100% que si lo hacen y al preguntar sobre la frecuencia con la que la realizan los resultados fueron sorprendentes el 62% de los encuestados quienes miran la televisión frecuentemente, un 30% la mira algo frecuente, el 6% lo hace poco frecuente y solo el 2% de ellos mira televisión nada frecuente.

En ese mismo sentido al preguntarle sobre el tiempo que dedican a ver televisión las respuestas obtenidas nos dan una visión clara del tiempo que emplean para dicha finalidad, así que el 54% de ellos pasa de 1 a 3 horas al día frente a la televisión, el 15% de 4 a 6 horas observan programas televisivos, el 30% pasa en observación más de 7 horas al día y un 1% observan menos de 1 hora de televisión al día.

Se les preguntó sobre el tipo de programa que ven, ellos contestaron en unos resultados un poco parejos, debido a la diversidad de programas que pueden ver, nos encontramos que el 31% ven noticias en los diferentes horarios, lo cual les motiva a mantenerse informados

en todo momento sobre lo que acontece en el país y el mundo; por otro lado el 28% de ellos ve programas de farándula local e internacional; el 23% observan películas de diferentes géneros ya que eso les permite mantenerse distraído según ellos, y el 18% observa programas de documentales para enriquecer su acervo cultural.

En la pregunta sobre si realizan otras actividades recreativas en sus tiempos libres, el 70% manifestó que no realizan y solo el 30% enfatizó que sí lo cual demuestra una vida rutinaria única de los adultos mayores.

Se les preguntó sobre temas relacionados a la realización de ejercicios, el 52% manifestó que no realizan ningún tipo de ejercicios a más de caminar dentro del hogar, mientras que un 48% de los encuestados enfatizaron que si lo hacen aunque no muy frecuentemente.

En relación al tipo de alimentación que llevan, el 90% de los 83 encuestados manifestaron que ellos llevan una alimentación saludable, mientras que el 10% de ellos contestaron que su alimentación también incluye comida de tipo chatarra o no saludable lo cual incide significativamente en su estilo de vida.

Se indagó a los encuestados sobre si ellos se sienten felices con el estilo de vida que llevan el 82% de los encuestados pusieron de manifiesto en sus respuestas que si se sienten felices con el estilo de vida que llevan, mientras que el 18% de ellos opinan lo contrario, enfatizan que deberían buscar nuevas alternativas de distracción.

Otras de las preguntas interesantes es que el 100% de los encuestados manifestaron que en la televisión local no se abordan los temas relacionados a la calidad de vida, así mismo que en la televisión nacional o internacional se los aborda pero no se lo hace en una forma motivadora.

Por último se preguntó sobre la felicidad que sienten al ver televisión, ellos supieron manifestar en un 66% que ésta ha empeorado su estilo de vida por lo cual no realizan muchos

ejercicios ni otras actividades cotidianas. Mientras que un 34% opinaron que ésta se ha visto beneficiada por que ahora sus vidas están llenas de otras formas diferentes de divertirse.

En la pregunta final se indagó sobre si ellos desean mejorar su estilo de vida, el 100% de los encuestados opinaron que desean mejorar su estilo de vida en forma urgente.

V. CONCLUSIONES

Dentro de las principales conclusiones, se pueden citar las siguientes:

