

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA  
**UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL**

---

UNIDAD 141 GUADALAJARA



LA INFLUENCIA QUE EJERCE LA TELEVISION EN  
EL NIÑO EN EDAD ESCOLAR.

NORMA CECILIA SANDOVAL IBARRA  
TERESITA DE JESUS LEON BRAVO

INVESTIGACION DOCUMENTAL PRESENTADA PARA OBTENER  
EL TITULO DE LICENCIADO EN EDUCACION BASICA.

GUADALAJARA, JAL., MARZO DE 1997

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

GUADALAJARA, JAL., 8 DE MARZO DE 1997.

C. PROFR. (A) NORMA CECILIA SANDOVAL IBARRA  
P R E S E N T E

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo, intitulado: "LA INFLUENCIA QUE EJERCE LA TELEVISION EN EL NIÑO EN EDAD ESCOLAR"

\_\_\_\_\_, opción \_\_\_\_\_, a propuesta del asesor pedagógico C. MA. DE LOS ANGELES TABARES LUNA, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se autoriza a presentarlo ante el H. Jurado que se le designará, al solicitar su examen profesional.

A T E N T A M E N T E  
"EDUCAR PARA TRANSFORMAR"

  
*Ofelia Morales O.*  
MTRA. OFELIA MORALES ORTIZ.  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE EXAMENES  
PROFESIONALES DE LA UNIDAD UPN 14A GUADALAJARA

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

GUADALAJARA, JAL., 8 DE MARZO DE 1997

C. PROFR.(A) TERESITA DE JESUS LEON BRAVO  
P R E S E N T E

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo, intitu-  
tulado: "LA INFLUENCIA QUE EJERCE LA TELEVISION EN EL NIÑO  
EN EDAD ESCOLAR"

\_\_\_\_\_, opción  
\_\_\_\_\_, a propuesta del asesor  
pedagógico C. MA. DE LOS ANGELES TABARES LUNA,  
manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al  
respecto por la Institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se autoriza a  
presentarlo ante el H. Jurado que se le designará, al solicitar su exa-  
men profesional.

A T E N T A M E N T E  
"EDUCAR PARA TRANSFORMAR"



SECRETARIA DE EDUCACION  
DEL ESTADO DE JALISCO  
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA  
NACIONAL UNIDAD 14A  
GUADALAJARA

*Ofelia Morales O.*  
OFELIA MORALES ORTIZ.  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE EXAMENES  
PROFESIONALES DE LA UNIDAD UPN 14A GUADALAJARA

LA INFLUENCIA QUE EJERCE LA TELEVISION EN EL NIÑO EN EDAD  
ESCOLAR.

INDICE.

|   |    |
|---|----|
| ✓INTRODUCCION.....                                      | 1  |
| ✓CAPITULO I.-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....            | 4  |
| ✓1.1. LA COMUNICACIÓN PROCESO EMINENTEMENTE SOCIAL..... | 5  |
| ✓1.2. ANTECEDENTES DE LA TELEVISION.....                | 10 |
| ✓1.3. SURGIMIENTO DE LA TELEVISION.....                 | 18 |
| ✓1.4. EL NIÑO EN EDAD ESCOLAR.....                      | 22 |
| ✓1.5. IMPLICACIONES SOCIALES.....                       | 26 |
| ✓1.6. ENAJENACION.....                                  | 36 |
| ✓1.7. CONSUMISMO.....                                   | 46 |
| ✓1.8. CONTROL SOCIAL.....                               | 53 |
| ✓CAPITULO II.- MARCO TEORICO.....                       | 60 |
| ✓2.1.LA TELEVISION Y EL NIÑO.....                       | 64 |
| ✓2.2.FACTORES PSICOLOGICOS.....                         | 69 |
| ✓2.3.FACTORES SOCIALES.....                             | 76 |
| ✓2.4.FACTORES EDUCATIVOS.....                           | 80 |
| ✓CAPITULO III.- METODOLOGIA.....                        | 87 |
| ✓CONCLUSIONES.....                                      | 91 |
| ✓SUGERENCIAS.....                                       | 94 |
| ✓BIBLIOGRAFIA.....                                      | 99 |

## INTRODUCCION.

En un entorno tan complejo y cambiante como en el que vivimos, el proceso educativo se ve afectado por una serie de factores relacionados con los grupos sociales y con los procesos de desarrollo tecnológico.

Nuestro tiempo se caracteriza por la rapidez de las comunicaciones y el uso de medios electrónicos para transmitir información, así, como por la ruptura de sistemas y procedimientos sociales que rápidamente se transforman en nuevas estructuras comunitarias.

En este ambiente, la realidad de nuestro medio educativo se encuentra en un profundo cambio que nos obliga a reflexionar respecto a los modelos de países, de persona y de comunidad que deseamos para el futuro; pero también nos plantea la necesidad de analizar cuál es el papel que juegan los medios masivos de comunicación en la educación y formación de nuestros niños y jóvenes.

Esta investigación es un intento de análisis sobre la influencia que ejerce la televisión en los escolares. La inquietud por realizarla surgió por los resultados obtenidos en la investigación llevada a cabo al cursar la materia de Seminario de esta Licenciatura.

La investigación fue realizada con 206 alumnos de quinto grado de Educación Primaria en tres escuelas diferentes que laboran en el turno vespertino, concretamente la Escuela Urbana 236 "QUETZALCOATL",

la Escuela Urbana 201 " JOSE CLEMENTE OROZCO" y la Escuela "LAZARO CARDENAS", todas ubicadas en el Sector Libertad de la ciudad de Guadalajara , Jalisco.

En dicha investigación observamos que en el rendimiento escolar influyen diversos factores - desintegración familiar, mala alimentación, falta de atención por parte de sus padres, alcoholismo y o drogadicción en alguno de los miembros de la familia, etc.-, pero entre ellos nos llamó la atención uno que particularmente creímos de importancia en el contexto de nuestra práctica docente :

*El tiempo que los alumnos dedican a ver televisión y su posible influencia en el rendimiento escolar.*

Al realizar la investigación al respecto detectamos - por medio de encuestas - que en promedio los alumnos ven la televisión 4.2 hrs. al día y el 66 por ciento de ellos eligen solos o con sus hermanos los programas que observan , haciéndolo sin la asistencia de los adultos.

Asimismo, descubrimos por conversaciones realizadas con los alumnos que la televisión en muchos casos es utilizada como un distractor para los niños, mientras los padres se dedican a otras actividades.

Conscientes de que la televisión constituye un medio de comunicación de gran alcance y de que ejerce una significativa influencia no sólo en los niños , sino también en los adultos ; y buscando

ahondar en el tema para llegar a alguna conclusión, iniciamos esta investigación documental.

Los autores y fuentes seleccionadas pretenden ser lo más actuales posibles , ya que escribir de investigaciones realizadas hace décadas carecería de sentido.

Este trabajo está dividido en tres capítulos: en el primero se expone una relación de antecedentes históricos del surgimiento de la televisión, el niño en edad escolar y las implicaciones sociales que tiene el uso de la televisión en las familias actuales - como la enajenación, el consumismo, la formación de estereotipos -. Asimismo se pone de manifiesto la necesidad de trabajar con la televisión en los niños para evitar que siga transformando negativamente la vida de los mismos.

En el segundo capítulo se presenta el marco teórico y se explica, precisamente a la luz de la teoría psicogénética, algunos efectos negativos que la televisión ocasiona en los alumnos. Asimismo se ofrecen algunas propuestas para el trabajo de la televisión y sus mensajes en la escuela con la finalidad de que los niños no se dejen absorber por el medio.

En el tercer capítulo se expone la manera como se escogieron las fuentes y la metodología utilizada en la elaboración de esta investigación.

C A P I T U L O    I  
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

## 1.1.- LA COMUNICACIÓN : UN PROCESO EMINENTEMENTE SOCIAL.

La historia de la humanidad y el curso de la civilización siempre han estado íntimamente vinculados a la capacidad que posee el hombre para comunicarse con sus semejantes.

El problema de la comunicación ha estado presente, desde los orígenes mismos de la humanidad, en la vida social de los hombres, desde la horda primitiva hasta nuestros días han existido formas comunicacionales entre los hombres.

( 1 )

La comunicación se plantea como un proceso porque en ella intervienen diversos elementos para que se realice.

Daniel Prieto ( UAM 1982 ) menciona que en todo proceso de comunicación de cualquier tipo que sea, se pueden reconocer los siguientes elementos fundamentales:

emisor, código, mensaje  
medios y recursos,  
referente, marco de referencia  
perceptor y formación social.

---

(1) UPN Expresión y Comunicación. México, 1993, p. 16

La comunicación asimismo es un proceso social porque se realiza en el marco mismo de la sociedad. Tal como lo menciona Ramón Gil Olivo: " La comunicación es un hecho social y a la sociedad misma no se le puede concebir sin la presencia de ella. " ( 2 )

Algunos autores también otorgan a la comunicación una particular importancia, vinculándola con otros aspectos sociales, como la cultura, la historia, la política, la educación, incluso afirman que la sociedad en sí tiene que ver con la comunicación que existe entre sus miembros

Afirman incluso que el grado de desarrollo de una sociedad, entidad, empresa y / o individuo, puede medirse por su capacidad para comunicarse consigo mismo y con el mundo que le rodea.

La comunicación es un fenómeno cultural, que forma parte de un mismo todo con la sociedad y la cultura .

Ante el hecho de que el proceso comunicativo es en definitiva un proceso social y está íntimamente relacionado con otros fenómenos sociales por ejemplo : económicos, tecnológicos, políticos, culturales, psicológicos, etc. ; las búsquedas epistemológicas, teóricas . y

---

(2) Ramón Gil Olivo Tv, y Cultura V. 1 . México, UDG., 1993, p. 125

metodológicas que han preocupado principalmente a los investigadores en comunicación están profundamente ligadas con las otras Ciencias Sociales.

En investigaciones y teorías sobre comunicación encontramos diversos enfoques, pero son dos los principales:

El empirista y el crítico o dialéctico.

El empirista toma su ideal metodológico de un cierto entendimiento de las operaciones metodológicas de las Ciencias Naturales a las que suele llamar "Ciencias Exactas ". Las que se distinguen por un compromiso hacia criterios de medición precisa. Se intenta reproducir el riguroso control de variables de las llamadas ciencias exactas, ya sea experimentalmente o midiendo lo mejor posible.

Ante la imposibilidad de realizar diseños de investigación experimentales , en las Ciencias Sociales se han propuesto y desarrollado una serie de ingeniosos diseños cuasi-experimentales .

Por su parte , el enfoque crítico o dialéctico comprende una lógica del descubrimiento; la teoría no se comprueba " empíricamente" con la medición y la cuantificación como se demuestra en las matemáticas; sino en todo caso la técnica, la medición y la cuantificación en su

relación pertinente con la teoría y la práctica otorgan la validez del conocimiento.

Son los problemas producidos a partir de un marco conceptual determinado - pero a la vez cambiante - los que determinan los procedimientos y técnicas de observación y análisis de datos y no viceversa .

Las investigaciones que sobre comunicación se realizan están asimismo determinadas por posiciones ideológicas; el carácter científico que puedan tener tales investigaciones no excluye la subjetividad y la propia visión del mundo por parte de los investigadores. Es por esto que existen muchas definiciones acerca de lo que es la comunicación.

La comunicación es una relación específicamente humana, que puede ser bidireccional, susceptible de respuesta y en el que cada uno de los polos puede ser al mismo tiempo emisor y receptor; pero donde el papel de ambos esta socialmente determinado .

( González 1980 )

Freire afirmaba que la comunicación implica una reciprocidad, que no puede romperse... ella es diálogo, así como el diálogo es comunicación.

" La comunicación es una relación entre emisores y receptores a través de un código común y en relación a un objeto " (Diccionario de la Comunicación)

" Comunicación es sinónimo de intercambio de ideas, es decir de información" ( Gil Olivo ,1993).

" Comunicación es término privativo de las relaciones dialógicas interhumanas o entre personas éticamente autónomas" ( Pasquali 1990).

