

Secretaría de Educación Pública

Universidad Pedagógica Nacional

Centro de Estudios de Licenciatura N° 20

"Maestro Raúl Isidro Burgos"

Puebla, Pue.

"Influencia Negativa de la Televisión en el Niño
de Edad Escolar"

- Tesis Profesional -



QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO
EN EDUCACION PRIMARIA

P R E S E N T A:

Rosa María Rueda Cruzado

PUEBLA, PUE.

1979,

DEDICATORIAS

A MIS PADRES:

Cuyo ejemplo de rectitud, perseverancia, te^zón -
y firmeza, serán venero en la jornada de mi existir.

Sr. Adolfo Rueda Villegas.

Sra. Josefina Cruzado de Rueda.

A MI ESPOSO:

Por su incalculable apoyo, que dió a mi afán de
superación, y cuya meta lograda es también su galardón.

Sr. Ausencio Cuayáhu^ítl Cervantes.

A MIS HIJAS:

Con el deseo, de que su futuro lo norme el anhe^o
lo incesante de elevar su espí^íritu hacia lo positivo.

Citlali Cuayáhu^ítl Rueda.

Elizabeth Cuayáhu^ítl Rueda.

Rosa María Cuayáhu^ítl Rueda.

INDICE

	Página
PROLOGO -----	1
CAPITULO I : MEDIOS DE COMUNICACION -----	3
1.1 Breve Historia de la Comunicación --	3
CAPITULO II AGENCIAS EDUCATIVAS -----	5
2.1 La Teoría Pedagógica-----	5
2.2 Agencias Educativas consideradas den tro de los problemas de la Organiza- ción y Administración Educativa.---	5
2.3 Sistemas de Educación.-----	6
2.4 Instituciones Educativas.-----	7
CAPITULO III INFLUENCIA DE LA TELEVISION.-----	10
3.1 Televisión Comercial.-----	10
3.2 Programaciones.-----	11
3.3 Teoría de los Efectos de los Medios- de Comunicación.-----	14
3.4 Cuadro resumen de la programación de un mes.-----	14
3.5 Análisis del Cuadro.-----	15
3.6 Tiempo Promedio de las Programacio - nes. -----	16
3.7 ¿ Es Negativa la Influencia de la Te levisión ? -----	18
3.8 ¿Es en su totalidad negativa la in - fluencia de la televisión en los ni- ños ?-----	20
CAPITULO IV PROBLEMA E HIPOTESIS.	
4.1 Planteamiento del Problema.-----	23
4.2 Hipótesis. -----	23

	Página
4.2.1. Estimula la Violencia.-----	23
4.2.2. Flata de Temas Culturales a Nivel del niño en Edad Escolar.-----	25
4.2.3. Asusta a los niños.-----	26
4.2.4. La Ubicuidad. -----	26
4.2.5. Presenta la Vida Real en Imágenes Dis torsionadas.-----	27
4.2.6. Es Absorvente.-----	27
CAPITULO V: COMPROBACION DE HIPOTESIS.	
5.1. Investigación de Campo.-----	28
CAPITULO VI : PROPOSICIONES.	
6.1. Creación del Hábito a la Buena Lectu- ra. -----	33
6.2. Impulso a la Creación de Bibliotecas- Circulantes.-----	33
6.3. Orientación para la Selección de Pro- gramas Televisivos.-----	33
6.4. Persuasión a las Autoridades Corres - pondientes. -----	33
6.5. Conclusión y Comprobación de Proposi- ciones.-----	33
CAPITULO VII CONCLUSIONES Y PROPOSICIONES EN GENE- RAL.-----	36
7.1. Propositiones.	
BIBLIOGRAFIA. -----	39

P R O L O G O

La televisión es el más pregonado y experimentado de los nuevos medios de comunicación masiva. Desde su primera aparición resultó evidente que los niños aprendían de ella.

Como medio de comunicación, la televisión puede desarrollar ciertas funciones en forma fácil y efectiva. La televisión puede amplificar imágenes, utilizando lentes comunes para agrandar las dimensiones de superficie de un objeto hasta cien veces más; utilizando aditamentos microscópicos, puede multiplicar imágenes proyectando la misma imagen en varias pantallas en forma simultánea, de modo que cualquier número de alumnos pueda ver una presentación determinada. Las pantallas de televisión se colocan a cierta distancia de la cámara, permitiendo transportar las imágenes hasta donde se encuentran los alumnos en todo el edificio, sistema escolar o a la nación. La exposición televisada combina imágenes uniéndolas en una pantalla dividida, agregando rótulos y títulos de identificación.

Finalmente la televisión puede almacenar imágenes mediante la grabación en videotape para reproducción inmediata o posterior.

Además la televisión crea ilusiones que ayudan a la comunicación de la enseñanza. El televisor mantiene la atención porque es una fuente de luz la pantalla, y la bocina una fuente de sonido. Imparte un sentido de cercanía como si lo que acontece estuviera sucediendo en ese mismo momento. La televisión logra la síntesis mediante la fusión de varios sucesos dispersos, en un total simultáneo y relacionado.

Con las características mencionadas acerca de la televisión, resulta alarmante no poder utilizar este medio como un aliado en la educación primaria.

El estudio que a continuación se presenta es de interés principalmente para padres y maestros porque nos da una idea de la importancia que tiene la televisión para los niños, de la asiduidad de éstos por ciertos programas, el tiempo que dedican a verla y sobre todo la forma de utilizar algunos programas para ampliar la educación y cultura de nuestros niños.

Como maestra me preocupa el tiempo que dedican los alumnos, a ver programas fútiles, cuyo tiempo bien podría conducirse por medio de la televisión a remediar en algo el subdesarrollo intelectual en que se encuentra nuestro país.

Agradezco a los profesores; Mercedes Rueda Cruzado, Ma. Elena Aída Rueda Cruzado, María González González, Martha Costales Romano, Martín Jonás de la Vega, Enrique Quiroz Pérez, Leopoldo Javier Grande Pérez, por su colaboración al permitir aplicar en sus grupos, los cuestionarios para el trabajo de campo.

Al Profr. Ausencio Cuayahuitl Cervantes, director de la Esc. Prim. Urb. Fed. "Tirso Sánchez Taboada" por su decidida colaboración en la investigación que realicé en dicha escuela.

Un respetuoso reconocimiento al Profesor Asesor Juan Manuel Zaldívar Orozco, por su intervención y dirección en el trabajo que se presenta.

CAPITULO PRIMERO

MEDIOS DE COMUNICACION

1.1 Breve Historia de la Comunicación.- Los científicos sociales han comprobado que todo ser humano necesita - de sus semejantes; vivir en sociedad es una de sus características.

Es en ésta y necesaria convivencia cuando el hom-bre aprende el uso de herramientas, a comunicarse y organizarse para vivir.

Dentro de la organización social se forman famili-as, hordas, tribus, clanes, pueblos, naciones, etc. Los mi-embros de cada una de ellas se ayudan entre sí para resol-ver problemas de alimentación, trabajo, salud, y cada gru-po busca contacto y comunicación con otros.

Los seres humanos han llegado al conocimiento de - ideas, técnicas, costumbres, a través de la comunicación ya que gracias a ella se enriquece la cultura. Su Historia es extensa, vemos su aparición cuando el hombre tiene la nece-sidad de enterarse y enterar, surgiendo los diversos medi-os de comunicación.

En épocas primitivas aparecen tambores, cuyo soni- do comunica un mensaje de triunfo o bienvenida. La pintura rupestre que comunica formas de vida prehistórica. Los Có-digos antiguos (Hammurabi, Azteca), cuyas leyes debían - cumplir todos.

En la Grecia Antigua surgen poetas y bardos cuyas historias de héroes y dioses van cantando y comunicando a quienes les escuchan.

Entre los Mexicanos, un Painani es el que comunica- alguna noticia. Los Códices cuya escritura y dibujos van a

enterarnos de diversos aspectos de los pueblos que los --
crearon.