- Se identificó que los adultos mayores tienen una marcada incidencia en cuanto a la televisión y que por lo general esto influye en su estilo de vida y la forma como deciden envejecer.
- Además se determinó que en el cantón Ventanas según la población estudiada ellos consideran necesario hacer un cambio en la forma como llevan sus hábitos de vida y especialmente en relación al tiempo empleado para ver la televisión.
- Muchos de los encuestados han considerado que las actividades recreativas adicionales son una fuente importante para mejorar la forma de vida frente a la incidencia que tiene la televisión.
- Se logra determinar que los adultos mayores tienen una gran variedad de alternativas a la hora de ver la televisión, pero el exceso de su consumo los quiere unir a una vida de sedentarismo, lo cual es algo no provechoso para su salud.
- Que a pesar de que existen campañas para promover un envejecimiento saludable depende de cada persona decidir la forma en la que se siente feliz como lo demostraron las respuestas de la encuesta.
- Se demuestra según la encuesta que el 100% de los encuestados enfatizaron que no se aborda en forma pertinente ni motivadora los temas de calidad de vida en el adulto mayor, por lo cual no muestran interés y realizan las actividades que se detallaron en el presente estudio.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Austin Millan, Tomás (2000): FUNDAMENTOS SOCIALES Y CULTURALES DE LA EDUCACION. Editorial Universidad Arturo Prat, Sede Victoria, Chile, 2000, Cap. V. Reproducción electrónica.
<http://ftp.ceces.upr.edu.cu/centro/repositorio/Textuales/Articulos/Socializaci%C3%B3n.pdf>
- Betancourt, R. (2010). *Frente a una población envejecida. ¿Qué necesitan conocer los planificadores y emprender los decisores?*. Obtenido de Novedades en Población [revista en Internet]: https://redib.org/Record/oai_articulo667133-frente-poblacion-envejecida-que-necesitan-planificadores-emprender-decisores
- Botero, B. & Pico, M. (31 de agosto de 2007). *CALIDAD DE VIDA RELACIONADA CON LA SALUD (CVRS) EN ADULTOS MAYORES DE 60 AÑOS: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA*. Obtenido de Hacia la Promoción de la Salud, Volumen 12, Enero - Diciembre 2007:
<http://www.scielo.org.co/pdf/hpsal/v12n1/v12n1a01.pdf>
- Castell, M. (2001). *La Era De La Información, Tomo I.* . México Distrito Federal : Siglo XXI Editores.
- Delio, E. (2012). *La televisión en la sociedad de la información*. Obtenido de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XIX :
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=380&id_articulo=8353
- Faden R, Germán P. (1998). *Calidad de vida: consideraciones en geriatría. Clínica de Medicina Geriátrica*. México : Panamericana.
- Galván, M. (2018). *¿QUE ES CALIDAD DE VIDA?* Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo : <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa2/n2/m2.html>
- García, O. (2006). *¿Comunicando desafección? La influencia de los medios en la cultura política*. México: FONTAMARA-EGAP. Obtenido de CONfines relacion. internaci. ciencia política vol.5 no.9 Monterrey ene./may.:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35692009000100007

- Garzón E. Acerca de los conceptos de publicidad, opinión pública, opinión de la mayoría y sus relaciones recíprocas. Madrid: Edición digital Doxa; 2010.
- Gutierrez, B., Rodriguez, M. & Camino, M. (2010). *El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española*. Obtenido de Signo y Pensamiento, vol. XXIX, núm. 57, julio-diciembre, 2010:
<https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>
- Lema, M. (2009). *LOS DERECHOS FUNDAMENTALES VISTOS DESDE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: VULNERACIÓN O NO?*. Obtenido de Universidad de Cuenca:
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2976/3/td4375.pdf.txt>
- Ruiz, J. (2009). *Los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35692009000100007
- Soengas, X. (21 de marzo de 2018). *Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización*. Obtenido de Revista Ámbitos:
<https://www.google.com/search?q=Por+otro+lado%2C+Los+medios+de+comunicaci%C3%B3n+son+maneras+eficaces+y+r%C3%A1pidas+de+transmitir+un+mensaje%2C+pero+pueden+convertirse+en+instrumentos+para+la+manipulaci%C3%B3n+social%2C+pues+mediante+ellos+los+diferentes>
- Torres, M. (2006). *Actitudes y motivaciones de las personas mayores hacia*. Madrid: Secretaría General Técnica Consejería de Servicios Sociales.
- O'Shea E. (2003). *La mejora de la calidad de vida de las personas mayores dependientes*. Galway: Universidad Nacional de Irlanda; 2003. p. 6,10
- Velandia A. (1994). *Investigación en salud y calidad de vida*. 1ra Ed. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia; 1994. p. 300.

