

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

MAESTRIA EN DESARROLLO EDUCATIVO VIA MEDIOS
LINEA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

**EL PROCESO DE RECEPCIÓN TELEVISIVA EN LAS ALUMNAS DEL SEXTO
AÑO B DE LA ESCUELA URBANA 320 “MARIA MONROY” DE ETZATLAN,
JALISCO**

TESIS

QUE PRESENTA

LAURA PAREDES LOZA

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRIA EN DESARROLLO EDUCATIVO
VIA MEDIOS: LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

ASESORA

MARTHA PATRICIA GUTIERREZ BECERRA.

FEBRERO DE 2006

ÍNDICE

PAGINAS

INTRODUCCIÓN..... 4

CAPITULO I..... 6

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 LOS NIÑOS Y LA TELEVISIÓN.

1.1.1 LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA
ACTUALIDAD.

1.1.2 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO MASIVO DE
COMUNICACIÓN

1.1.3 RELACIÓN ENTRE NIÑOS Y T.V.

CAPITULO II 21

2.1 JUSTIFICACIÓN.

2.2 OBJETIVOS

2.3 EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

CAPITULO III..... 28

3.1 RECEPCIÓN TELEVISIVA Y SUS IMPLICACIONES.

3.1.1 ANTECEDENTES DE LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN.

3.1.2 LA RECEPCIÓN TELEVISIVA

3.1.3 LA RECEPCIÓN COMO PROCESO MEDIADO

3.1.4 LAS MEDIACIONES

CAPITULO IV..... 40

4.1 METODOLOGÍA

CAPITULO V	46
5.1 HALLAZGOS.	
CONCLUSIONES.....	82
BIBLIOGRAFÍA.....	86
ANEXOS.....	91

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la evolución humana, la necesidad de comunicación se ha acentuado cada vez más. En la época actual constituye un reclamo universal y una preocupación de todos los sectores sociales y educativos.

Día a día se vive una realidad concreta: El medio social se encuentra invadido por variadas formas de comunicación, imprescindibles para la supervivencia humana, múltiple y variada información que llega a todos los rincones del mundo a través de los diferentes medios masivos de comunicación y la influencia de las nuevas tecnologías.

Los medios de comunicación masiva suelen ser vehículos de transculturación, un ejemplo de ello son: la prensa, la radio y la televisión; los cuales han penetrado en los hogares, ricos y pobres, de un amplísimo sector de la sociedad, sobresaliendo por la gran información que transmiten de tal forma que suscitan emociones y sensaciones que fascinan las mentes de niños, jóvenes y adultos.

Actualmente la televisión es el medio de comunicación de mayor importancia, penetración e impacto en el mundo entero, a la que un alto porcentaje de la población a nivel nacional e internacional tiene acceso, encontrándose en cada uno de los hogares entreteniéndolo, orientándolo, informándolo y porque no decirlo ejerciendo un gran poder de atracción sobre los espectadores.

La influencia de la televisión no es una preocupación reciente por parte de investigadores y educadores, sino por el contrario es un campo de estudio añejo, que inició con la corriente de los efectos y a la fecha ha cambiado sus perspectivas hacia el análisis de las audiencias, conjugando el rol activo del receptor, especialmente la manera de interactuar ubicándolo dentro de un análisis cultural.

Uno de los grandes investigadores que ha puesto énfasis en este análisis es Guillermo Orozco Gómez, antecedido teóricamente por las aportaciones de Serrano y Barbero, en su propuesta de las Multimediaciones.

En esta propuesta Orozco aborda a la recepción televisiva y la define como un proceso mediado que antecede y prosigue al mero momento de estar frente a la pantalla, un proceso complejo que se entreteje con la vida cotidiana y en el cual intervienen distintos agentes e instituciones sociales, (mediaciones), entre ellos la familia y la escuela principalmente.

El presente trabajo aborda el proceso de recepción televisiva desde una perspectiva del aprendizaje informal (no intencionado) que tiene lugar en los sujetos receptores a partir de su exposición a la programación televisiva no educativa.

Surge de la inquietud ante la nueva postura del papel que ocupa la televisión en la vida educativa de los niños, no obstante que por muchos siglos la única institución educativa había sido la escuela en la cual la sociedad depositó la responsabilidad de educar a las nuevas generaciones, y que ha ido perdiendo relevancia a causa no sólo de la omnipresencia de la televisión en la vida cotidiana, sino en las múltiples causas que tienen que ver con el propio deterioro de la educación escolar.