Los juglares de la Edad Media, y los Copistas forman parte de la Historia de la Comunicación. Desde el Renacimiento la Imprenta fue el medio de Comunicación más --
usado y su importancia ha llegado hasta nuestros días. Durante el siglo XV, podríamos decir, que su uso es casi exclusivamente para la impresión de libros, más tarde se publican hojas de información, folletos, que se convierten en gacetas o pequeños periódicos. Durante el siglo XVIII, el cartel de propaganda, tuvo gran importancia durante la Revolución Francesa que, comunicaba canje o rescate de prisioneros o alguna proposición de los enemigos. Pero es --
hasta el siglo XIX, cuando ya aparecen verdaderos periódicos y revistas.

Paralelamente a este hecho surge el teléfono y el telégrafo, los medios de transporte son más rápidos, lo --
que favorece la comunicación, aún se tratase de seres que se encontrasen en lugares muy lejanos.

Cartas, periódicos, libros, revistas, llegan con --
más rapidez; las noticias circulan con facilidad y el mundo parece empequeñecer.

A principios del siglo XX, aparece el radio y el cine y a mediados del mismo, tenemos la televisión. Estos --
medios de comunicación masiva, junto con la prensa (Entendiéndose ésta como el conjunto de publicaciones, periódicos, revistas, folletos, etc.) rodean al niño influyendo en su personalidad.

CAPITULO SEGUNDO

AGENCIAS EDUCATIVAS.

2.1. LA TEORIA PEDAGOGICA.- Esta llama poderes educadores a las Agencias que más activamente influyen en la formación de las nuevas generaciones. La Familia, La Escuela etc. son las Agencias en las cuales y por las cuales la educación se realiza.

De entre éstas instituciones, hay algunas que ejercen de manera más significada una acción educadora destacando la Teoría Pedagógica cinco a saber:

- a).- La Familia.
- b).- La Escuela.
- c).- La Iglesia.
- d).- El Estado.
- e).- El trato social, la Educación Peri y Post escolar.

2.2 AGENCIAS EDUCATIVAS CONSIDERADAS DENTRO DE LOS PROBLEMAS DE LA ORGANIZACION Y ADMINISTRACION EDUCATIVA.- Francisco-Larroyo en su libro "CIENCIA DE LA EDUCACION" señala once problemas que se transcriben a continuacion.

- 1.- "La organización de la vida social"
- 2.- "Los sistemas de educación."
- 3.- Las instituciones Preescolares, escolares, peri-escolares, postescolares, y extraescolares"
- 4.- "Pedagogía Política y Política Pedagógica"
- 5.- "La Política educativa democrática."
- 6.- "Derecho y deber de educación"
- 7.- "La norma fundamental."
- 8.- "Las Leyes orgánicas de educación."

- 9.- Conceptos y tareas de la administración educativa.
- 10.- Formación de dirigentes y especialistas en educación.
- 11.- La escuela unificada.

De estos problemas trataré los señalados con los números 2 y 3 por ser los que se relacionan y sitúan a las Agencias Educativas motivo de estudio.

2.3. SISTEMAS DE EDUCACION.- El resultado de la Organización Educativa se manifiesta de manera completa en lo que se designa con el nombre de un Sistema de Educación Pública. Un sistema en general es un conjunto ordenado de cosas, ideas, instituciones. Un Sistema de Educación es el conjunto de las Instituciones Educativas de una Nación, jurídicamente reconocidas.

Tres son los componentes fundamentales de un Sistema Educativo:

- a).- Un conjunto de Agencias Educativas.
 - b).- Una Legislación Educativa o Política Educativa.
 - c).- Un conjunto de funcionarios encargados de atender las Agencias Educativas.
- a).- Agencias Educativas.- El Sistema de Educación, no sólo comprende las instituciones docentes que generalmente conocemos (Jardín de niños, Primaria, Secundaria etc.), sino también incluye los demás medios por los cuales puede propagarse la cultura, tales como; la Prensa la Radio, la Televisión etc.

b).- Legislación Educativa o Política Educativa.- Consta de un conjunto de normas que van a encauzar la --

Vida educativa del País y que la Administración Educativa haya a acatar y hacer cumplir.

c).- Refiriéndonos al inciso último, se afirma - que son los funcionarios, directivos y ejecutivos, los en cargados de atender las agencias educativas, vigilando y administrando la compleja red que éstas constituyen.

2.4. INSTITUCIONES EDUCATIVAS: Preescolares, Escolares, Periescolares, Extraescolares,- Las instituciones educati vas que forman parte de un sistema de educación, son múltiples y heterogéneas, debido a que, al correr el tiempo se han gestado bajo diversas circunstancias.

El punto de referencia para catalogarlas y com prenderlas, es la agencia de educación intensionada; La Es cuela.

La Familia es la base angular, la base de toda - formación, también es donde transcurre la primera infan-- cia. Pedagógicamente considerada responde a las exigenci-- as y necesidades que trae consigo la infancia.

El niño vive en absoluta dependencia respecto de-- la madre en los tres primeros años de su vida, durante -- los cuales adquiere el dominio de las reacciones vitales-- elementales y aprende a hablar. En esta época no influye-- el medio social, la familia constituye la totalidad de su ambiente y al través y por medio de ella inicia su rela-- ción con el mundo.

En los tres años siguientes, el niño amplía sus - horizontes y es capaz de dirigir por sí mismo sus relacio-- nes con el medio extra familiar. Al lado del hogar y para la segunda infancia (3 a 6 años), existen instituciones que imparten a los niños Educación intensionada, éstas --

Tratan de desenvolver sus aptitudes por medio del juego.

A la Escuela se le divide por el grado de enseñanza que imparte: Primaria, Secundaria, Superior etc. Y por el tipo de instrucción que se proporciona, sobre todo desde el nivel secundario: Escuelas Industriales, Agrícolas, Comerciales, de Bachilleres, Militares, etc.

Hay Instituciones de carácter educativo, vinculadas de manera directa a la Escuela y al servicio del bienestar físico y cultural del educando y son : Las Instituciones Periescolares o Circumescolares. Entre ellas figuran bibliotecas, internados, asociaciones juveniles, centros deportivos. Estas instituciones dada su finalidad, - reciben así mismo en nombre de Instituciones Complementarias de Educación.

Las instituciones Post-escolares, son agencias pedagógicas que vienen cronológicamente después de la educación puramente escolar. Están destinadas a personas que nunca pudieron disfrutar de enseñanza intencionada, así como, para personas preocupadas por ampliar su cultura.

Así encontramos dentro de las instituciones post-escolares, las campañas de alfabetización, las misiones culturales, etc.

Finalmente, todo Sistema de Educación ha de considerar la Educación Extraescolar, donde el individuo recibe fuera de la escuela una influencia permanente de la comunidad.

Através de muchas formas no escolares, el educando va adquiriendo actitudes del grupo social al que pertenece. Su círculo de vida, la prensa, el radio, la televisión, el cine, el teatro, influyen sobre él de manera vigorosa.

Sa. Aveces esta influencia, ya nociva o edificante viene a nulificar o a reafirmar los resultados y efectos de la educación intencionada.

La Ley Federal de Educación en su Capítulo II, - Artículo 15, señala que; " El Sistema Educativo Nacional comprende los tipos elemental, medio y superior, en sus modalidades escolar y extraescolar.

En estos tipos y modalidades podrán impartirse - cursos de actualización y especialización. "

CAPITULO TERCERO

INFLUENCIA DE LA TELEVISION.

3.1. Televisión Comercial.- David Ajzen W. y Nico --
lás Reyes⁺, hacen las siguientes consideraciones: estare-
mos preparando a los niños de hoy en día en una serie de
vagos, contempladores pasivos, perezosos mentales, sin -
capacidad crítica?, ¿ Será la televisión realmente tan -
dañina como dicen sus retractoros?

Debemos examinar algunos hechos; En primer lugar
resulta innegable que la televisión se ha incorporado de
finitivamente a nuestra cultura y ocupa un lugar prepon-
derante en la vía diaria de la vida de millones de perso-
nas, sobre todo, para quienes se encuentran entre los --
cuatro y diez años. También parece ser claro que, la te-
levisión no ha suplantado a otras formas de diversión, -
sino que constituye, un entretenimiento diferente al al-
cance de muchísima gente. También puede alegarse en fa -
vor de la televisión, que es el medio masivo que más se
utiliza con fines educativos y el que mejor acepta el pú-
blico con dicho carácter.