VII. ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A ADULTOS MAYORES

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad estudiar cuál es la influencia de los medios de comunicación en la calidad de vida de los ciudadanos/as del cantón Ventanas, provincia de Los Ríos.

1. Edad
 - a. 60 – 65 años
 - b. 66 – 70 años
 - c. 71 – 75 años
 - d. Más de 75 años
2. Género
 - a. Masculino
 - b. Femenino
3. ¿Mira televisión?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿Con qué frecuencia mira televisión?
 - a. Frecuentemente
 - b. Algo frecuente
 - c. Poco frecuente
 - d. Nada frecuente
5. ¿Qué tiempo dedica a ver televisión?
 - a. Menos de 1 hora
 - b. 1 – 3 horas
 - c. 4 – 6 horas
 - d. 7 o más horas
6. ¿Qué tipo de programas ve?
 - a. Noticia
 - b. Farándulas
 - c. Documentales
 - d. Películas
7. ¿Realiza actividades recreativas?
 - a. Si
 - b. No
8. ¿Realiza ejercicios?
 - a. Si
 - b. No

9. ¿Qué tipo de alimento consume?
 - a. Saludable
 - b. Chatarra
10. ¿ Se siente feliz con lo que ve en la televisión?
 - a. Si
 - b. No
11. ¿En la televisión abordan temas relacionados con la calidad de vida del adulto mayor?
 - a. Si
 - b. No
12. ¿Cómo considera el nivel de su estilo de vida al mirar la televisión?
 - a. Mejorado
 - b. Empeorado
13. ¿Considera usted que debe mejorar su estilo de vida?
 - a. Si
 - b. No

Gracias por su colaboración

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1. Edad

Edad	f	%
60-65	60	72,29
66-70	15	18,07
71-75	5	6,02
Más de 75	3	3,61
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

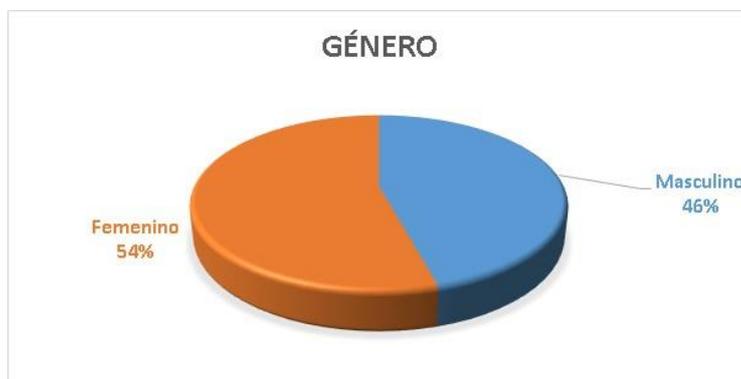
Fuente: Encuesta a adultos mayores

2. Género

Variable	f	%
Masculino	38	45,78
Femenino	45	54,22
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

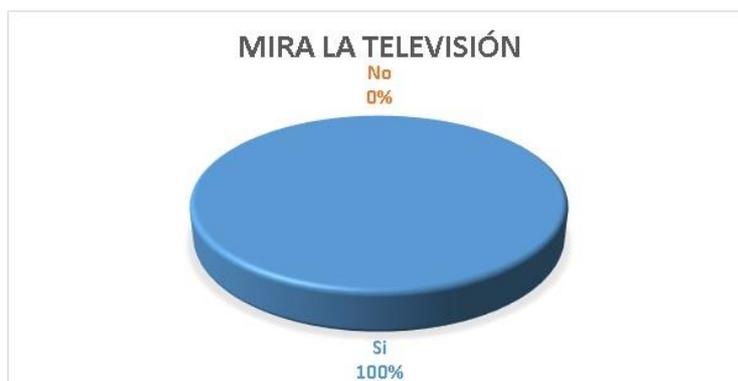
Fuente: Encuesta a adultos mayores

3. Mira la televisión

Variable	f	%
Si	83	100,00
No	0	0,00
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores

4. Frecuencia con la que mira televisión

Variable	f	%
Frecuentemente	51	61,45
Algo frecuente	25	30,12
Poco frecuente	5	6,02
Nada frecuente	2	2,41
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

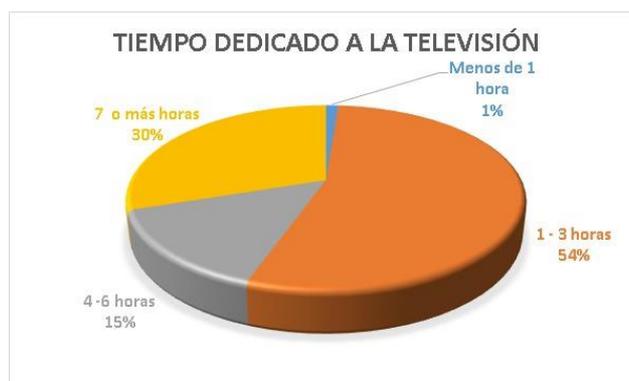
Fuente: Encuesta a adultos mayores

5. Tiempo que dedica a ver televisión

Variable	f	%
Menos de 1 hora	1	1,20
1 - 3 horas	45	54,22
4 -6 horas	12	14,46
7 o más horas	25	30,12
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores

6. Tipo de programación que ve

Variable	f	%
Noticias	26	31,33
Farándula	23	27,71
Documentales	15	18,07
Películas	19	22,89
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

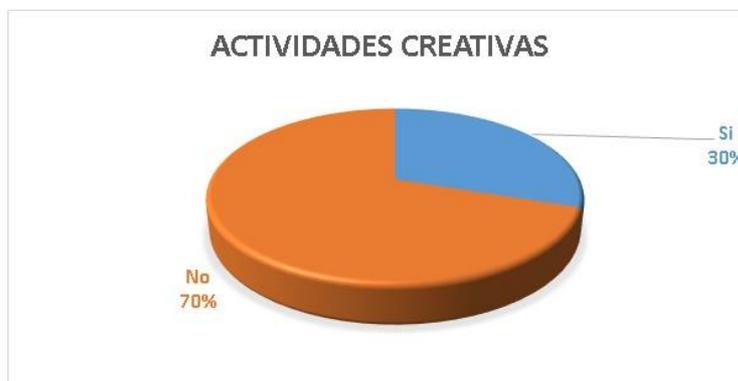
Fuente: Encuesta a adultos mayores

7. Realización de actividades recreativas.

Variable	f	%
Si	25	30,12
No	58	69,88
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores

8. Realiza ejercicios.

Variable	f	%
Si	40	48,19
No	43	51,81
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores

9. Tipo de alimentación que consume

Variable	f	%
Saludable	75	90,36
Chatarra	8	9,64
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

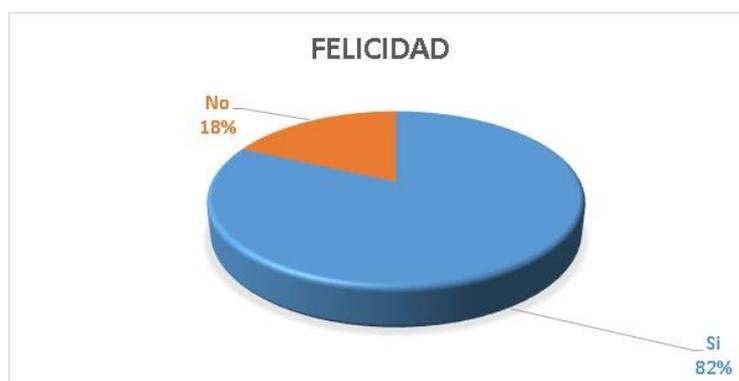
Fuente: Encuesta a adultos mayores

10. Se siente feliz con lo que ve en la televisión

Variable	f	%
Si	68	81,93
No	15	18,07
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

