UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE AGRONOMIA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
DIRECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL
04/04/17
OFICINA EJECUTIVA DE BIBLIOTECA Y PUBLICACIONES

"INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISION MEDIO AMBIENTALES Y LA FORMA EN QUE GENERAN CONCIENCIAS AMBIENTALES EN LOS CLIENTES DE CABLE PUCALLPA S.R.L. EN EL PERÍODO COMPRENDIDO DE DICIEMBRE 2014 A MARZO DE 2015".

TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE
INGENIERO AGRONOMO

ERICK DEL ÁGUILA CALDERON

Pucallpa – Perú
2016

RESUMEN

La televisión es considerada un medio de comunicación de masas, que más ha influido en la mayoría de las familias peruanas, donde no existe distinción entre ricos, pobres, nivel académico, raza, en este sentido la televisión no discrimina a nadie. Sin embargo, por poseer estas particularidades se ha convertido en un arma de doble filo, o bien puede influir en la violencia o brindar cultura, tradiciones y costumbres, por lo que se plantean como objetivo evaluar la percepción que los clientes de Cable Pucallpa SRL tienen sobre la influencia que los programas de televisión medio ambientales ejercen en la generación de una conciencia ambiental.

La metodología aplicada fue mediante la aplicación de encuestas y entrevistas. La población fue de 250 habitantes de la ciudad, se tomó muestras de tipo estadísticas y probabilístico, por la naturaleza misma de la investigación, al ser un reducido universo se trabajó con toda la población. Al analizar la conducta de la población sobre los programas de televisión se tiene que el 72 % le gusta ver televisión y el 28 % no lo hace, las horas que se dedican a ver televisión, el 28 % lo hacen por tres horas, el 22 % lo hacen solo una hora, el 16 % lo hacen durante dos horas, el 12 % durante cuatro horas, el 10 % muchas horas, el 5 % entre 5 y 6 horas. El 53 % prefieren ver televisión en compañía de otros, solo el 23 % en compañía de sus padres y hermanos, y el 12 % solo con los padres y solo con los hermanos. Los programas de televisión que más gustan son el 19 % entre noticias y películas, el 17 % son documentales, el 16 % son deportes, el 12 % deportes y noticias, el 10% noticias y espectáculos también noticias y documentales y, al 2% restante le gusta ver solo dibujos, espectáculos,

concursos, películas y de índoles cultural. Así mismo tienen un horario establecido el 55 %, frente a un no de 45 %. Los programas de televisión que prefieren, 30 % noticias y espectáculos, el 18 % noticias y películas, 12 % noticias y deportes, el 10 % solo deportes y solo documentales, el 8 % noticias y documentales y el restante 2 % concursos y películas, espectáculos, solo noticias, solo películas y concursos. Al Identificar el contenido de los programas agrícolas de televisión y sus influencias en la conciencias del medio ambiente de la ciudad de Pucallpa, el 50 % manifiestan que no hay dicha conciencia, el 34 % cree que si y el 16 % cree que existan otros factores sobre la conciencia ambiental. En éste contexto, si los dueños de canales locales están preocupados de los temas ambientales, se encontró que el 45 % no lo cree, el 22 % si cree y el 29 % cree que existen otros factores que influyen en ello. Se aprende más de los temas ambientales es en la escuela, colegio, instituto y en la casa contestaron a favor el 32 %, y solamente en casa el 30 %, el 12 % solamente en la televisión, medios de prensa y en la casa, el 10 % en internet, el 6 % solo en la universidad, en la escuela y en el instituto, el 4 % en la prensa y la televisión. De lo anterior se concluye que con los programas de televisión que emite Cable Pucallpa SRL, son interesantes pero la preferencia del público por los programas ambientales es reducida y para los empresarios es poco atractivo. Se debe continuar con trabajos similares, se recomienda realizar un programa de educación ambiental que debe ser llevado a los organismos pertinentes para que se divulgue y se aplique mediante aportes monetarios que hagan posible la elaboración de las vallas publicitarias, mensajes radiales y televisivos.

Palabras Claves: Televisión, medio ambiente, conciencia ambiental.

ABSTRACT

Television is considered a mass media that more has influenced most Peruvian families where there is no distinction between rich, poor, educational level, race, television in this sense does not discriminate. However, by having these features it has become a double-edged sword, or may influence violence or provide culture, traditions and customs, so that arise aimed at assessing the perception Cable customers Pucallpa SRL have on the influence that environmental television programs exercise in generating environmental awareness.

The methodology was applied by applying surveys and interviews. The population was 250 city dwellers, type samples statistics and probability was taken, by the very nature of the research, being a small universe worked with the entire population. By analyzing the behavior of the population on television programs you have 72% likes watching television and 28% do not, the hours spent watching television, 28% do so for three hours, the 22 % do just one hour, 16% do so for two hours, 12% for four hours, 10% many hours, 5% between 5 and 6 hours. 53% prefer to watch TV in the company of others, only 23% in the company of his parents and siblings, and 12% only with parents and with siblings only. Television programs that do enjoy 19% between news and movies, 17% are documentaries, 16% are sports, 12% sports and news, 10% news and shows also news and documentaries and 2% likes to see only remaining drawings, shows, competitions, films and cultural indoles. They also have a set schedule 55%, compared with 45% not. TV programs they prefer, 30% news and shows, 18% news and movies, 12% news and sports, 10% only sports and single documentaries, 8% news and documentaries and the remaining 2% contests and movies, shows, just news, just movies and contests. To identify the content of

agricultural television programs and their influences on the consciousness of the environment of the city of Pucallpa, 50% state that no such awareness, 34% believe that if and 16% believe there are other factors on environmental awareness. In this context, if the owners of local channels are concerned with environmental issues, it was found that 45% do not believe, if you believe 22% and 29% believe that there are other factors that influence it. You learn over environmental issues is at school, college, high school and at home answered for 32%, and only at home 30%, 12% only on television, the media and at home, Internet 10%, 6% only in college, at school and in high school, 4% in the press and television. From the above it is concluded that television programs broadcast SRL Cable Pucallpa, are interesting but the public's preference for environmental programs is reduced and entrepreneurs is unattractive. Should continue with similar work, it is recommended that an environmental education program that should be taken to the relevant agencies to be disseminated and applied by monetary contributions that make possible the development of billboards, radio and television messages.

Keywords: Television, environment, environmental awareness.