Debido a su prodigiosa capacidad de penetración-
en la mentalidad del público, la manipula, y es ahí, don-
de reside uno de los peligros más alarmantes y donde re-
cibe sus críticas más severas.

Cuando se habla de la televisión comercial, el -
primer riesgo es la presión y la deformación que ejerce-
sobre los niños, horas enteras de anuncios repetidos has-
ta el cansancio, porque ya se sabe que la repetición es-

(+) Revista Siete. Enero siete de 1976 volumen once #72.

Uno de los instrumentos más seguros de la publicidad; que a veces se interrumpe brevemente para incluir un paréntesis de programación.

Escuchamos los siguientes mensajes como: "Los únicos plumones que pintan son nuestros" " Para ir en onda a la escuela tienes que llevar nuestros cuadernos " " Es el juguete que te hará feliz ", aunque es probable que el -- precio lo haga totalmente inaccesible. " Dile a mami que te compre ", Los niños comenzaran a perder la voluntad, a doblegar sus gustos según la orientación de los anuncios.

En una palabra, comenzarán a enajenarse y aceptarán como ideales muchos valores de nuestra sociedad que, -- la experiencia nos ha revelado como falsos, por ejemplo:-- El creer que es un automóvil lo que decidirá la personalidad del individuo y no lo contrario o formar esa clase de asociaciones inexplicables, que relacionan una marca de -- casimir, a una rubia poco vestida o unos cigarrillos, con una excursión por Europa o alguna prenda de ropa con la -- conquista de la felicidad.

3.2. PROGRAMACIONES.- En segundo lugar, hay que referirse a esos efímeros paréntesis que, con cierta regularidad, suelen interrumpir los comerciales y que constituyen la programación. Sin entrar en detalles, ni en un deslinde de responsabilidades, debemos aceptar que, el consenso general es que por lo común las transmisiones dejan bastante que desear.

En gran parte están improvisadas, repiten a un -- mismo artista hasta acabar con él, siguen tan de cerca -- los mismos patrones dramáticos en cada programa, que en -- casi todas las series, basta con ver uno, para imaginar --

el resto. Carecen de un contenido profundo; profundo no significa solemne, sino capaz de despertar inquietudes, - avivar la imaginación, ofrecer al público otros planos por debajo de la superficie de una programación.

Para no alargar la lista, dejan ver en forma demasiado obvia, con las excepciones de rigor, que su finalidad no es entretener a la gente, ni invitarla a reflexionar, ni permitir que un artista utilice el medio para expresarse, sino servir de anzuelo, para que el público que de expuesto a lo otro, lo que sí interesa a los comerciantes, es decir, los anuncios.

La publicidad comercial, es uno de los fenómenos que demandan mayor estudio. En primer término, la presión que ejerce sobre el posible consumidor, responde únicamente al interés mercantil de quien la paga. Los hábitos de consumo que introduce en el público, son de hecho una violación a la libertad de elegir. En efecto, hace mucho tiempo que la publicidad de las grandes compañías ha dejado de ser un mero anuncio, para convertirse, en un instrumento de manipulación de la conducta. Las técnicas de publicidad, recurren cada vez más a disciplinas como la psicología, a fin de planear, científicamente, la manera de -- condicionar la respuesta del público, apelando a sus motivaciones subconscientes. Y así, adquirimos productos y usamos servicios; somos usados, pero la propia propaganda -- nos convence de que actuamos libremente. En un país pobre en el que la inmensa mayoría padece bajísimos niveles de vida, en un país de carencias elementales, la propaganda comercial impone pautas de consumo irracionales, obligando a comprar productos superfluos e inútiles, canaliza --

una parte del presupuesto doméstico, reducido, hacia gastos totalmente vanos, crea fechas simbólicas, en las que se --- vuelve necesario comprar (algo, cualquier cosa), y todo eso sólo para incrementar el ritmo de ventas de las empresas, - cuyas ganancias se fugan al extranjero.

Cabe señalar, que los niños son considerados, como - los grandes consumidores de los medios de comunicación so - cial. Entre las industrias norteamericanas importantes, se - encuentran compañías que deben la fama mundial de sus nom - bres, a la labor de la publicidad, entre ellas se encuen - tran: Motors, Kodak, Xerox, Coca Cola, etc. Estas industrias constituyen el corazón de la economía americana y ejercen - gran influencia en quienes la escuchan.

Convencer al público, de que adopte justamente esa - conducta cuesta. En 1965 se gastaron en México, en publici - dad, 2175 millones de pesos⁺.

Esa suma no se empleó en producir más, ni mejor, ni a menor precio, sino en convencer a los mexicanos, de que - una marca es mejor que otra o de que algún producto nuevo - es imprescindible. Se empleó en crearnos en hábito de no pe - dir un refresco, sino una Coca, de no pedir pañuelos dese - chables, sino Kleenex.

Los medios de difusión masiva, controlados por inte - reses materiales son caminos por los cuales se puede tran - sitar en sentidos muy diferentes, lo mismo contribuyen a -- crear la imagen ideal y positiva del "Modo de vida norteamer - icano ", que a justificar las guerras imperialistas o a -- ocultar y denigrar toda posición opuesta, y fabricar una --

+ Datos obtenidos de la Asociación Internacional de Publici - dad, citados por José Luis Ceceña revista "Siempre" No.674 25 de Mayo de 1966.

imagen de nosotros mismos, (y para nosotros mismos) que resulte en última instancia favorable a la situación de dependencia ante el imperialismo.

3.3. Teoría de los Efectos de los Medios de Comunicación.- Según esta teoría desarrollada por Lazarsfeld y Robert K. Morton el efecto de los medios de comunicación es el denominado por dichos autores con el nombre de "Función Narcotizadora ", que básicamente quiere decir, que el receptor es narcotizado (adormecido), por lo que ve en la televisión.

Robert afirma, que los medios de comunicación social, son efectivos para mostrarnos parte del mundo, que de otra manera, tendríamos pocas posibilidades de ver. Sin embargo, si la televisión presenta una imagen distorsionada, estereotipada o parcial, el receptor no puede comprobar la exactitud de la imagen, y por consiguiente adquiere una imagen falsa de lo que se le presenta, tenemos por ejemplo ; la idea que se hicieron varias generaciones acerca de África, basada en las películas de Tarzán.

Estos autores también afirman, que los medios de comunicación pueden reducir la importancia de acontecimientos, personas, hechos, simplemente por no presentarlos.

3.4. Cuadro Resumen de la Programación de un Mes.

3.5. Análisis del Cuadro.-- El cuadro que se presenta es un estudio que se hizo respecto al número de programas, -- que de acuerdo a nuestra clasificación transmiten los canales 2, 4, 5, 8, y 13. Abarca del primero al treinta de julio de 1977.

La clasificación que se presenta es clara con respecto al título que llevan los programas, con excepción de los programas irreales, cuyo título se debe a que sus temas llegan a lo increíble, a lo absurdo, como son aquellos que llevan por nombres: "Mujer Biónica", "Hombré nuclear", "Mujer maravilla" y otros.

En dicho Cuadro, nos damos cuenta, que el mayor porcentaje de programaciones son los que se refieren al renglón de películas, (15.3 %). En segundo término los noticieros (13.6 %), Y en tercer lugar los de carácter informativo (12.5 %).

En la investigación de campo, realizada por medio de cuestionarios⁺ aplicados a niños de 10 y 13 años, y en la encuesta realizada con padres de familia, nos damos cuenta que, los programas mencionados anteriormente, no interesan a nuestros niños, menos aún, los que llevan por título "Cultural a nivel universitario o secundaria", ya que debido a su contenido, escapan a la clara comprensión por parte de los niños.

Son los programas que tienen el 9.2 % (Irreales), y 10.0 % (Caricaturas), sumando hacen un 20 %, los que interesan a nuestros televidentes.