" Comunicar es tender puentes , es unir , congregar, es formar un poder social." ( González Pedrero)

" Comunicación, del latín comunicare - poner en común -. Implica esencialmente la relación con el objeto de la comunicación entre emisores y receptores." ( Pagano 1988 ).

Para comprender el fenómeno de la comunicación es pues, necesario vincularlo con la estructura social por una parte y con las ideologías o aparatos ideológicos por otra. Esto significa que al examinar los procesos de comunicación debemos ubicarlos en su contexto social, económico y político.

## 1.2 ANTECEDENTES DE LA TELEVISION

A lo largo de la historia el ser humano se ha empeñado en descubrir mejores medios de comunicación.

En este apartado observaremos el desarrollo histórico de los medios de comunicación, los datos se encuentran en orden cronológico, por lo que se refieren varios medios en forma general, debido a que su desarrollo fue casi paralelo. Al final se menciona el desarrollo de los medios en nuestro país.

La electricidad apareció rápidamente como el medio técnico ideal para transmitir la información. La historia de su empleo en las comunicaciones abarca los últimos 150 años, pero desde antes se habían dado los primeros pasos para el descubrimiento de la televisión.

En el año 1039 Alhazán descubre la cámara oscura, Gardano en 1550 acopla un lente biconvexa al orificio, Daniel Barbaro en 1568 recomienda la adición de un diafragma para hacer más nítida la imagen.

El día 10. de septiembre de 1794 se transmitió por primera vez un mensaje de Lille a París gracias al telégrafo óptico de Claude Chappe.

En 1826 Nicephoro Niepce fue el primero en aplicar con éxito la cámara oscura a la fotografía.

En 1831 Michael Faraday establece los nexos entre el magnetismo y la electricidad y formula las leyes de la inducción electrónica.

En 1837 el telégrafo de Morse se convierte en una verdadera innovación social.

Daguerre en 1839 imprime los primeros daguerrotipos.

En Francia Charles Bourseul tuvo la idea en 1850 de sustituir el contacto del telégrafo eléctrico por una membrana que vibraba bajo el efecto de la emisión y con un electroimán en la recepción. El micrófono y el audífono habían nacido y con ellos el teléfono.

El invento se vuelve innovación cuando en 1876 Graham Bell logra realizar la primera transmisión.

En 1886 Heinrich Hertz demuestra la existencia de ondas electromagnéticas.

En Francia, desde 1899 el General Ferrie realizó experimentos de telegrafía sin hilos con propósitos estrictamente militares y se instaló en la torre Eiffel.

Pero quien obtuvo la primera patente de invención de la telegrafía sin hilos fue Guillermo Marconi el 2 de junio de 1896 en Gran Bretaña.

Se abría una nueva vía para la transmisión inalámbrica.

En 1895 se realiza la primera proyección cinematográfica pública por los hermanos Lumiere.

En 1923 Vladimir Zworykin inventa el iconoscopio.

En 1925 Baird inventa una cámara que descompone mecánicamente las imágenes.

Zworykin en 1929 introduce el cinescopio, tubo de rayos catódicos del aparato receptor.

A lo largo de los años 20's la radiodifusión adquiere características de actividad industrial e intelectual y se perfeccionan técnicas, se abren puertas de los estudios para acoger músicos, artistas y locutores, las emisoras aumentan y crece el número de receptores.

La telegrafía sin hilos se transformó en radio a fines de 1930.

La radiodifusión se convirtió en el primer mass- media

La primera estación de radio se fundó a principios de los 40's en Estados Unidos.

En 1927 el cine se enriquece con el sonido.

En 1937 la firma alemana Zeiss produce las primeras películas a colores.

A partir de la Segunda Guerra Mundial, México entra de lleno a la era de la industrialización y el urbanismo. Los medios que tradicionalmente transmitían la cultura - la escuela y la familia - se ven influidos por la apabullante presencia de los medios masivos de comunicación.

Pero "El desarrollo de los medios masivos de México ha estado íntimamente ligado con el proceso de desarrollo capitalista dependiente de la nación." ( Sánchez Ruiz, 1994).

El periodismo escrito nació en México durante la colonia, aunque solamente adquirió un carácter masivo e industrial hasta fines del siglo pasado con el establecimiento de " El Imparcial ", periódico subsidiado por el régimen porfirista.

De una prensa de interés principalmente religioso, comercial y político militar, pasó a ser después de la Independencia una prensa preponderantemente política y partidista, en la época de las grandes

luchas ideológicas entre liberales y conservadores, federalistas y centralistas, etc.

Fue hasta el fin de la Revolución, que la prensa mexicana se consolidó como negocio y modificó su carácter de periodismo político y combativo al de información "objetiva" y con matices de entretenimiento.

De la Revolución a la fecha, la prensa ha crecido mucho en México y en particular en la provincia mexicana, aunque sólo algunos periódicos - editados en la capital - cuentan con circulación nacional.

El cine llegó a México durante el porfiriato cuando por diferencia de meses arribaron en 1896 los enviados de los hermanos Lumiere por un lado y Thomas Alva Edison, por otro a ofrecer la "nueva maravilla científica".

Muy pronto el cinematógrafo fue descubierto como recurso ideológico.

Venustiano Carranza impuso la primera legislación de censura al medio, y él mismo promovió la realización de películas silenciosas dramatizadas con fines abiertamente políticos e ideológicos como Juan Soldado y la Banda del Automóvil Gris.

El despegue del cine como industria en el país ocurrió durante los 30's a partir del enorme éxito comercial de Allá en el Rancho Grande.

"Esta película inauguró toda una era del cine de la gran hacienda y del hacendado vestido de charro." (García Riera, 1979).

La consolidación de la Industria cinematográfica mexicana y su época de oro, ocurrieron a partir de la Segunda Guerra Mundial, con apoyo inicial del Gobierno Norteamericano; pero para fines del decenio de 1950 comenzaba una gradual declinación del cine nacional.

Con respecto a la radio, el Estado Mexicano se puede contar entre los pioneros de la radiodifusión, tanto en la etapa experimental como por el hecho de haber establecido la estación de la Secretaría de Educación solamente un año después de haberse iniciado en 1923 la radio comercial.

Sin embargo el carácter predominante de la radio en México fue comercial, debido entre otras, a la influencia tanto económica como cultural del desarrollo de esta industria en Estados Unidos.

La consolidación del esquema comercial de radiodifusión en México, ocurrió como en Estados Unidos, durante los treinta, a partir del desarrollo de las grandes redes radiofónicas.

Emilio Azcárraga V. estableció la XEW en 1930, en sociedad minoritaria con RCA.

Con la XEW y XEQ inaugurada en 1938, Azcárraga estableció las primeras grandes redes de radio, afiliadas respectivamente a las estadounidenses NBC y CBS.

Estas redes llegaron a dar cuenta de la mitad de las estaciones en México a principios de los 40's, creciendo también a nivel latinoamericano.

Para 1947, la cadena tricolor de la XEW constituía un tercio de las estaciones de la Cadena Panamericana de la NBC.

A fines de los 40's Azcárraga gradualmente desinvirtió su capital de la radio, comenzando a prepararse para el advenimiento en México de la televisión.

El desarrollo de los medios masivos de comunicación ha mostrado cambios y tendencias paralelas al devenir político del país , dadas las características del Estado Mexicano.

Durante el periodo del Presidente Lázaro Cárdenas acorde con sus políticas nacionales y populistas, hay ciertos intentos del Estado para intervenir directamente en los medios de comunicación, con objetivos proteccionistas, se sientan las bases para el desarrollo y

fortalecimiento de un sector privado que posteriormente encontró todo el apoyo gubernamental durante los regímenes de la llamada "unidad nacional" de Avila Camacho y Miguel Alemán.

La participación del Estado en los medios se minimizó durante el último periodo.

Un crecimiento sostenido de la economía mexicana durante las Administraciones de Ruiz Cortines, López Mateos y Díaz Ordaz provocará un crecimiento paralelo en los medios de difusión.

Durante el régimen de Gustavo Díaz Ordaz el Estado comenzará a intentar participar de nuevo en los medios, especialmente en radio y televisión, lo que preparará el terreno para los cambios importantes que ocurren en el sexenio de Luis Echeverría.

### 1.3 SURGIMIENTO DE LA TELEVISION

La transmisión de imágenes fijas a distancia había retenido la atención de los ingenieros desde el s. XIX.

El largo proceso científico y técnico que comienza en el año 1817, con el descubrimiento por el químico sueco Jacob Berzelius de las propiedades del selenio ( elemento cuya conductividad eléctrica aumenta con la luz que recibe), y que se cierra con las experiencias del ingeniero Vladimir Zworykin, norteamericano de origen ruso; del británico Logie Baird, y del alemán Paul Von Nipkow, culminará con la aparición en el mercado de los aparatos de televisión, que pueden ser manejados por un niño con la misma facilidad que si se tratara del interruptor de la luz.

Una vez descubierta la posibilidad de transmitir a través del espacio las imágenes en movimiento, gracias a su descomposición en una serie de pequeños puntos luminosos que se transmiten en forma de impulsos eléctricos, sólo era preciso encontrar un aparato que realizase el proceso inverso, es decir, la recomposición de la imagen actuando de receptor.

Esto es lo que logró Zworykin mediante el iconoscopio, un tubo electrónico en el que un haz de electrones bombardea una pantalla fosforescente.

La televisión nació entonces de la convergencia de 3 descubrimientos: la fotoelectricidad, que permite transformar la energía luminosa en eléctrica, el análisis línea por línea y punto por punto de una imagen y la transmisión hertziana que permite transmitir señales eléctricas cada una de las cuales corresponde a cada punto analizado.

En 1930 la BBC de Londres a cargo de Baird realizó la primera transmisión de prueba por televisión con la tradicional carrera del Derby.

En Inglaterra en el año 1935, Marconi y Emi anuncian que producirán una imagen con 405 líneas de análisis.

En 1939 comienzan en Estados Unidos las primeras transmisiones televisivas regulares.

Al término de la Segunda Guerra Mundial se genera en Estados Unidos un proceso de expansión de la industria televisiva.

La televisión es un medio de información colectiva reciente, pero su historia real en nuestro país no se remota a las primeras transmisiones efectuadas en el gobierno del Presidente Miguel Alemán

La base de la industria televisiva se estatuye en la última década del Porfiriato, momento en que se consolidan los grupos económicos

que, una vez terminado el movimiento armado de 1910, impulsarán la industria de la radiodifusión .

En 1950 la televisión se inaugura oficialmente en México. El surgimiento de la televisión coincide con una etapa de agudización de la dependencia económica de nuestro país respecto a Estados Unidos.

Tres años después el Presidente Ruiz Cortines expide un decreto para establecer cierto control sobre las transmisiones.

En 1958 se agrupan los canales 2, 4, y 5 en Telesistema Mexicano.

Dos años después se expide la Ley Federal de Radio y Televisión, en la que el Estado manifiesta su intención de participar por primera vez como emisor.

En 1968 el Grupo Financiero Monterrey inaugura el canal 8 bajo las siglas de Televisión Independiente de México (TIM), en ese mismo año el Estado funda el canal 13, entrando así a la televisión comercial y crea la Red de Televisión Cultural de México (TCM), que después de algunas transformaciones desembocaría en el actual canal 7.

En 1971 el Gobierno anunció que se estaba elaborando un proyecto de Nueva Ley Federal de Radio y Televisión a fin de modificar radicalmente el régimen de concesiones.

La iniciativa privada responde al proyecto formando TELEVISIA S.A. que agrupa a lo que hasta entonces era Telesistema Mexicano (canales 2,4 y 5 )y Televisión Independiente de México ( canal 8 ).

En la actualidad observamos que los medios de comunicación masiva en México están fundamentalmente controlados por la iniciativa privada vinculada a capital transnacional, aunque las televisoras del Estado han dado sus primeros pasos para su consolidación.

Con la puesta en operación del Sistema de Satélites Morelos prácticamente la totalidad del territorio nacional está cubierto por las señales televisivas.

Asimismo se puede afirmar que la televisión ha pasado a ser un elemento indispensable en el estilo de vida de nuestra sociedad contemporánea. A pesar de la pobreza existente en nuestro país, el 95% de la población cuenta por lo menos con un aparato de televisión en su hogar. ( INEGI IX Censo de Población y Vivienda, México, 1990 ).