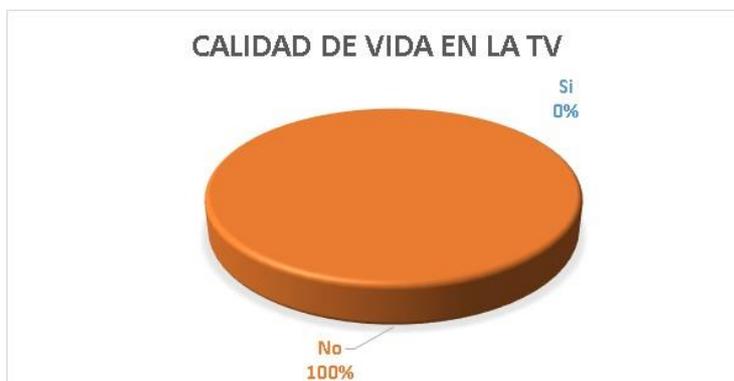
Fuente: Encuesta a adultos mayores

11. ¿Se aborda en la televisión los temas de calidad de vida del adulto mayor?

Variable	f	%
Si	0	0,00
No	83	100,00
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

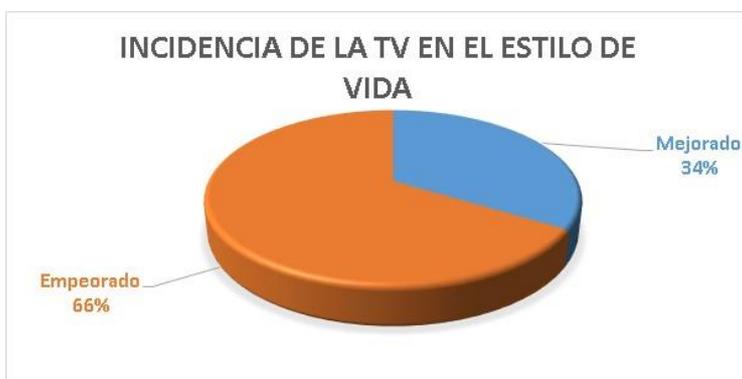
Fuente: Encuesta a adultos mayores

12. Como considera su estilo de vida al ver televisión por mucho tiempo

Variable	f	%
Mejorado	28	33,73
Empeorado	55	66,27
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

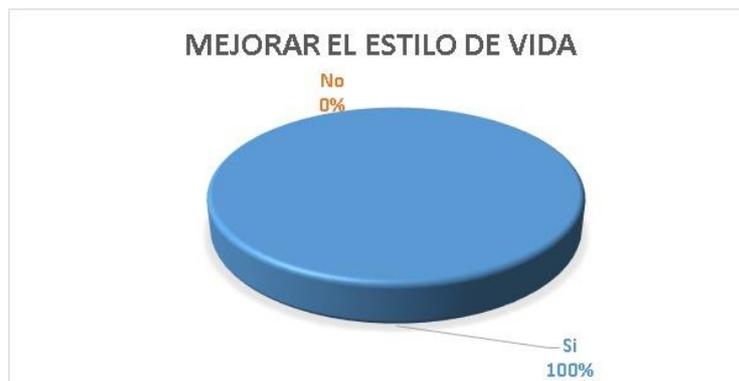
Fuente: Encuesta a adultos mayores

13. Considera importante mejorar su estilo de vida.

Variable	f	%
Si	83	100,00
No	0	0,00
Total	83	100,00

Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores



Elaborado por: Carlos Fuentes

Fuente: Encuesta a adultos mayores