+

Se encuentran al finalizar el capítulo V.

3.6. Tiempo Promedio de las Programaciones.- Ahora ~~a~~ analicemos el tiempo promedio que la televisión dedica a -
éstos programas; Recurramos a la gráfica⁺ y fijemos nuestra
atención en el número de horas que se dedica a los progra-
mas que ven los niños diariamente; son siete horas para --
los programas irreales y seis horas para las caricaturas -
lo cual nos lleva a resumir, que el niño tiene abundante -
programación que le gusta, pues es un promedio de trece ho-
ras diarias, distribuidas en los canales ya mencionados y-
los cuales tiene el niño a su disposición.

+ Gráfica No. 1, que representa el número de horas que se -
dedica a cada programa.

La gráfica No. 2 nos muestra que son los programas irreales, caricaturas, jocosos y telenovelas los, que de un 80 a 100 % de niños ven diariamente, dedicando a estos programas un total de 19.5 horas diarias. (Gráfica 1)

Analizados los datos anteriores, hacemos las siguientes conclusiones: 1o. Los niños sentados frente al televisor pasan de 3.5 a 4.5 horas diarias (datos obteni⁺dos del cuestionario No. 1, representados en la gráfica No. 3), captando, percibiendo, asimilando programas donde se recurre a la violencia, a situaciones totalmente fuera de lo normal, a héroes forjados a base de irrealidades, y lo que me parece de una preocupación mayor todavía es que no hay otros programas adecuados a los niños.

2o.- Tampoco hay programas en donde se haya pensado transmitir al niño, en forma sistemática, cultura o conocimientos que coadyuven a su formación integral.

(+) Gráfica que representa el número de horas diarias que los niños ven televisión, datos obtenidos en la investigación de campo, con el cuestionario No. 1.

3.7.¿ Es negativa la influencia de la televisión?-- Los medios modernos de comunicación, funcionan como fuerzas sociales, culturales y educativas, dentro y fuera de la escuela, afectando la actuación y la importancia tanto de los maestros como de los alumnos. El mismo esparcimiento de los medios de la sociedad contemporánea, tiende a ocultar la naturaleza de su poder, pero se puede lograr una comprensión de esta fuerza, observando los efectos de los medios, en nuestras relaciones y experiencias cotidianas.

Aunque la televisión cuenta con magníficos recursos para instruir, fomenta la ignorancia de los niños, la pasividad malsana, y la conformidad peligrosa.

¿ Qué esfuerzo debe desplegar un niño que asiste a un programa de aventuras ?, ¿ Qué espíritu crítico despierta, el contemplar conflictos resueltos por un beso, --+ apretón de manos, o lo que es peor por un revolver ?.

Veamos lo que algunos autores han investigado al respecto.

Eleanor Maccoby, autora de numerosos artículos sobre los niños y la televisión, en su libro; "Patrones para la Educación del niño ", hace las siguientes observaciones

Abrumadoramente, los niños eligen ver programas -- que divierten más bien que los que educan. Sus programas favoritos son caricaturas, aventuras del oeste, dramas de animales y crímenes, así como comedias de situaciones familiares.

La misma autora, cita los estudios efectuados por Ivar Lovaas, quien se propuso descubrir si las historietas cómicas que presentaban peleas como tema principal, hacían

+Libro "La Ciencia de la Comunicación Humana" Cap. 9 página, 127.

que los niños se sintieran más agresivos o menos agresivos después de ver la historieta. Mostró un programa agresivo a un grupo de niños y material no agresivo a otro grupo.

Inmediatamente, después de ver la historieta, se dio a cada niño a elegir entre dos juguetes para su entretenimiento; uno de ellos era un juguete agresivo. Si el niño movía una palanca que activaba el juguete agresivo, haría que dos muñecos se golpearan en la cabeza. El otro juguete que podía elegir un niño, tenía figuras de muñecos que no se golpeaban.

Los niños que habían seguido la historieta cómica-agresiva, mostraron una tendencia a jugar con el juguete agresivo inmediatamente después, mientras que los niños -- que vieron la historieta no agresiva, prefirieron el juguete no agresivo. Este descubrimiento sugiere que la vista de programas agresivos sirve para estimular en cierto grado -- los impulsos agresivos de los niños.

Menciona la autora, que otro estudio efectuado -- por Paul Mussen y Eldred Rutherford, mostró que los niños -- que acababan de ver una historieta cómica de animales agresivos en la televisión, se encontraban más inclinados a -- adoptar un juego destructivo, que involucraba reventar balones, en comparación con niños que no habían visto las -- historietas.

Estos estudios sugieren ciertas cosas: En primer lugar, la observación de episodios agresivos en la televisión sirve para estimular sentimientos agresivos en el espectador. En segundo lugar, los niños aprenden mientras siguen el espectáculo, ya que cuando han sido presentados -- con condiciones apropiadas más tarde, llevarán a cabo las --

mismas acciones que vieron en la pantalla.

Más recientemente, Alberta Seigel, mostró que los niños podían formarse una imagen estereotipada de lo que eran los taxistas, como grupo, como consecuencia de ver un programa en el cual un conductor de taxi representaba un papel especial.

Otra observación de la misma autora, es la siguiente; Además, entre un grupo de niños que han elegido ver un programa dado, algunos indudablemente serán más susceptibles que otros a su influencia, los niños difieren en cuanto al elemento de un programa que cautiva su atención más estrecha y en cuanto a los detalles que recuerdan. Así --- pues, en cierto sentido, la influencia de la televisión es única para cada niño.

Estos estudios van a confirmar lo que a través de las hipótesis se va a afirmar, sobre los efectos e influencia de la televisión.

3.8. ¿Es en su totalidad negativa la Influencia de la Televisión en los niños?.- Al hacernos esta pregunta, responderemos indudablemente que no,

Analizaremos en primer término cómo influye este medio de comunicación masiva en el lenguaje. Eleanor Maccoby afirma: Se ha comprobado que la televisión es una experiencia estimulante para los niños que tienen acceso a la misma durante los años preescolares, pues han llegado a la escuela con un vocabulario más rico que aquellos niños que no tienen las experiencias que da la televisión.

Pero esta diferencia de vocabulario desaparece --- pronto, bajo el efecto de la educación escolar de manera -

que, parece que el ímpetu inicial que da la televisión al aprendizaje del lenguaje no constituye una ventaja duradera.

Sin embargo habremos de admitir, que el niño escucha y recibe continuamente una serie de pensamientos, contextos, e ideas; que influyen en su lenguaje, ya aprendiéndose de memoria los anuncios, ya repitiendo lo que tal o cual personaje dice, etc. Viniendo todo esto a influir directamente en su lenguaje, ya modificándolo, aumentándolo o bien ampliándolo.

Podemos aducir también que la televisión aviva la imaginación del niño, aunque en la mayoría de los casos, como ya anteriormente hemos dicho la limita.

También diremos que la televisión es el medio más ameno y rápido por el cual el niño se entera, conoce, observa, aspectos que de otra manera le sería casi imposible conocer, habremos de comentar al respecto, por ejemplo:

Costumbres de otros pueblos, diversas personalidades, la vida animal y vegetal, una nave espacial etc. Y --unido a este punto se puede agregar algo más: Abre y amplía el horizonte geográfico mostrando en toda su amplitud lugares, países, continentes, los cuales tal vez jamás podrá ver en realidad.

Eleanor Maccoby afirma al respecto: Así pues, vemos que aún cuando los niños rara vez observan programas educativos, están siendo educados, sin embargo, en cierto sentido por los programas de diversión que observan.

Esto es, aprenden cosas de estos programas, acerca de la forma en que se comporta la gente, en una variedad de situaciones, y bajo condiciones apropiadas intentarán ----

estas acciones ellos mismos.

Podemos asociarlo o relacionar lo anteriormente dicho por la autora mencionada, cuando en la televisión los niños observan situaciones de cortesía, urbanidad, honradez y una serie de buenas costumbres que influirán positivamente en su conducta.