#### 1.4. EL NIÑO EN EDAD ESCOLAR

La infancia no es un estado efímero y de preparación, sino un estado de vida que tiene su funcionalidad y sus funciones específicas. Entre el niño y el adulto, las diferencias de orden lógico e intelectual son profundas. El pensamiento del adulto, dice Wallon: denomina, enumera y descompone al objeto, a la situación en sus partes y circunstancias. Procede mediante análisis y síntesis.

En el niño en cambio la percepción de las cosas y las situaciones es global, es decir el detalle es indistinto, percibe las cosas como un todo. El niño no es un pequeño adulto, más bien se le debe considerar como una personalidad en desarrollo.

La psicología genética ha puesto su empeño, precisamente en descubrir el camino que sigue ese desarrollo y los procesos que lo condicionan y posibilitan.

A la luz de esta teoría se concibe que el desarrollo psíquico que se inicia al nacer y termina con la edad adulta, es comparable con el crecimiento orgánico: al igual que este último, consiste esencialmente en una marcha hacia el equilibrio.

Así como el cuerpo evoluciona hasta alcanzar un nivel relativamente estable, caracterizado por el final del crecimiento y la madurez de los órganos, así también la vida mental puede concebirse

como la evolución hacia una forma de equilibrio final representada por el espíritu adulto.

Recordemos asimismo que la formación de la personalidad humana, desde el momento mismo de nacer, depende substancialmente de las interacciones sociales.

El primer proceso de socialización está, naturalmente, constituido por la acción de los padres y de los adultos, en general, sobre el niño. Un segundo momento importante en la vida del niño se localiza en la entrada a la escuela.

En esa edad ( alrededor de los 6-7 años ) , el niño es egocéntrico, sus juicios y razonamientos se caracterizan por su incapacidad de entender los sentimientos de los demás. Sigue sus propias reglas y es casi incapaz de entender las ajenas. El niño es poco susceptible de cooperación, incluso en sus grupos espontáneos.

Desde los 7-8 años, por el contrario , existe la voluntad de cooperación : las reglas comienzan a unificarse, así como el control mutuo para reforzar la obediencia hacia los mayores.

Desde los 10 u 11 años, la cooperación alcanza un pleno desarrollo y una obediencia refinada a las leyes debidas al respeto mutuo.

Hacia los 11 o 12 años se presenta un nuevo tipo de relación social entre los niños : el respeto mutuo .

Los intereses que manifiesta el niño en edad escolar pueden reducirse en estos tres :

1.-CONCRETOS : Durante el principio de la primaria el niño tiende a confundir realidad y fantasía , escucha con gran interés cuentos y narraciones que considera como reales ; requiere manipular objetos para realizar su aprendizaje, aquello que palpa es para él más comprensible, poco a poco a medida que continua su desarrollo no requerirá de objetos para comprender ; llega a lo que Piaget denomina la etapa de las operaciones abstractas.

2.-LUDICOS : Sin el juego la actividad no es interesante para el niño. Actualmente los juegos electrónicos y los programas que ofrecen una variedad de colores y situaciones, hacen que el niño tenga una percepción muy especial de lo que al mundo se refiere.

3.- ACTIVOS : Los niños tiene gran necesidad de actividad motriz, su energía, su deseo de aprender cosas lleva al niño a indagar, investigar, inventar y reinventar el mundo que lo rodea.

A lo largo de la primaria, el niño amplía, enriquece, organiza y transforma incesantemente su modelo interno del mundo, basándose en su interacción con los objetos. A través del lenguaje entra en contacto

con los conceptos y las nociones de los demás y comienza a ubicar el pensamiento individual dentro del sistema colectivo, reconstruyendo acciones pasadas y anticipando las futuras.

## 1.5. IMPLICACIONES SOCIALES.

Como en ciertas culturas el fogón de la cocina era antaño el centro de la vida familiar, hoy en día, bajo la égida de la cultura 'occidental' en su fase transnacional cada vez más el eje familiar gira en torno al aparato hipnótico \*la tele\* (3)

Antes de pasar a tratar las características que nos presentan los medios de comunicación masiva, en especial la televisión, es necesario definir lo que entendemos por comunicación de masas..

A juicio de Silberman comunicación de masas es la propagación cuantitativamente amplia de contenidos idénticos entre individuos y entre grupos heterogéneos, pero muy numerosos en la sociedad, con ayuda de las técnicas de difusión colectiva.

Medios de comunicación masivos : los canales artificiales empleados para vehicular símbolos entre seres racionales transmisores y receptores (Antonio Pasquali, 1990).

Medios de comunicación masivos : Todo un sistema de comunicación que alcanza a una amplia franja poblacional.

---

(3) Ramón Gil Olivo cit. En Comunicación y Sociedad. Méx. UDG.1989, p.55

Son las diversas formas industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo ( Katz ) .

Otros autores señalan (Quijada y Soto, 1991; Orozco Gómez,1994) que los medios masivos de comunicación son todo el sistema que con base en los avances tecnológicos modernos produce, selecciona y transmite mensajes; dentro de estos medios están la televisión, el radio la prensa, el cine, etc.

Los medios masivos de comunicación constituyen una característica propia de la sociedad moderna.

El surgimiento y desarrollo de los medios masivos de comunicación es producto de la modernidad.

La masificación de la sociedad es en general, un resultado directo del proceso de industrialización.

Los medios de comunicación de masa son típicos de las sociedades de la era industrial. Constituyen nuevos lenguajes y esquemas perceptivos que amplían el campo intelectual humano.

Su desarrollo ha ido paralelo al rápido cambio social, a la innovación tecnológica, al incremento de los niveles de vida y a la progresiva desaparición de algunas tradicionales de control y autoridad.

Los medios de comunicación masiva tienen, según algunos autores , asignada una función al interior de la organización social.

Según Charles Wright estas funciones serían las siguientes :

- a) La supervisión : corresponde a la actividad de recolectar y distribuir los datos informativos sobre sucesos acaecidos.
- b) La correlación social : le concierne la interpretación de las informaciones y la prescripción de la manera de reaccionar.
- c) La transmisión del patrimonio cultural : realiza por medio de la comunicación y la información, la transferencia de los valores y de las normas sociales de una generación a otra .
- d) El entretenimiento: es el campo de las diversiones.

Durante las últimas décadas el cine, la radio y la televisión han dominado el panorama de la comunicación masiva con todas las virtudes y defectos de la sociedad que los hace posible.

México no es la excepción, y mucho menos con una multifacética vecindad con los Estados Unidos, de donde han surgido las pautas para instalación, desarrollo y consolidación de un sistema de comunicación masiva.

A nadie se le escapa que en la actualidad la televisión constituye el medio informativo de mayor alcance, porque sintetiza los otros medios que en este siglo han revolucionado la comunicación.

Su importancia radica principalmente en que se ha ido convirtiendo para bien o para mal en un referente indispensable, en ocasiones único en el intercambio social y en la significación de la vida diaria.

"La televisión podría muy bien caracterizar a nuestra época actual por su enorme presencia e influencia cultural." (4)

Con la televisión se ha modificado profundamente el concepto de cotidianidad por el hecho de que penetra hasta el interior mismo de la célula más importante de la sociedad, la familia , cumpliendo en ella el papel de niñera, educadora, convirtiéndose a su vez en el consejero más constante de algunos de sus miembros.

No solamente les induce a comprar y a consumir determinadas cosas ; también les organiza inadvertidamente las instancias temporales y espaciales de su vida.

La televisión . proporciona una serie de significaciones y sentidos, legitima discursos, propaga información, incluye y excluye a su parecer sujetos y acontecimientos, estimula emociones, provoca reacciones afectivas, induce al consumo, motiva a tomar determinadas posiciones intelectuales, disemina opiniones y sirve en general como

---

(4) Enrique Sánchez Ruiz. Tendencias en la Investigación sobre Televisión en México. Méx. UDG. 1992, p. 8

fuente de aprendizaje y objeto de polémica y de juicio, a la vez que desafía y compite con las tradicionales instituciones sociales como la escuela y la familia.

La influencia de la televisión en la sociedad y de ésta en los procesos de recepción televisiva, constituye un foco de atención creciente entre investigadores.

El proceso comunicativo es un proceso de producción cultural. Según Guillermo Orozco (1994) en este proceso existen tres momentos que conducen a tres formas diferentes de acotar la relación entre televisión y cultura.

El primer momento es el de la construcción de un producto cultural por parte de la institución televisiva.

La construcción se refiere a su "encodificación" particular de acuerdo a un código cultural específico. Este momento cultural puede abordarse a partir del análisis de los condicionamientos histórico - específicos de la televisión como institución cultural, definida política y económicamente en una forma concreta.

El segundo momento es el de la proposición de un producto cultural ( programa ) que "invita" a los receptores a ser vistos de acuerdo al significado preferente con el que fue encodificado.

Finalmente está el momento de la interacción entre los receptores y los significados propuestos por la televisión.

Esta interacción constituye una "negociación" a partir de la cual se aceptan o se rechazan los significados culturales.

Las tres formas distintas de acotar la relación entre televisión y cultura (observados en los estudios sobre televisión ) son las siguientes :

#### La televisión como ventana al mundo :

Como resultado de incipientes intentos dentro del paradigma convencional por formular la relación entre televisión y su entorno, se creó la analogía de la televisión como una ventana al mundo.

Esta analogía aparece como una secuela de la conceptualización de los medios de comunicación como extensiones de los sentidos.

La idea de entender a la televisión como una ventana hacia la realidad, encontró eco entre los investigadores orientados por la perspectiva de los estudios de los efectos, ya que dejaban intacto el modelo lineal de la comunicación medio - mensaje - receptor.

En la concepción de la televisión como una ventana, una de las premisas básicas es que lo que está ahí afuera, lo que es real, puede

ser visto, capturado a través de la lente de la cámara de televisión. A su vez la posibilidad de captar lo exterior se piensa posible al tomar por dado que la realidad es inequívoca y significativa por sí misma.

En esta forma la realidad puede " pasar " en toda su complejidad y sin distorsiones a través de la pantalla de la televisión y " llegar " al televidente tal como es para ser vista y admirada.

Los efectos ideológicos de la televisión, cuando son percibidos, se atribuyen o al contenido de la realidad que se transmite o al mal uso que de la televisión hacen los propios receptores, pero no a la intervención de distintos actores sociales ( propietarios de los medios, productores, profesionales, etc. ) e intereses en el contenido a transmitir.

Así concebido , el discurso televisivo aparece entonces, como un discurso basado en hechos evidentes captados por la lente neutral de la cámara.

#### La televisión como espejo de la realidad:

Siguiendo de cerca la lógica de la analogía de la ventana, la de la televisión como un espejo de la realidad trata de suplir algunas de las deficiencias conceptuales de su antecesora.

Esta analogía sostiene que en cuanto espejo de la realidad externa la televisión refleja - no pasa - lo que la cámara capta.

A diferencia de una ventana, la televisión concebida como un espejo permite plantear preguntas con respecto a la selección de lo que refleja y también con respecto a la fidelidad de esa reflexión.

La analogía del espejo presupone que se puede trazar una línea divisoria clara entre la televisión como institución y el entorno social.

Implícitamente, la analogía también admite que el rol institucional de la televisión en la sociedad se restringe a la sola selección o exclusión de la realidad a transmitir, lo que a su vez acepta que la televisión como institución social opera y se desarrolla independientemente del curso histórico de la sociedad donde está inserta.

La crítica fundamental que se le ha hecho a esta analogía proviene de autores británicos y justamente se centra en la separación implícita de la televisión como institución y su entorno social .

Afirman que los medios de comunicación no están aparte de la realidad social que los circunda, reflejando pasivamente esa realidad o proyectando su imagen, los medios forman parte de esa realidad social contribuyendo activamente a su conformación y dirección de su

desarrollo a través de la forma particular en que articulan socialmente nuestras percepciones .

### La televisión como reproductora y productora de la realidad.

A partir de la crítica a la analogía de la televisión como espejo de la realidad social los investigadores dentro de la perspectiva marxista desarrollaron una concepción de la televisión como una fuerza reproductora de las formaciones sociales.

Seguidores de la tesis de los "Aparatos ideológicos de Estado " de manera implícita aceptaron la tesis de una ideología dominante, que va permeando a toda la formación social.

Entendamos a esta ideología dominante como un fenómeno histórico y de algún modo perteneciente a la naturaleza humana. La ideología es un sistema de valores, creencias y representaciones que autogeneran necesariamente las sociedades en cuya estructura haya relaciones de explotación , a fin de justificar idealmente su propia estructura material de explotación, consagrándola en la mente de los hombres como un orden "natural" e inevitable.

La ideología llena un papel de justificadora de la explotación humana, y es ella misma una forma más de explotación.

Trabajos recientes han llevado a entender el rol social de la televisión más que como uno de reproducción, como uno de producción, en el sentido de producir los significados para significar la realidad.

A través de su rol productivo entonces, la televisión produce - y no sólo reproduce - la ideología dominante.

En otras palabras, la televisión como institución cultural en la sociedad no reproduce los significados dominantes otorgados a la realidad, sino que crea significados dominantes en ella.

La televisión entonces reproduce patrones y significados culturales a través de la creación de nuevos significados que participan en las determinaciones dominantes.

## 1.6.. ENAJENACION.

Uno de los fenómenos de mayor importancia en nuestro tiempo es el de la comunicación efectuada a través de un medio audiovisual como es la televisión.

Dicha importancia no sólo se debe a su alcance geográfico y poblacional sino también a la profundidad con que afecta la conducta del hombre, la celeridad con que logra modificar la opinión de los individuos, así como la efectividad con que influye en el carácter de una nación. "Su influencia comienza con el individuo, pero lo rebasa y se incrusta en otros ámbitos : la familia y la sociedad entera." (5)

En su nacimiento la televisión y los medios masivos de comunicación en general tenían como objetivo mantener informados a los seres humanos de aquello que surgía y transformaba la historia del hombre.

Pero con el paso del tiempo, las personas que dominaban estos medios se dieron cuenta de que aparte de información se podían transmitir a las personas una serie de estructuras capaces de moldear a una sociedad de acuerdo a los intereses de las clases dominantes.

---

(5) Ramón Gil Olivo. Televisión y Cultura. Op. Cit. P.8

Las discusiones acerca de si la televisión influye o no sobre el individuo y la sociedad han dejado de tener razón de ser ante las evidencias afirmativas, así como frente a las investigaciones realizadas al respecto.

Actualmente los estudios acerca de la televisión han tomado otros senderos, sobre todo en lo referente a la producción y reforzamiento de estereotipos dominantes ; una preocupación creciente entre investigadores críticos de la comunicación.

La influencia de la televisión con la construcción de estereotipos ha sido ampliamente demostrada en la literatura sobre estudios de televisión. Especialmente se ha mostrado que la televisión contiene proposiciones concretas acerca de lo que se considera apropiado que hombres y mujeres realicen de acuerdo a su sexo.

Estereotipos sobre las características femeninas y masculinas generalmente tipifican y muestran a los hombres como poderosos, dominantes y agresivos, mientras que a las mujeres como dóciles, dependientes y atractivas.

Algunos autores como Gumpert y Cathcart (1983) han venido sosteniendo a partir de sus investigaciones que el poder de la televisión para estereotipar caracteres , conductas y actividades sociales es en cierta medida inherente a los mismos medios de información y especialmente a la televisión.

Otros autores van más allá al afirmar que el tipo de programas y de publicidad que transmite la televisión en México " favorece las formas de penetración cultural tendientes a implantar modelos de vida artificiales, sin vinculación con nuestra cultura " (6)

Esto es, con la televisión estamos recibiendo lo que algunos han denominado una " cultura inauténtica ". Cultura que en todo caso es fragmento de otra cultura que proviene del extranjero y especialmente de los Estados Unidos.

Lo que nos muestra la televisión es una realidad fragmentada en total desconexión con nuestro pasado, una versión distorsionante que no tiene nada que ver con nuestros problemas y situaciones sociales.

Con la televisión se ha generado la enajenación de la sociedad con una dinámica que nadie hubiera podido sospechar con anterioridad, comenzó por ganar las mentes de los telespectadores individuales y terminó por convertirse en un protagonista insustituible de las maneras de pensar de la sociedad." (7)

---

(6).UPN Problemas de Educación y Sociedad en México I, México, 1988 p. 169

(7)Ramón Gil Olivo Televisión y Cultura op. Cit. P. 85

Los receptores son vistos como una masa, un conjunto de personas que deben aceptar aquello que los emisores les quieren mostrar ( según sus intereses ) aún cuando no tenga nada que ver con su realidad.

Los medios de comunicación masiva obedecen a una dirección unilineal, de arriba hacia abajo, es decir desde un emisor que transmite la superestructura del modo de producción capitalista, hacia un receptor que constituye una base cuya mayoría no ve reflejadas sus preocupaciones y formas de vida, sino " las aspiraciones, valores y normas que la dominación burguesa estima más convenientes para su propia supervivencia " (8)

La cultura que nos ofrece la televisión tiende a ser una especie de caricatura de la realidad, una cultura masificada y masificadora.

Las teleseries y los cartones animados con nombres y tramas distintos ofrecen " un conjunto de imágenes "- patrones de :

- |                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| ■ individualismo  | materialismo       |
| ■ conservadurismo | providencialismo   |
| ■ elitismo        | aventurerismo      |
| ■ conformismo     | autoritarismo" (9) |

---

(8)UPN. Expresión y Comunicación. Op. Cit. P.31

(9) Ma. Cristina Capriles Reflexión sobre el discurso audiovisual. Caracas. UNESCO 1990 p. 235

En la mayoría de los cartones animados predomina la categoría de la violencia física expresada a través de las armas, los golpes, las explosiones de todo tipo lanzamientos, caídas, presiones maltratos, estrangulamientos , secuestros, accidentes ; violencia verbal contenida en el lenguaje en forma de insultos y amenazas ; violencia moral indicada por diversas formas de chantaje, fraude , de insultos.

Formas de violencia presentes en la televisión.

( Marcelino Bisbal E. )

1.- VIOLENCIA FISICA . Lo violento se opone a lo natural. Por ser una acción externa, varía la dirección natural de las cosas. No es más que la aplicación de la fuerza física para lograr un objetivo.

- Golpes entre máquinas, afán de arrasar a los enemigos , uso de armas sofisticadamente tecnológicas, rayos laser, luchas sobre plataformas volantes, destrucción de ciudades y campos, tiros, explosiones, torturas físicas, accidentes, terremotos, muertes.

- Esta se presenta sobre las personas ( personajes ), máquinas - robots, en los bienes - propiedad, sobre la comunidad - sociedad.

2.- VIOLENCIA PSICOLOGICA. El estado de tensión que se crea sobre una persona, una comunidad o la sociedad en pleno.

- Torturas mentales, presiones de todo tipo, provocaciones, distintas formas de conductas, desprecios , miedos, temores, atemorizaciones, burlas y amenazas.

3.- VIOLENCIA MORAL . No es más que la repugnancia que, por transgredir unas normas morales, se siente hacia el otro. Esta forma de violencia se presenta bajo dos formas : repugnancia u oposición y aceptación de la resistencia externa, es decir, se adhiere al acto que se le exige.

- Bondad contra maldad, humanismo contra tecnicismo, chantajes, engaños, insultos, defraudaciones, abusos de poder, abusos de posición, mentiras, calumnias ...

4.- VIOLENCIA VERBAL. Acompaña a cualquiera de las otras categorías de violencia. Es la expresión, a través del lenguaje, de las formas anteriores de violencia.

- Expresiones verbales en relación con la violencia física, psicológica o moral.

5.- VIOLENCIA ECONOMICA. Es la eterna lucha por el poder. Podría ser calificada como la crueldad de la sociedad del poder.

## INDICADORES DE VIOLENCIA.

### 1.- VIOLENCIA FISICA.

Referencias a las armas, rayos - destellos - halos mágicos, transformación de hombres - animales , transformación de hombres - robots, peleas - golpes, objetos que se rompen, objetos con poderes extraordinarios, escenas bélicas, caídas, fuerzas diabólicas, gritos, derrumbes, explosiones...

### 2.- VIOLENCIA PSICOLOGICA.

Creaciones del mal, fuerzas diabólicas, malvados hechos para destruir , ser pérfido, terribles personajes...

### 3.- VIOLENCIA MORAL.

Insultos de todo tipo, chantajes evidentes, tanto al lado de los héroes como de los malvados, reproches.

### 4.- VIOLENCIA VERBAL.

A los malvados se les caracteriza con expresiones como campeones del mal, cómplices maquiavélicos, extrañas criaturas, ejército malvado...

- A los héroes se les define con expresiones como las siguientes :  
Referencias a la verdad - sinceridad, referencias a la sabiduría - equidad - bondad, referencias al héroe o héroes como salvadores de la justicia, honestidad, bondad, bien...

## MATICES DE LAS FORMAS DE VIOLENCIA.

- Ensañamientos.
- Sadismo.
- Venganza.
- Defensa propia y de la humanidad.

## SIGNIFICANTES DE LA VIOLENCIA.

- Colores fuertes, rojos, azules, verdes, grises.
- Líneas y ángulos de los dibujos. A través de ellos se caracterizan las contraposiciones de los personajes / héroes / malvados.
- Música estridente.
- Acciones rápidas.
- Montaje a través de cortes directos, inexistencia de disolvencias, presencia de fundidos, planos cerrados.
- Movimiento de los personajes y expresiones lingüísticas A través de ellos se caracterizan las contraposiciones de los personajes héroes - malvados.
- Uso de escenarios tecnológicos - mecánicos.

No existe una proyección mecánica o cuasi - mecánica de la violencia agresión de los mensajes, sobre todo los televisivos en el público receptor... pero está claro que "las condiciones del entorno - actuando como variables dependientes y circunstanciales - contribuyen al proceso de aprendizaje de distintas formas de violencia ." (10)

La televisión nos muestra todas las variantes de la agresividad. Los héroes se golpean brutalmente. El acto de morir o destruir se ha convertido en algo natural, es sólo arrebatarse su espacio físico a otro.

Muchos investigadores preocupados por esta situación de violencia en los medios de comunicación masiva ( especialmente el cine y la televisión ) han realizado estudios para analizar si ésta que se observa en los medios provoca el aumento de la violencia en algunos países.

En Estados Unidos las muertes provocadas por la violencia se han duplicado en 10 años.

Si en 1980 eran de 10.2 asesinatos por cada 100,000 personas por año, en 1993 esta cifra alcanzaba los 20 asesinatos por la misma cantidad de personas.

---

(10) Héctor Vera. Mecanismos de control Ideológico de los medios de comunicación en América Latina. México, UDG. 1984 p. 40.

Según los grupos de evaluación que investigan las causas de la violencia, entre las cinco primeras se señalan :

El gusto por matar, aprendido en la televisión, ya que los niños ven miles de asesinatos antes de aprender a leer.

La carencia de valores, porque el Dios supremo es el consumismo (propiciado en parte por la televisión).

Ante las evidencias los investigadores afirman que la televisión si es un condicionante de violencia. Aunque señalan que los efectos de la violencia varían sensiblemente según el sujeto receptor.

## 1.6. CONSUMISMO

En nuestros días se habla de que existe una sociedad de masas y una cultura de masas. Esto se refiere al proceso de modernización que surge a consecuencia de la industrialización y la urbanización.

En este proceso de modernización, la televisión ( como todos los medios de comunicación masiva ) ha cobrado una importante función, ya que actúa como emisora y portadora de propaganda que sirve como incentivo al consumismo.

El hombre ha modificado sus modos de vida, sus valores, su forma de divertirse, paulatinamente se le ha seducido a satisfacer "falsas necesidades" normalmente vinculadas a la adquisición de ciertos bienes materiales es decir al consumismo." (11)

La televisión en nuestro país es uno de los principales instrumentos para relacionar a los productores de bienes y servicios con sus posibles consumidores. Esto lo realiza a través de la publicidad que cotidianamente se observa entre los programas televisivos.