CAPITULO CUARTO

PROBLEMA E HIPOTESIS

4.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.- ¿ES NEGATIVA LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LOS NIÑOS DE EDAD ESCOLAR?

Como respuesta al problema arriba mencionado, formulo las siguientes hipótesis mediante las cuales afirmo la influencia negativa de la televisión, en los niños de edad escolar -- niendo como antecedente, los estudios expuestos en el capítulo tercero.

4.2. HIPOTESIS.

4.2.1. ESTIMULA LA VIOLENCIA.- Un estudio realizado por -- Erón Lefkowitz, Huesmann y Walder, durante 10 años, concluye -- que: La contemplación de la violencia en la televisión durante los primeros años de vida de los niños, influye en la conducta agresiva de los mismos.

En esta investigación no se afirma, que haya sido el único factor que influya en la agresividad, pero sí, es un factor causal de la misma. Además parece más importante que aquellos como; el grado de inteligencia, el estrato social, la religiosidad, la falta de armonía paterna. Encontramos casos de niños, que no distinguen los linderos entre la fantasía y la realidad. Frecuentemente, los conflictos se resuelven por la agresión. Otro estudio muestra que los niños expuestos a películas de violencia, no cambian sus opiniones acerca de la inmoralidad de tal conducta, sino que, la recuerdan en tiempo de conflictos, para solucionarlos por medio de la violencia.

Otro estudio señala que, cuando un villano tiene un --

éxito relativo, los niños se identifican fácilmente con él y quieren ser como él, más que identificarse con el héroe-moral pero débil. Los finales que incluyen la moraleja de-que, el crimen no tiene buenos resultados no inhiben la agresión.

La conclusión que se desprende de los estudios citados, es que el niño quiere ser más bien como el villano fuerte, que como el héroe débil, y consiguientemente un final ético no neutraliza la influencia negativa del villano fuerte y atractivo.

Anexo un artículo el cual respalda esta hipótesis.
(Periódico "El Herald de México", 4 de mayo de 1978.)

DEMANDAN POR 25 MILLONES DE DLLS. A TRES CADENAS
TELEVISIVAS DE E.U.

Los Padres de un niño, Homicida después de ver a --
" KOJAK "

MIAMI, E.U. (AFP).-- El problema de la violencia en la televisión ganó nuevamente la actualidad en Estados Unidos después que los padres de un niño de 15 años de origen cubano, condenado a perpetuidad, exigieron a los tres grandes canales de televisión norteamericanos una indemnización de 25 millones de dólares.

Los padres del niño Rony Zamora, condenado por el asesinato de una anciana de 82 años, alegan que su hijo se vio impulsado al crimen por un programa policial, la serie "Kojak", de la que era un fanático.

El niño, indicó el abogado de los padres del joven cito, se inspiró para cometer su asesinato en un programa que vio precisamente la víspera del crimen, y cuyo argumento llevó a la realidad con trágicos resultados.

El joven llegó a extrañarse que la anciana no gritase, cuando la atacó, como la actriz de la televisión, admitió ante el juez de instrucción.

Desde los cinco años, el joven Ronny vio entre -- cuarenta mil y cincuenta mil escenas de destrucción semejantes a aquella que lo impulsó al asesinato, estimó el -- abogado defensor.

El último año, una investigación de la Asociación Norteamericana de Medicina (AMA) indicó que un norteamericano medio tiene encendido su receptor un promedio de seis horas diarias.

4.2.2. FALTA DE TEMAS CULTURALES A NIVEL DEL NIÑO EN EDAD ESCOLAR.- Cada media hora, o cada hora, los canales ofrecen programas que van desde documentales, comedias, noticieros películas y otros.

En un día tomado al acaso (1o. de Julio de 1977) aparecían los siguientes programas:

CANAL 2

Cinco noticieros.
Seis telenovelas.
Tres jocosos.
Dos películas.

CANAL 4

Seis documentales.
Dos noticieros.
Un policiaco.
Tres musicales.
Dos películas.

CANAL 5

Tres noticieros.
Dos irreales.
Uno cultural nivel secundaria.
Tres policiacos.
Cuatro caricaturas.
Tres películas.

CANAL 8

Un irreal.
Ocho culturales nivel universitario.
Tres caricaturas.
Dos películas.

CANAL 13

Dos Comedias.

Dos Programas Irreales.

Un Programa Policiaco.

Una Caricatura.

Dos Películas.

Los Comerciales de insulsas melodías y que, abusan constantemente de estímulos sexuales, invaden la pantalla a cada momento por ejemplo: Cuando cierta artista anuncia su espectáculo, o bien una chica en bikini anunciando una línea de pantalones o una marca de coche, etc.

4.2.3. ASUSTA A LOS NIÑOS.- Es verdad que cierto tipo de violencia no los espanta, como cuando se le presenta en las caricaturas o bien en una película de vaqueros, pues presienten de entemano lo que va a suceder.

Pero otras situaciones ciertamente encienden el miedo en sus mentes, como cuando las situaciones les recuerdan sus propios temores, como la soledad, el alejamiento de sus padres o la oscuridad.

Por desgracia algunos programas explotan estos temas: Un cuarto oscuro, la sombra siniestra, el cadáver ensangrentado, el daño al personaje con el cual se identificaron; infunden terror al niño que irá a dormir con tales imágenes, las cuales proyectará durante el sueño.

4.2.4.. LA UBICUIDAD.- Otra de las amenazas de la televisión es su ubicuidad (Sitúa o instala en determinado lugar). Hay demasiada desde muy temprana edad, pero desgraciadamente la televisión la perpetúa. Si la madre perspicaz fomenta en el niño la seguridad en sí mismo, su independen-

cia y la tendencia a la actividad, la televisión atiza tendencias opuestas.

4.2.5. PRESENTA LA VIDA REAL EN IMAGENES DISTORSIONADAS.- Ciertamente la perspectiva del mundo de los adultos, que se abre ante el niño, es muy restringida. La televisión, introduce en este aspecto ignorado por él. Pero el mundo de este espectáculo, se compone con demasiada frecuencia de mujeres provocativas, padres alcohólicos, pillos simpáticos, bandidos que continuamente se burlan de las autoridades o de la policía por ejemplo: "La Mujer Maravilla", " Chucho el roto"

De vez en cuando trasmite lecciones tan pobres como: "No tengas a menos a tus amigos", "No creas todo lo que se te dice", "El que la hace lapaga", es obvio que esta imagen parcial y fragmentaria, produce azoramiento y confusión en la mente de los niños.

4.2.6. ES ABSORVENTE.- Se afirma que es absorbente, porque se apodera de ojos y oídos, aprisionando la atención de los espectadores, además de que se encuentra cómodamente al alcance de la mano.

Estas hipótesis serán comprobadas en el capítulo V- mediante la investigación de campo.

CAPITULO QUINTO.

COMPROBACION DE HIPÓTESIS

5.1. Investigación de campo.- Esta investigación confirma lo que sostienen las hipótesis.

Se aplicaron dos cuestionarios (Documentos que se anexan al presente capítulo), a 400 niños de escuelas tipo urbano, cuya edad promedio va de los 10 a 13 años, obteniendo los siguientes resultados:

Por medio de las hipótesis sostengo que la televisión fomenta: La ignorancia, la pasividad, la ubicuidad, la conformidad, estimula la violencia, asusta a los niños cuando las situaciones les recuerda sus temores, manipula la mentalidad infantil, presiona y deforma los conceptos.

Al preguntárseles a los niños que tema elegirían de los siguientes:

Un encuentro a balazos.

Se desintegra la familia.

Unas caricaturas.

El 70 % se inclinó por las caricaturas.

El 25 % se inclinó por el encuentro a balazos.

El 5 % se inclinó por ver se desintegra la familia.

Esto nos indica o confirma que, cuando se trata de temas, cuyas situaciones les recuerdan sus temores, sienten aversión por ellos y si tienen oportunidad de escoger, eligen otros. Estas situaciones las encontramos en las telenovelas que, explotan estos temas, ocupando un cuarto lugar en la preferencia de los niños.