---

(11) UPN Problemas de Educación y Sociedad en México I, op. Cit. P. 168

La publicidad aparte de dar a conocer al público la existencia de un producto o de un servicio, también pretende suscitar el deseo de adquirir cierto producto o de recurrir a este servicio, utilizando para ello no información objetiva del producto o servicio, sino creando un mundo ilusorio en torno a ellos.

" Explota las debilidades emocionales del individuo para inculcarle no únicamente necesidades , sino para modificar sus formas de pensar acerca de sí mismo y del mundo que le rodea." (12)

El objetivo de la publicidad es suscitar deseos, orientarlos hacia el consumo de productos y enraizar estos deseos para transformarlos en necesidades.

Los métodos de la publicidad y la propaganda se refuerzan mutuamente en torno a un solo eje : vender productos para satisfacer necesidades y crear necesidades para vender productos.

Lo biológico y lo social - base de nuestras necesidades reales - se ven trastornado por lo económico y lo político.

---

(12) Ramón Gil Olivo Televisión y Cultura, op. Cit. P. 37

Al estar la publicidad sustentada en necesidades reales - pues nadie compraría nada que no necesitara - y al imponerse en la dinámica del sistema capitalista una gran variedad de necesidades ficticias se está afectando radicalmente nuestra cultura.

Se pretende ascender a mayores niveles de bienestar por el hecho de poder poseer más productos.

" El hábito del consumo, se debe, en gran parte al deseo de imitar a las sociedades consideradas superiores." (13)

Las funciones de la publicidad ( Según Furones ) son las siguientes :

- Económica : trata de activar el consumo.
- Financiadora : de los medios de comunicación.
- Substitutiva : de las cualidades reales de un producto por otras.
- Estereotipadora : por igualar gustos, criterios, ideales.
- Desproblematizadora : presentando un mundo divertido, lúdico fascinante.
- Hace parecer como nuevo lo ya aceptado.

---

(13) SALVAT La Sociedad de Consumo. Barcelona, 1974 p. 28

Otras funciones de la publicidad serían :

- a) Estabilizadora : Del sistema mediante el mercado de las pseudonecesidades.
- b) Masificadora : Considerada como el embrutecimiento y la despersonalización de la persona humana y por el condicionamiento de masa.
- c) Manipuladora : por dirigir la mente humana hacia el consumo.

Los manuales de mass - communications, aseguran que la televisión es un medio para informar, divertir y educar, pero van aún más allá al señalar que "televisión significa negocio ; su función vital es difundir mensajes comerciales."(14)

Dallas Smythe (1990), afirma que la programación regular de los canales de televisión no es lo más importante para los directores propietarios de los medios sino que son una especie de " relleno anzuelo " , la principal función de los programas, ( desde el punto de vista del interés económico del medio) consiste en atraer al público y mantenerlo cautivo, para que atienda a los anuncios comerciales. Estos últimos, que constituyen la principal fuente de ingresos de la televisión

---

(14) cit. por. Antonio Pascuali Comunicación y Cultura de Masas, Caracas, Venezuela Monte Avila Editores 1990,p. 289

comercial, cumplen con una función económica importante para un cierto sector privilegiado del aparato de producción y distribución de bienes y servicios : los anunciantes.

Dentro de las características de los mensajes publicitarios no podemos dejar de mencionar que utilizan lo que algunos autores han denominado la persuasión invisible.

Esto es ,la publicidad en televisión se vale de formas, colores, paisajes y situaciones agradables a la vista.

La intención de los empresarios cuando pagan a los dueños de un canal de televisión para anunciarse es vender.

Para vender, tratan de convencer que su producto es el mejor y para ello utilizan muchos trucos :

- Presentan un objeto mucho más grande de lo que es en realidad.
- Presentan una golosina o un alimento muy apetitoso poniéndole spray para que brille, mayor cantidad de crema de la que tiene, etc.
- Hacer que un personaje de la televisión recomiende el uso de un producto. Estas recomendaciones unas veces son en forma de comerciales y otras aparecen como la opinión personal del personaje.

- Exagerando los gestos de gusto, felicidad, comodidad, emoción que provoca el uso de un producto.
- Relacionando el producto con situaciones que la adquisición del producto no nos va a dar. Por ejemplo, anunciando un perfume que con sólo ponérselo, hará a una muchacha muy popular, o un juguete que hará que un niño tenga muchos amigos.
- Haciéndonos creer que el afecto se demuestra ofreciendo a los otros un determinado producto.

El espectador, generalmente de las grandes masas se siente atraído por los productos determinados por un impulso y busca consumirlos, transformando sus costumbres, vestuario y alimentación, lo que puede llegar a suponer verdaderos atentados contra la economía familiar y la salud.

## EFFECTOS DE LA PUBLICIDAD.

1.- En la esfera del comportamiento humano :

Activa determinados modos de comportamiento, imitación, consumo de determinados productos.

2.- En la esfera del saber.

Produce modificaciones en esta esfera, nuevas costumbres, nuevos tipos de comportamiento, de vivir, nuevos valores, tipo de lenguaje.

3.- En la esfera de las opiniones y actitudes.

Produce efectos directos en las opiniones, impone imágenes y criterios visivo - verbales . Impone formas de realidad social subjetiva.

4.- En la órbita emocional.

Se reconoce el llamado " efecto estimulante ", es decir esa sensación de soltura y de alegría.

Indudablemente la televisión comercial induce al consumismo, y sus efectos van más allá que el hábito de consumir ciertos productos.

## 1.7. CONTROL SOCIAL

Históricamente se puede constatar que las clases dominantes son siempre las que tienen y han tenido el control del sistema de transmisión dominante, y las que hacen de los medios más sofisticados del momento, uno de sus soportes para prolongar su hegemonía en la estructura social.

Esto hace que la comunicación sea un proceso que se realiza verticalmente en sentido descendente desde la clase que posee los medios de comunicación hacia el conjunto de clases que no poseen, ni tienen acceso a los medios de comunicación.

La televisión es un instrumento de penetración cultural e ideológico que se encuentra en parte más significativa en manos de capitales privados, responde a intereses ajenos a los de las grandes mayorías y eleva indebidamente a la categoría de valores prioritarios los de la sociedad dominante.

Según algunos investigadores en comunicación ( Coronado ,1992 ; Vera,1989) la televisión no puede concebirse como una técnica neutra , sino depositaria de la misión coadyuvante de consolidar el dominio del sistema.

La televisión es un medio que crea y transmite cultura a millones de personas, pero lo que se pone en tela de juicio es, precisamente, el carácter que asume, qué fin persigue y a qué intereses responde.

El control social que ejerce la televisión se observa en el modo de organizar la transmisión de mensajes.

Formas de manipulación ( Control Social ) que utiliza la televisión.

1.- El monopolio de la información.

2.- Utilización de estereotipos.

3.- La libertad de informar se sujeta a instancias superiores  
(El Estado).

4.- La desinformación que es la más inadvertida para el público.

5.- La construcción de la opinión pública.

6.- Las necesidades como manipulación.

a) Condicionadas socialmente.

b) No satisfechas plenamente por que responden a intereses de las clases dominantes.

7.- La publicidad desde un triple sentido.

- a) Manipulando al medio mismo.
- b) Presionando mediante la emisión repetitiva de mensajes.
- c) Resaltando falsas cualidades del producto.

Las formas de manipulación mencionadas con los números 2, 6 y 7 ya se explicaron en este mismo trabajo .

En este apartado hablaremos de la información, desinformación y opinión pública.

Quienes elaboran y controlan la información pueden hacer de ella lo que mejor les convenga sin la intervención de quienes son la parte más importante de la comunicación misma : los televidentes.

Como se mencionó anteriormente la televisión no puede concebirse como una técnica neutra, entre lo que pasa en el mundo y lo que el receptor capta en su aparato de televisión hay una variada gama de intermediarios situados a distintos niveles pero que influyen en el mensaje mismo.

Estos intermediarios son los dueños de los medios de comunicación y entidades públicas o privadas con influencia en dichos medios .

En el momento de la construcción de un programa de noticias o información - encodificación - existen dos tareas básicas, una seleccionar la información de distintos acontecimientos y colocarlos en un contexto de referencia específico.

Es decir se da significado al acontecer social ( positivo o negativo) dentro del contexto de la cultura e ideología dominante.

" Cuando la clase dominante se apropia de la noticia... se erige en única intérprete de los intereses de la sociedad." (15) .

En este momento de la encodificación se realiza entonces lo que denominamos la desinformación.. Los medios nos informan aquello que desean que conozcamos y "ocultan" lo que no conviene a sus intereses.

La televisión desinforma porque vierte sentidos vagos de la realidad y porque sus sistemas de información no consideran situaciones sociales relevantes para el entendimiento de una realidad cambiante y, deforma porque con sus discursos audiovisuales representa la vida social de algunos estratos sociales definidos, además de exagerar, inventar y crear otras realidades.

---

(15) UPN. Expresión y Comunicación. Op. Cit. P. 33

Es más, la televisión juega un papel determinante como instrumento difusor de ideas y actitudes derivadas de una ideología que esconde deliberadamente una concepción del mundo, ocultándose entre los mensajes manifiestos o latentes hilvanados en el medio televisivo.

Más que eso, como mencionaba C. WRIGHT MILLS :

- 1.- Los medios le dicen al hombre común quien es él : le dan identidad.
- 2.- Le dicen lo que quiere ser : le dan aspiraciones.
- 3.- Le dicen cómo seguir ese camino : le dan la técnica., y
- 4.- Le dicen cómo sentirse que es de esa manera incluso cuando no lo es : le ofrecen un escape.

Es correcto afirmar en todo caso que :

" Difundir y acumular socialmente información lleva necesariamente hacia modificaciones substanciales en las formas de pensar de los individuos." (16)

La televisión fortalece y en muchos casos forma la opinión pública, al ocultar o informar desde un punto de vista subjetivo aquello que es de interés social.

---

(16) José Lameiras. Et. Al. Medios y Mediaciones. Méx. ITESO, 1994 p. 85

La ideología y la televisión marchan pues estrechamente unidas entre sí constituyendo dos facetas de un mismo fenómeno, en donde la instancia ideológica se proyecta a través de los contenidos que emite el medio electrónico.

La televisión también es un factor que incide en la situación de dependencia en la mayor parte de los países de América Latina, coadyuvando en las relaciones de explotación del modo de producción capitalista.

Constituye un elemento de control social - ideológico, ya que la mayor parte de sus contenidos tiene un sello extranjerizante.

Los medios masivos en especial la televisión se encargan de "desnacionalizarnos".

La cultura que transmite la televisión se caracteriza por responder a una imagen cultural elitista, restringida, y lo más grave es que en la mayoría de los casos son producción extranjera y en otros una imitación casi perfecta.

Se gesta un proceso de transculturización, pues se busca interiorizar en el hombre una cultura que lleva detrás de sí su propio desarraigo, ya que se trata del acopio y transmisión de programas elaborados sobre realidades culturales ajenas, producidos y distribuidos como parte de un proceso transnacional.

En líneas generales podemos entonces afirmar que la televisión ejerce una gran influencia en las familias y en los niños mexicanos.

Por lo que nos planteamos el siguiente problema :

¿ Cómo lograr que el niño emplee criterios selectivos y críticos en relación a los programas televisivos ?

Para lo que nos proponemos los siguientes objetivos :

- a) Reconocer la influencia que la televisión tiene en la vida de las familias actuales.
- b) Asumir una postura crítica en relación a los programas y mensajes de la televisión.
- c) En base a la información obtenida proponer una serie de sugerencias que propicien en los niños criterios selectivos y críticos en relación a los programas televisivos.

C A P I T U L O    I I .

MARCO TEORICO.

## 2.1. LA TELEVISION Y EL NIÑO.

En amplios sectores de la sociedad han surgido profundas inquietudes acerca de la influencia que la televisión ejerce sobre los telespectadores en general, pero particularmente sobre los niños en edad escolar.

Estas inquietudes se deben a que esa influencia se ha vuelto evidente en numerosas manifestaciones de la conducta infantil, sospechándose seriamente que sus posibles efectos pueden repercutir de manera irreversible en el desarrollo de la vida intelectual y emocional del niño con todo lo que ello representa en su evolución posterior.

Estas repercusiones comienzan a ser notorias en lo que se refiere a las maneras que tiene el niño de ver y sentir el mundo, en su trato con los demás individuos que le rodean, en su comportamiento escolar y social.

El tiempo que utiliza el niño en ver televisión varía según la clase y las condiciones sociales.

Los estudios sobre la conducta humana han demostrado que en casi todos los países la televisión se encuentra al alcance de los niños

durante cierto número de horas al día y que ésta absorbe la mayor parte del tiempo libre de los niños.

Según estadísticas un adolescente mexicano le dedica 3.6 hrs. al día, o sea 25 horas por semana, en tanto que los niños pasan en promedio frente al aparato 28 hrs. por semana. (Gil Olivo, 1993).

El aparato de televisión suele estar encendido en los hogares mexicanos entre 5 y 6 hrs. diarias en promedio ( Sánchez Ruiz 1994), los mexicanos tienden a ver televisión entre 3 y 4 hrs. diarias.

Según una encuesta realizada en el D.F. a 1637 estudiantes de Educación Básica, el 28.7 % dedica de una a dos hrs. a ver la televisión y 53.8 % le dedican más de tres hrs. ( Maya y Silva, 1995).

El promedio de hrs. dedicado a la televisión ( Aguilar , 1996) se ha incrementado de 5 a 7 hrs. diarias por la extensa cobertura de canales nacionales, locales y la conexión de cable.

Es evidente , por tanto, que el medio masivo de comunicación al que dedican más tiempo al día los niños es a la televisión.

Asimismo en muchas familias , tanto padre como madre trabajan casi todo el día (debido a la situación económica ) y los niños son confinados a su casa donde su principal distracción es la televisión..

" El infante es alejado de las calles y parques recreativos para encerrarlo frente al televisor." (17)

Según encuestas realizadas por el Instituto Nacional del Consumidor (1993) , 85 % de los niños entrevistados permanecen frente al televisor durante las tardes en un horario que va de las 16.00 a las 21.00 hrs. , por lo que la audiencia infantil capta no sólo programas específicos para niños, sino también comedias y telenovelas creadas para adultos.

En general, los niños entre los 6 y los 16 años de edad pasan anualmente un promedio de 500 a 1000 hrs. frente al televisor (Gil Olivo, 1993) , lo que representa un total de 6000 a 12000 hrs. por los doce años de escolaridad.

Este último total corresponde casi al número de horas pasadas en la escuela durante el mismo período , tomando en cuenta las vacaciones y los días de descanso.

El niño no se ve afectado por la televisión solamente porque la mira, sino también porque está ahí , en la sala o en la recamara, modificando numerosas circunstancias al interior de la familia, en el hogar, en su barrio, en su ciudad y en su interacción con quienes habita.

---

(17)UPN. Problemas de Educación y Sociedad en México I. op. Cit. P. 208.

La televisión en los niños está en relación directa con la adquisición de normas de conducta, afectando su actividad física y mental, confundiendo su identidad con estereotipos, conduciéndole a la apatía y pasividad .

La influencia de la televisión no puede considerarse única, precisamente porque no está sola. Coexiste al lado de otras instituciones ( familia, escuela, etc.) que tratan de imponer formas de vida al sujeto ( normas, valores, etc.).

Tampoco se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco, o desprovisto de su propia intencionalidad (producto de sus experiencias de aprendizaje anterior, interacciones y socialización).

La familia, además de una Institución social determinada históricamente en una forma específica, constituye para el niño su "grupo natural para ver televisión .

El tipo de patrón de comunicación imperante en cada familia (Brown and Linee, 1980 ), así como el status y la legitimidad que la televisión tiene para los padres (Charles y Orozco, 1989 ), son elementos concretos que en conjunto constituyen una múltiple mediación en la interacción televisiva e influyen en el tipo de apropiación que hace el niño de los mensajes de su programación. (Orozco, 1990)

La televisión como instrumento, propone una programación y de alguna manera impone un cierto patrón ya establecido por ella misma.

Pero esta propuesta no sería jamás vista si no sintonizaran un canal específico y prestaran un grado mínimo de atención. Esto no es realizado de una manera inconsciente, sino que responde en parte a una serie de razones, por las que se elige de manera intencional la propuesta de la televisión.

Factores como el medio ambiente familiar, el medio ambiente social, el contexto socioeconómico, cultural, ideológico y político, las motivaciones infantiles y las preferencias infantiles por los programas televisivos son las que determinan esa elección de un programa determinado. La influencia que tiene la televisión en la formación del niño, se ejerce no sólo directa sino indirectamente a través de la familia, el ambiente escolar, y en general el medio social .

Los efectos provocados por la televisión, no se detienen en el espectador individual. El espectador los resiente directamente, pero los propaga entre los demás miembros de su comunidad "mediante su interacción cotidiana, con ellos, ya sea en el hogar, en la escuela, en el parque de juegos..." (18)

---

(18) Enrique Sánchez Ruiz , Teleadicción Infantil ; mito o realidad ? Méx. UDG, 1989, p. 66.

La relación entre el niño y la televisión no concluye al apagar el aparato, el niño lleva ciertos modelos de acción de los héroes que observa en ella a sus juegos infantiles.

Asimismo, la programación de entretenimiento provee a muchos segmentos de la audiencia de temas de conversación, pensamiento y preocupación.

Diversas investigaciones a nivel nacional (Buendia, 1982 ; Lameiras 1994) han encontrado que el público televidente suele reconocer y recordar e incluso admirar con más intensidad a los personajes y actores televisivos que a políticos conocidos y héroes de nuestra historia.

Algunos efectos nocivos que puede producir la televisión en los niños son los siguientes :

*Cansancio* : El niño no juega sólo quiere estar sentado, probablemente porque el niño se desveló viendo televisión o la ve en una postura inadecuada.

*Asombro y Complejidad* : El niño al ver escenas de violencia o conflicto sexual no las puede manejar por su grado de madurez.

*Miedo, Angustia, Temor* : El miedo que producen algunas series de televisión suele ser mayor mientras más se acercan las escenas a

las que nos dan miedo en la vida real , lo desconocido, la soledad. El niño se asustará si ha vivido con temor o sufrimiento algo semejante a lo que está viendo en la televisión. Por eso puede impresionarle más una cortada que un balazo.

*Insensibilidad a las cosas simples y valiosas* : Los programas de televisión en conjunto presentan ahora escenas mucho más violentas y con más sexo que las que emitían hace algunos años. Hay indicios de que los espectadores necesitan cada vez más dosis de violencia y sexo en los programas para emocionarse.

*Pasividad, desinterés* : El niño se puede volver pasivo, desinteresado e incapaz de realizar cualquier esfuerzo sea físico o mental. La televisión presenta al niño programas totalmente, elaborados que el niño no tiene más que ver.

*Violencia* : La televisión enseña a los niños cómo agredirse, formas novedosas, a veces muy crueles con que los niños ejercen la violencia contra sus semejantes. El niño actúa , asimismo ante determinada situación de la misma manera agresiva que actúa un personaje de televisión que ha visto en vez de razonar sus actos.

*Imitación* : El niño imita sus personajes favoritos, sean o no positivos.

*Apatía y pasividad ante los hechos violentos* : El niño se convierte en espectador pasivo en la vida cotidiana por el exceso de violencia o de programas violentos que el niño ve por televisión.

*Dispersión de conocimientos* : El niño espectador muchas veces no puede distinguir lo que sirve y lo que debe desechar, porque la televisión presenta mucha información de manera dispersa.

*Confundir realidad y fantasía* : La televisión presenta cosas fantásticas con mucho realismo y los niños en ocasiones no pueden discriminar lo fantástico y lo real.

## 2.2 . FACTORES PSICOLOGICOS.

Diversas teorías han tratado de explicar el desarrollo del niño desde diferentes puntos de vista y enfoques.

Pero es probable que nadie haya producido en los últimos años, mayor impacto en el pensamiento y la investigación como Jean Piaget.

Su trabajo sobre epistemología genética y el desarrollo intelectual se reconoce como uno de los más importantes en este campo.

La psicología de Piaget es una psicología del desarrollo. Dicho aspecto de su hipótesis tiene capital importancia, pues la intención de Piaget es explicar en forma lógica, consistente y autosuficiente el modo en que un recién nacido, por completo desconocedor del mundo a que ha sido precipitado, llega a entender gradualmente ese mundo y a funcionar competentemente dentro del mismo.

Jean Piaget distingue seis periodos principales en los que el desarrollo cognoscitivo del niño es cualitativamente diverso.

El primero es el *Estadio de los reflejos o montajes hereditarios*, así como de las primeras tendencias intuitivas y de las primeras emociones.

El segundo es el *Estadio de los primeros hábitos motores* y de las primeras percepciones organizadas, así como de los primeros sentimientos diferenciados.

El tercero es el *Estadio de la Inteligencia Sensoriomotriz o práctica* (anterior al lenguaje) de las regulaciones afectivas elementales y de las primeras fijaciones exteriores de la afectividad.

Estos primeros estadios constituyen el periodo de lactante (entre uno y dos años), antes de los desarrollos del lenguaje y del pensamiento propiamente dicho.

El cuarto es el *Estadio de la Inteligencia Intuitiva*, de los sentimientos interindividuales espontáneos y de las relaciones sociales de sumisión al adulto (de los dos a los siete años, o sea durante la segunda etapa de la primera infancia).

El quinto es el *Estadio de las operaciones intelectuales concretas*, aparición de la lógica), y de los sentimientos morales y sociales de cooperación (de 7 a 11 ó 12 años).

El sexto es el *Estadio de las operaciones intelectuales abstractas*, de la formación de la personalidad y de la inserción afectiva e intelectual en la sociedad de los adultos (adolescencia).

Cada uno de dichos estadios se caracteriza, por la aparición de estructuras originales, cuya construcción le distingue de los estadios anteriores. Lo esencial de esas construcciones sucesivas subsiste en el curso de los estadios ulteriores en forma de subestructuras sobre las cuales habrán de edificarse los nuevos caracteres.

La teoría de Piaget afirma que el desarrollo es un proceso continuo que se inicia al nacer y concluye en la edad adulta, comparable al crecimiento orgánico ; al igual que este último consiste esencialmente en una marcha hacia el equilibrio.

Para Piaget el niño tiene que ir construyendo tanto sus representaciones de la realidad como sus propios instrumentos de conocimiento y su inteligencia.

El conocimiento es siempre el resultado de una interacción entre las capacidades del sujeto y las propiedades de la realidad que el sujeto construye.

Así el conocimiento es una construcción activa que el sujeto realiza y no una recepción pasiva.

Desde este punto de vista la televisión puede estimular algunas tendencias en general indeseables para el desarrollo de los niños, éstas incluyen la pasividad, la evasión, la ausencia de sociabilidad y la pérdida de creatividad.

Existe la certeza que la televisión induce cambios en la personalidad de los individuos, inculcándoles pautas de comportamiento social, modificando las concepciones que poseen de la vida en general, del medio en que habitan, de la familia y de las personas que los rodean, así como afectando la vestimenta pero también su mímica, su higiene y su dieta.

Dicha influencia no se refiere exclusivamente a los aspectos psicológicos y de conducta en el individuo, sino a " toda su compleja estructura de valores, todo lo cual incide de manera directa en su práctica social." (19)

La televisión se ha convertido en una parte esencial del quehacer cotidiano de un amplio sector de la población infantil al grado de modificar la estructura de sus actividades.

Niños y adolescentes utilizan gran parte de su tiempo de ocio a la exposición de programas de diversión y entretenimiento, cuestión que se muestra no propicia para el sano desarrollo psicomotriz del niño.

---

(19) Ramón Gil Olivo. Televisión y Cultura. op. Cit. p. 253

La televisión contribuye a conformar mentes receptivas carentes del ejercicio de reflexión y análisis, y alejar al niño del ejercicio activo, del juego, del deporte, del estudio.

El televidente se va despersonalizando, es decir, dejando de ser él para convertirse en "un ser moldeado por los patrones de conducta y las normas de comportamiento emitidas a través de los diferentes programas. " (20)

La influencia de la televisión es tan penetrante que los niños se visten igual que sus héroes o artistas.

Pero los patrones de conducta que se imponen a los niños en las series chocan a menudo con la realidad, lo cual les provoca conflictos.