También nos percatamos que los programas que se lo-

colizan con el nombre de irreales, favorecen altamente la violencia, debido a que, su contenido se basa en la solución de crímenes, robos, asaltos y todo tipo de fechorías, cuyos héroes hacen alarde de sus cualidades que en forma descomunal poseen. (Hombre Nuclear", "Batman" etc.)

Y son estos programas los que cuentan con el 100 % de televidentes motivo de estudio. En el cuestionario aplicado, todos y cada uno de los niños los mencionaron citando de dos a cuatro programas de éste tipo. En algunos casos, es alarmante esta influencia como lo demuestra el documento -- que se anexa, ^{† respuesta a} (cuestionario 2) en el cual una niña de 13 años de 5o. grado, manifiesta su aspiración por llegar a -- ser igual que la Mujer Maravilla, lo que nos lleva a otra hipótesis comprobada, la que se refiere cuando mencionamos que se Distorciona la imagen de la vida, creando en la mente de algunos niños falsos conceptos.

Cuando preguntamos a los niños por cual refresco se inclinarían a comprar, sus respuestas fueron las siguientes:

- a).- Marca desconocida: 5 %.
- b).- El más costoso: 10 %.
- c).- El que anuncian en la televisión: 85 %.

Además de lo expuesto anteriormente, hay otras respuestas que nos dan a conocer la forma en que se manipula la mentalidad del público, con caracteres mercantilistas, es la muestra que se obtuvo cuando nos dicen los niños que, de los anuncios que recuerdan e inclusive sabe de memoria son precisamente los que anuncian refrescos.

En cuanto a la Conformidad y Pasividad que fomenta la televisión en el niño, la percibimos al informarnos él -- (+) Se anexa al final del presente capítulo.

mismo, que lo más agradable es el hecho que ~~rolle~~ cuesta -- trabajo, ni hace esfuerzo alguno al verla. (80 % de res -- puestas coincidieron con ésta.) A la vez admite que no realiza actividad alguna, sólo está Atento.

Y así, Pasivo, Conforme, Quieto, recibe imágenes, -- hechos monótonos y repetidos que hacen de él un ser estático, en lugar de mentes inquietas conducidas a la creativi -- dad.

Afirmo que fomenta la ignorancia, basándome en el -- hecho tangible que obtuve en las respuestas del cuestionari -- rio 1, recabando el promedio de horas que ven los niños la -- televisión, y teniendo como resultado, Cuatro horas[†], lamen -- tablemente ocupadas en ver programas muchas veces repetidos temas tratados hasta el hastío, mujeres y hombres creados y elevados a la calidad de héroes repiten sus falsas hazañas, pero que ante los ojos de los niños parecen ciertas, dibu -- jos animados con diversas historias cuyo final nunca varía.

Esto nos lleva a afirmar una y otra vez que la televisión fomenta la ignorancia.

Otra pregunta de nuestro cuestionario, se refiere -- al motivo por el cual consideran interesantes o importantes los programas ya mencionados; las respuestas fueron:

- a).-- Por sus actos increíbles. 50 %.
- b).-- Porque les hacen reir. 40 %.
- c).-- Porque los entretienen. 10 %.

Si reflexionamos en el contenido de estas respues -- tas, podemos juzgarlas como carentes de importancia, como -- es lógico que sean, ya que los programas también carecen de importancia.

† Ver gráfica No. 3 que aquí se anexa.

Entre los personajes que les gusta imitar, se encuentran exclusivamente los jocosos. (Chavo, Capulina, Cepillín, Chapulín Colorado etc.) en un 100 %.

A la pregunta:

¿ De las personas que salen en la televisión cual te gustaría ser?

- a).- Los que usan pistolas.
- b).- Los que hacen reír.
- c).- Los que hablan de la familia.

Manifestaron lo siguiente:

- a).- Los que hacen reír un 80 %.
- b).- Los que usan pistolas un 15 %.
- c).- Los que hablan de la familia un 5 %.

Podemos concluir, acerca de estos puntos, que los personajes que admiran o quisieran ser, no son de manera alguna fuente de inspiración, ni modelos a imitar por los niños.

En esta forma se fortalece la posición que se adopta al hablar de la influencia negativa de la televisión. +

Por lo que se refiere al Cuestionario - Entrevista - realizados con los padres de familia (200 en total), corroboran lo expresado por sus hijos:

1.- Están de acuerdo en que los programas que más gustan a sus hijos son los ya mencionados.

2.- También manifiestan que el promedio de horas diarias que los niños ven televisión va de 3.5 a 4.5 horas

3.- Refiriéndose a la pregunta: ¿ La televisión influye en la conducta de sus hijos ? Las respuestas fueron las siguientes:

+ Documento que se anexa al finalizar el presente capítulo.

El 5 % de padres afirman: Que sí influye la televisión en la conducta de sus hijos, pero no explican en que forma (Juzgo que esta actitud se debe al bajo nivel cultural que poseen.)

El 85 % dice que influye negativamente, pues el tiempo que debían dedicar sus hijos al estudio la pasan frente al televisor.

y un 10 % expone las siguientes razones por las cuales creen que es positiva.

- a).-- Los niños están en casa.
- b).-- Es una forma de mantenerlos quietos.
- c).-- Hacen menos travesuras.

Es obvio afirmar que, quienes tienen la razón, son los padres que indican que, la televisión es negativa, por la forma en que absorbe la atención y el tiempo de los niños.

A la pregunta: ¿ Cree que los programas que ven sus hijos (Chavo, caricaturas, Hombre Nuclear, Mujer Maravilla Túnel del Tiempo etc.) fomentan la ignorancia de sus hijos?

La respuesta fué en un 90 % afirmativa. Deseando -- los padres de familia que hubiese programas enfocados a elevar el nivel cultural de sus hijos.

Cuestionario

una programación cuyos temas principales son los siguientes ¿Cuál elegiría?

1.- Un encuentro a balazos.

2.- Se desintegra la familia, mamá y papá se separan.

3.- caricaturas

las personas que salen en televisión ¿cuál te gustaría ser?

1.- Los que usan pistola para resolver sus problemas.

2.- Los que hacen reír

3.- El héroe derrotado.

trata de que compres un refrigerador, por cuál te decidirías.

1.- Uno de marca desconocida

2.- El que anuncian por la televisión.

3.- El mas costoso.

ando ves televisión que tipo de actividad realizas?

1.- Ninguna

2.- Estoy atento

3.- juego

gusta ver televisión porqué?

1.- No te cuesta trabajo verla

2.- te cuesta mucho trabajo

3.- Estoy atento

¿jugaras a imitar a los personajes que salen en televisión por cual te decidirías.

1.- Detectives

2.- Policía

3.- El hombre nuclear

4.- La mujer maravilla

1.- Un encuentro a valizas

2.- Se desintegra la familia porque
mama y papa se separan

3.- Unas caricaturas

2.- Se trata de que compres un refresco
por cual te decidirías?

1.- Uno de marca desconocida

2.- El que haz visto que anuncian en
la T.V.

3.- El más costoso

3.- Cuando vez T.V. ¿Que tipo de actividades
realizas?

1.- ninguna

2.- Estas atento

3.- Jugar

4.- ¿Te gusta ver la televisión? ¿por que?

1.- No te cuesta trabajo verla

2.- Te cuesta mucho trabajo

3.- Estas atento

5.- De los personajes que salen en la
T.V. ¿cual te gustaria ser?

1.- El que saca una pistola para
resolver un problema.

h

3- cuando ves T.V. que tipo de actividad realizas

1 viendo

2 estas cosas

3 juegos

4- te gusta ver la T.V. que por

1 no te cuesta trabajo verla

2 te cuesta mucho trabajo

3 estas cosas

5- de los personajes que ves en la T.V. cual te gustaria

1- el que sea para resolver un problema

2- el que hace reir

3- el heroe de la vida

6- si jugaras la imitar a las personas que salen en la T.V.
por cual te decidiras

1 los de la T.V.

2 los policas

3 el hombre misterioso

4 la mujer maravilla no gustaria ser.