La programación infantil presenta personajes con facetas atractivas para la mente infantil pero situados en contextos salidos de su realidad.

Los programas de series de aventuras y policiacas destacan la existencia de una comunidad que toma como modelo a la sociedad de donde provienen mayoritariamente (USA), así como sus valores.

---

(20) UPN Problemas de Educación y Sociedad en México I. op. Cit. p. 239

Las características que proporcionan, la definición de una nación no concreta, tienen cabida en el discurso televisivo que las más de las veces se presenta como ahistórico y transcultural.

Asimismo los niños desde su más tierna edad conocen los horrores de la guerra, el hambre, la violencia y la muerte.

Los niños se hacen más aceptantes de la violencia, del poder de la alta tecnología bélica y de lo natural de la tensión continuada por el peligro de muerte.

Esto resulta dañino en nuestra niñez, que es más vulnerable a causa de sus carencias económicas, sociales y de instrucción.

Las tendencias agresivas fomentadas por la televisión forman parte de un comportamiento psicológico. Pero la agresividad puede ser adquirida o aumentada por la presencia de otros estímulos.

Sin embargo, existen autores que si conciben a la televisión como condicionante de violencia :

" La violencia en la televisión alienta formas violentas de la conducta y fomenta valores morales y sociales de violencia en la vida familiar que son inaceptables dentro de una sociedad civilizada. " (21)

---

(21) Enrique Sánchez Ruiz. Teleadicción Infantil ¿ mito o realidad ? op. Cit. p. 56

A través de la fijación del niño ante el televisor, se le induce también a pertenecer a la cadena de consumo.

La exposición a los mensajes comerciales motiva al niño a desear determinados productos, no tanto por éstos como por los obsequios que contienen ( cromos, premios, vaies, figuras, etc. ).

El niño pasa a convertirse paulatinamente en agente estimulador del consumo de sus padres.

El poder de manipulación de las imágenes y el medio audiovisual neutraliza asimismo la capacidad crítica de los niños, ya que no disponen de experiencias reales y personales con las que pueda contrastar lo que se le propone desde la pantalla.

Podemos afirmar que la televisión promueve modificaciones en una gran variedad de aspectos de la vida individual y social y ello lo realiza a largo plazo.

Los niños que más se exponen a la televisión son los que más tienden a ser influidos por ella.

### 2.3 . FACTORES SOCIALES.

En cada época histórica y en cada formación social existen diferentes Instituciones que junto con la familia llevan a cabo la socialización de niños y jóvenes. Esto es su introducción y formación dentro de patrones culturales específicos de donde adquieren la capacidad de significar la realidad y dar sentido a su propia actuación.

La formación del niño resulta pues, de la interacción de diversas instancias socializantes , entre las que destacan la escuela, la familia y en nuestros días los medios masivos de comunicación, particularmente la televisión.

La socialización del mexicano adulto del mañana está atravesada por miles de horas de exposición a los mensajes televisivos. Los juegos, los valores, la información, la visión de la realidad ( económica, política y social ) de nuestra niñez están vinculados, de manera indiscutiblemente " compleja a la \*escuela paralela \* que representa la televisión ." ( 22)

La televisión contribuye a la pérdida de valores culturales propios del entorno social del niño.

---

(22) Enrique Sánchez Ruiz Teleadicción Infantil ; Mito o Realidad ? op. Cit. P. 8

El conocimiento por parte de los niños y adolescentes de los héroes de la televisión, se ha relacionado con el desconocimiento y la distorsión de su propia historia y de su situación presente.

" El niño conoce mejor a los personajes de la televisión que la realidad y los héroes nacionales." ( Rafael Buendía ).

" La televisión se ha convertido más en un vehículo de culturamericanización que de fortalecimiento de la cultura y de la identidad nacional." ( Sánchez Ruiz, 1990 ).

La televisión asimismo es un agente discursivo que actúa con los sujetos sociales.

Es un agente social que produce, transmite y utiliza la cultura en forma diversa y la muestra a los receptores en sus programas.

Los alumnos en su mayoría ven en la televisión algún programa que por lo regular es ajeno a nuestra idiosincrasia y nada productivo, lo que ocasiona un problema social.

El niño se encuentra en un contexto social ajeno al que se le presenta en la televisión, las aspiraciones y el modo de vida que ésta le sugiere no siempre están a su alcance.

Los niños también tienen necesidad de fortalecer vínculos sociales con su familia y la televisión reduce los momentos de interacción familiar ; al reunir a la familia ante la pantalla, pero absortos en la misma, casi sin dirigirse la palabra.

Sin embargo, debemos recordar que los niños no ven la televisión porque sí, influyen diversos factores que se vinculan directamente en su contexto social.

Algunas veces la televisión es utilizada por los padres como un distractor para los niños mientras ellos realizan otras actividades.

Otras veces representa el único momento de esparcimiento para los niños debido a que por vivir en espacios reducidos - departamentos, casas pequeñas - los niños no pueden realizar actividades físicas que requieren espacio, pues los padres no tienen tiempo de llevarlos al parque, y dejarlos salir solos a las calles a jugar representa un peligro debido entre otros factores al tráfico, la delincuencia y la drogadicción.

Del mismo modo una vez que la televisión se ha encargado de dar a conocer la existencia de sus programas, entran en juego en el proceso de selección agentes de influencia que están representados por personas cercanas al niño ( especialmente padres y hermanos ).

Esto es, el niño ve aquellos programas que en su contexto social se consideran que valen la pena observarse, sea por su contenido o por la atracción que proporcionan.

Los medios de comunicación dan un marco de referencia, una información básica para que el niño decida personalmente qué es lo que desea observar. Pero no es tanto la influencia de los medios como la influencia de la gente que se encuentra a su alrededor.

## 2.4. FACTORES EDUCATIVOS.

La escuela tradicionalmente ha sido considerada como la Institución Educativa por excelencia. Es legitimada socialmente y busca formar a los niños dentro de valores comunitarios y nacionales aprobados por la sociedad.

Pero hay múltiples indicios de que la escuela no se ha adecuado a los tiempos actuales y al ritmo de los cambios.

Mientras tanto, la televisión está presente en forma significativa en las vidas de los educandos, dándoles información sobre el aquí y el ahora, en el mismo momento en que suceden los hechos.

La televisión está presente en los niños desde el inicio de su vida, otorgándoles un cierto tipo de educación.

Esto porque el proceso enseñanza - aprendizaje, no se reduce sólo a las relaciones directas entre educador y educando, esta relación es sólo una de las formas que adopta dicho proceso.

La educación como proceso puede ser formal, no formal e informal.

Se llama educación formal al aprendizaje que tiene lugar en las aulas, es decir, se refiere al sistema educativo nacional que va desde la educación elemental hasta la educación superior.

La educación no formal orienta su acción hacia el mejoramiento de la vida social o hacia el desarrollo de destrezas ocupacionales específicas a través de programas que responden a necesidades predeterminadas. En este tipo de educación también se encuentra la formación en los niveles de educación básica, media superior y superior que se denomina educación abierta.

La educación informal es la que se realiza relativamente desorganizada y asistemática. Comprende el proceso por el cual cada individuo logra actitudes, valores, habilidades y conocimientos por medio de la experiencia diaria en relación con grupos de personas o por la influencia del ambiente.

La educación informal es esencial para el niño antes de iniciarse a la educación escolar, ya que en el seno familiar se transmiten y consolidan los valores propios de la familia, pero también los de la colectividad de que forma parte.

La televisión tiene la capacidad de incorporarse con naturalidad a cada una de las tres modalidades de educación descritas anteriormente.

En la primera, la televisión puede ser un instrumento de apoyo a la enseñanza escolarizada. En la no formal, la experiencia demuestra que es un medio capaz de convertirse en el eje de procesos educativos abiertos, en especial, si se trata de programas a distancia.

Finalmente, en cuanto a la modalidad informal sabemos que hoy en día la televisión es fuente de información acerca de numerosos hechos sociales y es también destinataria de buena parte de las horas de tiempo libre de sus receptores.

La relación entre lo educativo y la televisión se da pues en varios niveles .

En un primer lugar porque los mensajes provenientes de los programas de televisión son educativos en el sentido dado de la educación informal.

En un segundo lugar, porque algunos programas televisivos, son elaborados o tienen explícitamente el objetivo de educar como es el caso de la telesecundaria.

En tercer lugar por el amplio potencial de aprovechamiento audiovisual del medio en la elaboración de material educativo.

Para muchos maestros la televisión comercial no sólo es considerada como una influencia negativa, sino también como una influencia

conflictiva entre lo que ellos tratan que los niños aprendan y lo que realmente aprenden.

Como lo mencionamos anteriormente un niño al terminar la educación primaria habrá pasado en promedio la misma cantidad de hrs. frente al televisor y en la escuela.

“ La televisión destruye en la mente de los niños por las tardes lo que la educación en la escuela construye en las mañanas. ” (Ramírez Hernandez, 1993 ).

Se reconozca o no., la televisión está educando a niños y jóvenes. Hay signos de que influye en sus gustos y valores, les muestra la existencia de formas de vida y maneras ideales de ver el mundo y de actuar en él, así como prototipos de hombre a imitar, referentes, formas y señas de identidad colectiva.

La televisión conforma una parte importante del saber cotidiano.

La televisión, por su presencia continua en el hogar, y por lo vivido de sus mensajes visuales y sonoros, ocupa un lugar importante en la educación de los niños ; sus historias y personajes difunden insistentemente lo que es deseable, exitoso, satisfactorio o importante . De esa manera puede influir poderosamente en la mente de los niños.

Los niños viendo algunos programas de televisión pueden aprender lo siguiente :

- a) Que los problemas se resuelven a través del dinero o la violencia.
- b) Que quienes consumen determinados productos obtienen por arte de magia la felicidad, el éxito, el poder, la belleza y el amor.
- c) Que las guerras, la violencia y la competencia son inevitables. Triunfar es pasar por encima de los demás.

Otro punto de preocupación común para educadores, padres de familia e investigadores sociales en general, es la manera como la televisión va más allá de afectar periféricamente la educación formal o no, y de que en realidad tiende a subordinarla e incluso a sustituirla.

Difícilmente se puede negar el impacto educativo de la televisión, incluso cuando el contenido del mensaje no es de carácter educativo

" Algunas veces la programación aunque sea aparentemente de entretenimiento, ha sido elaborada con finalidades \* educativas\* que el público puede no conocer y entonces recurrir a un aprendizaje incidental, por ejemplo las llamadas- telenovelas de refuerzo social - que produce TELEVISIA." (Covarrubias, 1989 ).

Aún cuando los niños no ven la televisión con el propósito específico de aprender, adquieren enseñanzas de carácter incidental que reciben de ésta o de algunos de sus contenidos.

La escuela puede intentar enseñar a los niños a venerar la patria y sus símbolos pero la televisión con sus programas se encarga de difundir un modelo de vida no acorde a nuestra realidad, sino a una realidad ajena.

Asimismo, la escuela durante muchos años ha cultivado el arte de leer y escribir.

La televisión inhibe la lectura, las imágenes que presenta hacen que el lenguaje escrito no sea lo suficientemente atractivo para el niño.

Lo que es más, se teme que las imágenes ( que presenta la televisión ) estén creando futuras generaciones de no lectores, no sólo haciendo disminuir el interés de los jóvenes por la lectura de libros, sino incluso " obstaculizando su propia capacidad de expresarse tanto verbalmente como por medio de la escritura. " (23)

Los hábitos alimenticios de los niños también se transforman en aquellos que observan más frecuentemente la televisión, gracias a

---

( 23) UPN Problemas de Educación y sociedad en México op. Cit. p. 227

los anuncios publicitarios los niños prefieren más comida de la denominada chatarra por su escaso valor nutritivo.

No cabe duda de que la televisión se ha convertido en un problema para la educación de los niños.

Carlos Ramírez Hernández (1993) incluso, afirma que " la televisión se ha convertido en un instrumento de deseducación ."

Es necesario promover en los niños el desarrollo de la capacidad crítica y el pensamiento autónomo en la recepción de los mensajes y conocimientos que propone la televisión.