7- el tiempo en la vida depende de los segundos que uno compra
este es un comercial, segun tu criterio esto es

1 cierto con

2 falso

3 puede llegar a ser cierto

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.

SUBSECRETARIA DE EDUCACION BASICA.

C.E.L. No.20 " MAESTRO RAUL ISIDRO BURGOS "

PUEBLA,PUE.

CUESTIONARIO No. 1

FINALIDAD.- Conocer la frecuencia con que ven sus programas de televisión favoritos, motivo por el que les gustan tiempo que dedican a ver televisión, artistas que admiran y que piensan acerca de los comerciales.

Lugar y fecha en que se aplicó. PUEBLA PUE, MARZO DE 1978.

Nombre del aplicador. PROFRA. ROSA MA. RUEDA CRUZADO.

Nombre del encuestado. ALUMNOS DE 4o. 5o. y 6o. GRADO.

Clave de la escuela. 2113117 Nombre " TIRSO SANCHEZ TABOADA "

Ubicación. COL. IGNACIO ZARAGOZA, PUEBLA, PUE.

Clave de la escuela. 2139429 Nombre " DR. GONZALO BAUTISTA "

Ubicación. COLONIA IGNACIO ZARAGOZA, PUEBLA, PUE.

Clave de la escuela. 237537 Nombre " O. N. U. "

Ubicación. 30 NORTE No. 3208.

Clave de la escuela. 2101657 Nombre " LIC. VICENTE LOMBARDO T. "

Ubicación. DIAGONAL DEFENSORES DE LA REPUBLICA s/n.

CUESTIONARIO No. 1.

INDICACIONES: Reflexiona un momento, antes de escribir lo que a continuación se te pide.

- 1.- ¿ Qué programas te gustan ?
- 2.- LOS programas que más seguido ves tratan de: Deportes-
noticias, telenovelas, Capulina, El Chapulín colorado,
culturales?
- 3.- ¿ Cuáles te parecen más interesantes o importantes ?
- 4.- ¿ Porqué te lo parecen ?
- 5.- ¿ Qué tiempo dedicas a ver televisión ?
1 hora. 2 horas. 3 horas. Más tiempo.
- 6.- ¿ Cuáles son los artistas de tus programas favoritos ?
- 7.- ¿ Porqué admiras al artista (s) que mencionaste ?
- 8.- ¿ Qué anuncios te gustan más ?
- 9.- ¿Cuál es el comercial que aparece con mayor frecuencia ?
- 10.-¿ Recuerdas alguno ? Escríbelo.
- 11.-¿ A cuál de los artistas que ves en la televisión te gusta imitar.?

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.

SUBSECRETARIA DE EDUCACION BASICA.

C.E.L. No. 20 " MAESTRO RAUL ISIDRO BURGOS"

PUEBLA, PUE.

CUESTIONARIO No. 2

FINALIDAD.-Através de éste cuestionario se conocerá la programación televisiva que más agrada a los niños, los personajes y artistas con quienes se identifican, así como la influencia psicológica de los comerciales.

Lugar y fecha en que se aplicó. PUEBLA, PUE. MARZO DE 1978.

Nombre del aplicador. PROFRA. ROSA MA. RUEDA CRUZADO.

Nombre del encuestado. ALUMNOS DE 4o. 5o. y 6o. GRADO.

Clave de la escuela. 2113117 Nombre "TIRSO SANCHEZ TABOADA"

Ubicación. COL. IGNACIO ZARAGOZA PUEBLA, PUE.

Clave de la escuela. 2139429 Nombre " DR. GONZALO BAUTISTA "

Ubicación. COL. IGNACIO ZARAGOZA PUEBLA, PUE.

Clave de la escuela. 2101657 Nombre LIC. VICENTE LOMBARDO T. "

Ubicación. DIAGONAL DEFENSORES DE LA REPUBLICA s/n.

Clave de la escuela. 2375377 Nombre " O. N. U. "

Ubicación. 30 NORTE No. 3208.

CUESTIONARIO No. 2

INDICACIONES: De las cuestiones enumeradas subraya solamente aquella con la que estés de acuerdo.

De una programación cuyos temas principales son los siguientes ¿Cuál elegirías ?

- 1.- Un encuentro a balazos.
- 2.- Se desintegra la familia, mamá y papá se separan.
- 3.- Caricaturas.

De las personas que salen en televisión cuál te gustaría -- ser ?

- 1.- Los que usan pistola para resolver sus problemas.
- 2.- Los que hacen reír.
- 3.- El héroe derrotado.

Se trata de que compres un refresco, por cuál te decidirías

- 1.- Uno de marca desconocida.
- 2.- El que anuncian por la televisión.
- 3.- El más costoso.

Cuando ves televisión qué tipo de actividad realizas ?

- 1.- Ninguna.
- 2.- Estás atento.
- 3.- Juegas.

Te gusta ver televisión porqué ?

- 1.- No te cuesta trabajo verla.
- 2.- Te cuesta mucho trabajo.
- 3.- Estás atento.

Si jugaras a imitar a los personajes que salen en televisión, por cuál te decidirías ?

- 1.- Detectives.
- 2.- Policías.
- 3.- El Hombre Nuclear.
- 4.- La Mujer Maravilla.

¿Cuál es el motivo por el que consideras interesantes o importantes, los programas que te gustan (irreales, jocosos - telenovelas) ?

- 1.- Por sus actos increíbles ?
- 2.- Porque te hacen reír.
- 3.- Porque te entretienen.

" El triunfo en la vida, depende de los zapatos que uno -- compra ". Este es un comercial, según tu criterio esto es:

- 1.- Cierto.
- 2.- Falso.
- 3.- Puede llegar a ser cierto.

~~~~~

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.  
SUBSECRETARIA DE EDUCACION BASICA.  
C.E.L. No. 20 "MAESTRO RAUL ISIDRO BURGOS"  
PUEBLA, PUE.

CUESTIONARIO No. 3

FINALIDAD.- Este cuestionario tiene como finalidad, comprobar las proposiciones que se presentan, para ayudar a disminuir en el niño, la influencia negativa de la televisión.

Lugar y fecha en que se aplicó. PUEBLA PUE. MARZO DE 1978.

Nombre del aplicador. PROFRA. ROSA MA. RUEDA CRUZADO.

Nombre del encuestado. ALUMNOS DE 4o. , 5o. , y 6o. AÑO.

Clave de la escuela. 2113117 Nombre "TIRSO SANCHEZ TABOADA"

Ubicación. COLONIA IGNACIO ZARAGOZA, PUEBLA PUE.

Clave de la escuela. 2139429 Nombre "DR. GONZALO BAUTISTA"

Ubicación. COLONIA IGNACIO ZARAGOZA PUEBLA, PUE.

Clave de la escuela 237537. Nombre "O. N. U."

Ubicación. 30 NORTE No. 3208.

Clave de la escuela. 2101657 Nombre "LIC. VICENTE LOMBARDO T"

Ubicación. DIAGONAL DEFENSORES DE LA REPUBLICA s/n.

INDICACIONES.- Elige y subraya la respuesta con la que estés de acuerdo.

1.- El tiempo que ocupaste en leer lo que se te sugirió a -- que lo dedicabas antes?

a).- Ver televisión.      b).- A jugar.      c).- A trabajar.

2.- El haberte facilitado libros de la biblioteca circulante para estudiar los temas que se te indicaron, te pareció?

a).- Aburrido.      b).- Interesante.      c).- De poca importancia.

၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆၄၆

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.

SUBSECRETARIA DE EDUCACION BASICA.

C.E.L. No. 20 " MAESTRO RAUL ISIDRO BURGOS"

PUEBLA, PUE.

CUESTIONARIO-ENTREVISTA

FINALIDAD.- Estas Técnicas de Investigación Social, serán aplicadas a padres de familia, para conocer los programas que más agradan a sus hijos, el tiempo que dedican a ver televisión y su criterio acerca de la influencia de la misma.

Lugar y fecha en que se aplicó,- PUEBLA, PUE. MARZO DE 1978.

Nombre del aplicador. PROFRA. ROSA MA. RUEDA CRUZADO.

Nombre del encuestado. PADRES DE FAMILIA.

- a).- Tiempo que dedican sus hijos para ver televisión.
- b).- Los programas que gustan más a sus hijos.
- c).- ¿Creé usted que la televisión influye en la conducta de sus hijos?
- d).- ¿Creé usted que tiene algo de positivo para sus hijos la televisión?
- e).- ¿Porqué lo creé así?
- f).- ¿Piensa usted que los personajes de caricaturas, personajes irreales, (Hombre Nuclear, Mujer Biónica) bandidos, policías, detectives etc. Fomentan de alguna forma la ignorancia en sus hijos.?

## CAPITULO SEXTO

### PROPOSICIONES

A continuación hago cuatro proposiciones, que a mi juicio ayudan a decrecer la influencia negativa de la televisión.

6.1. a).-- Creando el hábito de la buena lectura en el niño, disminuirá el tiempo que dedica a ver televisión.

6.2. b).-- Impulsando la creación de bibliotecas circulantes en la primaria, éstas facilitarán al alumno la lectura de buenos libros.

6.3. c).-- Si se orienta al niño para que seleccione los programas televisivos, adquirirá información y cultura.

6.4. d).-- Si se persuadiese a las autoridades correspondientes la necesidad de establecer programas culturales a nivel de los niños de primaria, - la televisión ayudaría a elevar el nivel intelectual del escolar.

6.5. Conclusión y Comprobación de Propositiones. La proposición que se refiere a la creación del hábito a la buena lectura en el niño, resultó comprobada al confirmar que el tiempo que dedicaban a ver televisión, lo emplearon en leer los libros de la biblioteca circulante que se les facilitó.

Hago la observación de que el medio donde se realizó la investigación, es relativamente bajo el número de --- alumnos que tienen en su hogar, libros adecuados a sus intereses y necesidades, además que no hay bibliotecas en la comunidad.

Debo hacer notar que el tiempo promedio que anteriormente dedicaban los niños a ver televisión, ( 3.5 Hs. a 4.5 Hs. ) se redujo a 2 Hs. ó 3.5 Ha. En un 70 % de los alumnos, el 20 % se dedicó a jugar y por lo tanto no vio televisión, y el 10% restante trabaja por las tardes motivo por el cual tampoco vio televisión.

En un 95% los alumnos están concientes, de que el hábito a la buena lectura, redundará en beneficio de su educación y cultura, tal como lo demuestran las respuestas que dieron al cuestionario tres, que se anexa al presente capítulo.

Refiriéndonos a la proposición que se sustenta sobre la creación de bibliotecas circulantes para contrarrestar el apego a la televisión, considero que es la base para la formación del hábito a la buena lectura.

En cuanto a la selección de programas televisivos se orientó a los alumnos para que fijaran su atención en los siguientes programas:

- 1.- México, Magia y Encuentro.
- 2.- Noticieros.
- 3.- Disneylandia.

Esta orientación se hizo en base a un análisis de la temática de los programas sugeridos, los resultados de dicha investigación fueron los siguientes:

El 95% de los alumnos los encuentran importantes porque saben que ayudan a su cultura e información.

Un 98% los cataloga, dentro de los programas informativos, razón por la cual, ayudarán a completar su educación.

Por lo que se refiere a la persuasión ante las autoridades correspondientes, de establecer programas de tipo cultural a nivel del niño en edad escolar, estoy conciente de la dificultad que presenta, no obstante esto, una vez -- aprobada la tesis, se remitirá copias de la misma, ante los departamentos respectivos.

## CAPITULO SEPTIMO.

### CONCLUSIONES Y PROPOSICIONES EN GENERAL.

Comunicación, Relación, Correspondencia, son términos que usamos cuando nos expresamos sobre la necesidad de interaccionar con nuestros semejantes.

La comunicación ha existido siempre, desde tiempos muy remotos manifestándose en variadas formas a través de la historia del hombre hasta nuestros días, donde los medios de comunicación son cada vez más perfectos extendiendo su campo de acción a un mayor número de receptores.

La Teoría Pedagógica llama poderes educadores a las Agencias Educativas o Medios de Comunicación que influyen en la conformación de las nuevas generaciones.

Dentro de la Organización Escolar quedan comprendidas las Agencias Educativas dentro de un Sistema de Educación, que no solo abarca Instituciones Docentes, sino también aquellas por las cuales se difunde la cultura.

A un cuarto de siglo de haber llegado la televisión a México, ya se ha convertido en el medio de comunicación masivo por excelencia, la amplitud en la proyección de imágenes y temas la hacen interesante, divertida y amena.

Es en el aspecto de la televisión comercial donde más ataques ha recibido, por la acción de presionar al público continuamente, para usar, comprar, adquirir tal o cual producto, manipulando así la conducta de los receptores lo que ciertamente es criticable.

Respecto a las programaciones las cuales dejan mucho que desear, pues pudiendo utilizar la televisión como un medio donde además de prodigar diversión, haya cultura, ----

resulta reprochable no aprovecharla en éste sentido, si pensamos en la necesidad de saber de nuestro pueblo.

Por las características de la televisión, cuando se presentan temas que están distantes de los intereses de los niños, es verdaderamente negativa su influencia.

Después de realizado el estudio con grupos de niños - cuyas edades fluctúan entre los 9 y 13 años, pude comprobar que cuanto se afirma en el presente estudio, es cierto y se encuentra debidamente comprobado.

7.1. Propositiones.- Teniendo como base los estudios anteriormente expuestos, planteo la necesidad de incluir en las programaciones, aspectos culturales dirigidos a los niños - en edad escolar.

Debo hacer notar, que programas tales como los de deportes además de fomentarlo en el niño, indudablemente que transmiten cultura y educación, ya sea por medio del lenguaje o, por situaciones que el niño vive, através de la transmisión de estos programas.

Además, hago la observación de que en la transmisión - de cuestiones deportivas, hay anuncios incesantes de bebidas alcohólicas, que presentan el contraste de un aspecto positivo, con el negativo. Pienso en la posibilidad de intercalar en la transmisión de aspectos deportivos, anuncios con otro tipo de notificaciones.

Se hace necesario hablar de las telenovelas, que han tenido la tendencia hacia algún aspecto educativo, como ya se han presentado, creo que este tipo de telenovelas dejan un aspecto positivo en su mensaje para quienes las ven, por lo cual propongo aumenten estas proyecciones.

Hace algunos años, hubo la transmisión de las Leyen-

das de México, las que además de ampliar conocimientos de -  
Literatura Mexicana, Historia, Lenguaje, divertían y entre-  
tenían al público.

Un último comentario, acerca de éste tipo de progra-  
maciones ( Deportes, Telenovelas Educativas, presentación de  
Obras Literarias ) aunque tienen el inconveniente, de no ha-  
ber sido creadas para el público televidente en estudio, ~~se~~  
sin embargo por el hecho de estar en contacto o bien expues-  
tos a verlas y escucharlas, influyen positivamente en los -  
niños.

## BIBLIOGRAFIA

- GARZA MERCADO ARIO.- Manual de Técnicas de Investigación - para estudiantes de Ciencias Sociales. 1974. Monterrey. Editorial Departamento de Extensión Universitaria. Universidad de Nuevo León.
- GOMEZ NAVAS LEONARDO, MONTAÑO GUILLERMO, BONFIL GUILLERMO, CARMONA FERNANDO, CARRION JORGE.- La Educación, Historia - Obstáculos, Perspectivas. 1967. Editorial - Nuestro Tiempo.
- HANEY Y ULLMER .- El Maestro y los Medios Audiovisuales. 1970 Editorial, Pax. México.
- HYBELS SAUNDRA, WEAVER RICHARD.- La Comunicación. Editorial S.A. México.
- LARROYO FRANCISCO.- La Ciencia de la Educación. Editorial-? México.
- MENESES NORALES ERNESTO.- Educar Comprendiendo al Niño. Editorial Trillas. México.
- PARDINAS FELIPE .- Metodología y Técnicas de Investiga -- ción en Ciencias Sociales. Siglo veintiuno, Editores S. A.