CAPITULO III.  
METODOLOGIA

### CAPITULO III. -METODOLOGÍA

La televisión vino a maravillar el mundo : acerca culturas, muestra remotos parajes, trae imágenes de los grandes sucesos mundiales, influye poderosamente en la sociedad actual.

Sin embargo, hay que tener presente que quienes más se ven afectados por la influencia de la televisión son los niños.

Conscientes de esta influencia iniciamos esta investigación documental. No era una tarea sencilla, ni siquiera sabíamos si existía material bibliográfico suficiente para realizarla. Los medios evolucionan vertiginosamente ; las investigaciones ,no.

Este tema, como explicamos en la introducción era importante para nosotras en el contexto de nuestra práctica docente diaria por los resultados obtenidos en la investigación realizada en la materia de Seminario de esta Licenciatura.

Creímos que deberíamos iniciar buscando bibliografía reciente (6 años a lo sumo), ya que conocer investigaciones realizadas en décadas pasadas carecería de validez.

Además los textos utilizados en la Licenciatura fueron un valioso auxiliar , pero no era suficiente. No contábamos con recursos

económicos para adquirir la bibliografía , pero si con entusiasmo para realizar la investigación.

Afortunadamente la Universidad de Guadalajara, cuenta con bibliotecas muy actualizadas y con sus propios investigadores en Ciencias Sociales, quienes de alguna manera ya han tratado el tema.

Nos dirigimos a la Biblioteca de Estudios Pedagógicos de la propia Universidad así como a la Biblioteca Iberoamericana. Nos dimos a la tarea de analizar los ficheros electrónicos para localizar textos que nos auxiliasen en el desarrollo de nuestra investigación.

Reunimos una bibliografía suficiente y comenzamos el análisis de los textos. Esta tarea nos llevó cerca de 5 meses, en los que leímos completamente los textos seleccionando citas, realizando fichas bibliográficas y de trabajo que organizamos en subtemas, aquellos que consideramos de mayor importancia :

La comunicación.

Los medios de comunicación y su influencia en la sociedad.

Aspectos en que incide la televisión en el niño de edad escolar ( psicológicos, sociales, educativos).

Reunidas las fichas procedimos a un ordenamiento del trabajo en sí. La lectura de los textos nos había dado cierto dominio del tema, requeríamos entonces ordenar la información.

Manejamos algunas citas textuales, parafraseamos otras y agregamos nuestros puntos de vista particular en relación a los subtemas.

Asistimos con nuestra asesora quien nos dio valiosas sugerencias en la elaboración de este trabajo de investigación.

## CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES.

La televisión es un invento de gran importancia en la vida moderna. Gracias a ella se elimina la distancia en la comunicación visual, se puede tener acceso fácil a todo tipo de información y participar con comodidad en actividades educativas, culturales y recreativas.

Sin embargo puede convertirse en un serio problema en la formación de nuestros alumnos.

Afirmamos debido a los datos obtenidos en esta investigación que no todo lo que se emite es bueno.

Un amplio sector de niños dedican más tiempo a la televisión que a otras actividades físicas, sociales y culturales que favorecerían su desarrollo.

Se requiere que nuestra actitud como maestros sea propiciar la formación de sujetos críticos y con capacidad transformadora, para que no sean influidos negativamente por la televisión.

Si el individuo está en contacto con experiencias de aprendizaje más ricas, si su comunicación familiar es estrecha no buscará en la televisión un escape a su realidad.

Con la televisión el niño se apropia de una cultura transnacional que con sus prototipos busca ubicarlo en otra realidad ajena a la que se vive.

El maestro debe impulsar la tarea de consolidar, recuperar y desarrollar lo más valioso y rico de nuestro acervo cultural, para esto requiere adoptar una actitud crítica ante los mensajes televisivos y promover esa misma actitud en los niños.

Es necesario , conocer la televisión para sacarle provecho, para poder seleccionar y ver aquello que se considere benéfico para el desarrollo de los niños.

También es importante estudiar otros aspectos del problema por ejemplo ¿ por qué los niños ven tanta televisión ?, ¿ cuáles conductas en realidad aprende el niño de la televisión y cuáles le son propiciadas en su medio social ? ¿ qué tanto fortalece el medio el predominio de estas conductas ? ¿ La televisión es un espejo de nuestra realidad como país ? ¿ qué tan deficiente es nuestro medio educativo que no puede competir con la televisión en su atracción hacia los niños ?.

SUGERENCIAS.

## SUGERENCIAS.

Es indispensable que los educadores cambien su actitud ante los programas televisivos, no sólo censurarlos pensando que la labor pedagógica que ellos realizan con los alumnos es destruida por la televisión, ya que les quita tiempo para la realización de tareas, los enajena y fomenta su pasividad .

Hay que llevar la televisión a la escuela, dar a los alumnos elementos para mirar la televisión en forma crítica.

Proporcionarles actividades para conocer la propuesta televisiva : diseccionar sus lenguajes y géneros , para analizar sus contenidos y criticarlos, para conocer cual es la propuesta de vida que sugieren y ponerla entre dicho ; y para aprovechar muchos programas que pueden auxiliarnos en nuestra labor educativa, en la actualización de contenidos, en la motivación de los alumnos, en ser punto de partida para conocer mejor el mundo que nos rodea.

Una labor esencial que protegerá al niño de la influencia negativa que pueda tener la televisión.

Un cambio en la concepción del niño : de receptor pasivo de programas televisivos a sujeto participante y crítico.

Esto sólo será posible en la medida que implementemos en nuestras aulas el trabajo serio, el diálogo, la discusión y la adquisición de herramientas, para que los alumnos sean sujetos críticos, reflexivos, creativos y exigentes.

Sólo una participación activa en el proceso permitirá al niño educarse en la responsabilidad. Pero esta participación no puede darse sino en la libertad.

Todo conocimiento y toda adquisición ha de ser el resultado de una actividad del niño, de un compromiso voluntario en vista de la realización de un proyecto.

El niño televidente adquiere como parte de su relación con la televisión una libertad.

La libertad de elegir determinados programas, elegir los programas que desee ver.

Si se seleccionan acertadamente los programas la televisión es una extraordinaria fuente de información.

Pero para que los niños lleguen a esa selección se necesita que asuman una actitud activa y crítica ante la televisión en vez de estar expuestos pasivamente a sus mensajes.

Debemos crear en la escuela espacios de análisis, de crítica y de construcción de conocimientos.

Utilizando videos de los programas favoritos de los niños y llevándolos a la escuela para que los niños los observen centrando su atención en algunos aspectos importantes de la conducta de los personajes :

La forma como se comportan ante los demás, sus actitudes en algunas circunstancias particulares , etc.

Ver junto con los niños los programas y enseñarles a cuestionar el medio.

Proponerles modifiquen su forma de recibir los mensajes que emite el televisor.

Los resultados no se darán a corto plazo, se requiere de un ejercicio continuo para formar en los niños una actitud crítica ante la televisión.

También podemos utilizar el material televisivo como núcleo generador de aprendizaje, esto es aprovechar la exposición e interés que tienen los educandos hacia sus mensajes.

Hay múltiples temas que surgen de la pantalla y pueden ser aprovechados para que los alumnos investiguen problemas de su tiempo e interés, para que compartan el discurso de la televisión con su propia realidad y adquieran conciencia y autonomía en lo que son y lo que quieren ser como personas y como grupo.

Trabajar con la televisión en la escuela permitirá al educando establecer una reflexión acerca de los productos culturales a los que está expuesto diariamente. Revisar y poner en la mesa de la discusión grupal su relación personal con la televisión, con sus contenidos, sus lenguajes y su ideología.

Se trata pues de que los alumnos se transformen de receptores pasivos a receptores activos, que critiquen y reflexionen sobre este medio de comunicación.

De esta manera la televisión puede convertirse en un aliado de las Instituciones Educativas ( familia y escuela) y lejos de obstaculizar la comunicación familiar, la puede alimentar y propiciar.

B I B L I O G R A F I A .

## BIBLIOGRAFIA.

- ALVAREZ , Luciano. Los héroes de las siete y media. Uruguay, Ed. Banda Oriental, 1988, 188 p.
- ARREDONDO RAMIREZ ,Pablo coord., Comunicación y Sociedad. México, Universidad de Guadalajara, 1989, 116 p.
- BALLE ,Francis, et. Al. Los nuevos medios de Comunicación Masiva. México, Fondo de Cultura Económica, 1993, 163 p.
- CAPRILES, Ma. Cristina comp. , Reflexión sobre el discurso audiovisual. Caracas Venezuela, UNESCO, 1990, 299 p.
- CORONADO ,Pedro José. Función y Disfunción del Mensaje Televisivo. Mérida Venezuela, Universidad de los Andes, 1992, 102 p.
- ESCOBAR, Miguel. Paulo Freire y la Educación Liberadora. México, SEP.,1985, 160 p.
- FREIRE ,Paulo. Pedagogía del oprimido. México, Siglo XXI. 1988, 245 p.
- GIL OLIVO ,Ramón. Televisión y Cultura.. México, Universidad de Guadalajara, 1993, 327 p.

- GRAUSTIN ,M. Alonso, Et. Al. Los teleniños. Barcelona, Fontamara 13,  
1981, 345 p.
- LAMEIRAS , José , Et. Al. Medios y Mediaciones México, Universidad de  
Guadalajara, 1989, 116 p.
- OROZCO GOMEZ, Guillermo. Televisión y Producción de Significados..  
México, Universidad de Guadalajara, 1994, 80 p.
- PAGANO, Christian. Historia y Léxico de la Comunicación. Lima Perú,  
Universidad de Lima, 1988, 127 p.
- PASQUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Caracas  
Venezuela, Monte Avila Editores, 1990 , 615 p.
- QUIJADA SOTO , Miguel Angel. La televisión. México, Editorial Trillas,  
1991, 109 p.
- SALVAT. La Publicidad. (Biblioteca Salvat de Grandes Temas v. 69 )  
Barcelona, 1974, 141 p.
- \_\_\_\_\_ Las noticias y la información. (Biblioteca Salvat de Grandes  
Temas v. 9 )Barcelona, 1974, 141 p.
- \_\_\_\_\_ La sociedad de Consumo. (Biblioteca Salvat de Grandes  
Temas v. 54 ) Barcelona, 1974, 142 p.

- SALVAT La televisión. (Biblioteca Salvat de Grandes Temas v. 14 )  
Barcelona, 1974, 143 p.
- SANCHEZ RUIZ , Enrique. Medios de Difusión y Sociedad. México,  
Universidad de Guadalajara, 1992, 119 p
- \_\_\_\_\_ Teleadicción Infantil ¿ Mito o Realidad ?. México, Universidad  
de Guadalajara, 1989, 156 p.
- \_\_\_\_\_ Tendencias en la Investigación sobre televisión en México  
1950- 1990. México, Universidad de Guadalajara, 1992, 114 p.
- SEP. El proceso educativo y la sociedad contemporánea. Segundo  
encuentro Educar. México, 1993, 91 p.
- \_\_\_\_\_ La televisión educativa en México. México, 1985, 90 p.
- SILVA , Ludovico. Teoría y Práctica de la Ideología. 13a. edición  
México, 1984, 220 p.
- TORRES NOVOA , Carlos Alberto. Entrevistas con Paulo Freire.  
( Biblioteca Pedagógica v. 2 ) México, Editorial Gemika,  
1978, 108 p.
- \_\_\_\_\_ La praxis educativa de Paulo Freire. (Biblioteca Pedagógica  
v. 1 )México. Editorial Gemika 1978, 172 p.
- UPN. El niño aprendizaje y desarrollo. México, 1990, 224 p.

UPN. Expresión y comunicación. México, 1993, 294 p.

\_\_\_\_ Pedagogía Bases Psicológicas. México, 1990, 420 p.

\_\_\_\_ Problemas de Educación y Sociedad en México I. México, 1988,  
266 p.

VERA , Héctor. Mecanismos de Control Ideológico de los Medios de  
Comunicación en América Latina. México, Universidad de  
Guadalajara, 1984, 48 p.

WUEST SILVA, M. Teresa coord. Educación, comunicación y procesos  
sociales. México, Universidad Nacional Autónoma de México,  
1995, 403 p.