El objetivo del presente trabajo se centra en conocer la situación de los receptores frente a los medios de comunicación masiva, identificando qué tipo de receptoras son las alumnas del sexto año B, de la escuela primaria para niñas "María Monroy", específicamente en lo que a televisión se refiere, explorando las multimediaciones de que son objeto las receptoras en la compleja interacción que se da en el proceso de recepción televisiva.

En lo referente a la metodología es de corte cualitativo y se origina en la corriente de la investigación de las audiencias, dentro del paradigma crítico de la comunicación. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos encuentran su sustento en el paradigma interpretativo, tal es el caso de la observación y los registros o levantamientos de información, entrevistas abiertas, cuestionarios de opción múltiple y cuestionarios de datos generales.

El trabajo está organizado en cuatro capítulos, el primero titulado los medios de comunicación masiva ofrece un panorama general en lo relacionado con los antecedentes y características de los mismos, el segundo nos habla de la televisión y la educación, así como del planteamiento del problema, el diseño metodológico y el contexto social de las alumnas, un tercer capítulo dedicado a la recepción televisiva y sus implicaciones en donde se describe detalladamente el papel de las mediaciones que influyen en el proceso de recepción. Finalmente en el capítulo cuarto se pretende exponer la información referente a los datos levantados en el campo de la observación así como su respectiva interpretación.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1. LOS NIÑOS Y LA TELEVISIÓN.

1.1.1 Los medios masivos de comunicación en la actualidad.

Los medios de comunicación masiva constituyen un elemento fundamental y característico de la sociedad moderna. Hoy en día, estos medios desempeñan un papel predominante en todas las esferas del diario acontecer, facilitan una continua comunicación tanto individual como de grupo y proveen información de lo ocurrido en el mundo entero.

El siglo XX es en efecto la era de la electrónica, la era atómica, la era de las comunicaciones, etc. La cultura audiovisual (la televisión, el cine, el video, la computadora, "cd rom, Internet, realidad virtual") y la comunicación vía satélite, están inmersas actualmente en el acontecer cotidiano. Estos medios abren un campo audiovisual en el que se conjugan el intelecto, las emociones y los sentimientos ya que la mezcla de imágenes y sonidos llegan al cerebro, transformando la forma de concebir y entender el mundo en el que vivimos.

Considerados como canales a través de los cuales fluyen mensajes que han sido creados por unos pocos para ser recibidos por muchos, estos medios adoptan formas múltiples: periódicos, revistas, radio, televisión, etc; cada uno con sus características propias, su estructura y efecto en la vida del ser humano, se convierte en una herramienta persuasiva que favorece una continua información de los diferentes acontecimientos sociales, políticos y económicos.

Entre los aspectos o rasgos característicos más importantes de los medios masivos de comunicación destacan los siguientes:

- La relación entre emisor y receptor es impersonal, la audiencia es anónima.
- Se dirigen a un público numeroso, de ahí el adjetivo de "masivos".
- Llegan simultáneamente a una gran cantidad de personas distantes de la fuente y distantes entre sí.

- Para su desarrollo requieren organizaciones formales, estables, profesionales y complejas.
- Necesitan una infraestructura financiera, tecnológica y humana.

Al respecto Janowitz¹ considera que los medios masivos de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos para difundir contenidos a un público numeroso.

Los medios entonces, pueden ser mecanismos para la formulación de nuevos conceptos entendiendo que son parte de un conglomerado de significaciones sociales y conforman parte del tejido político-cultural de las sociedades. Lo anterior si se considera el contenido cultural, económico, político, social, etc. que a través de ellos se trasmite.

Tomando en cuenta que el contenido de los medios de comunicación de masas se califica como orientado a la realidad o a la fantasía, el contenido de realidad suele ser de naturaleza informativa, como noticias, acontecimientos públicos, etc., en cambio el contenido de fantasía es el que tiende a entretener o a divertir a la audiencia.

El avance de la tecnología, (definida ésta como el conjunto de conocimientos técnicos) en lo que a medios de comunicación masiva se refiere, está logrando en la actualidad que la comunicación se entienda dentro de un campo más integral que abarca también la informática, las ciencias exactas pero también la sociología y la antropología sin descartar otras áreas.

Es un hecho innegable que el sistema de medios ha evolucionado desde el status que tenía en la década de los 30's del siglo pasado hasta su status contemporáneo como sistema de información fundamental para la continuidad y supervivencia de la sociedad.

Tanto los medios impresos (libros, periódicos, revistas, historietas, volantes), como electrónicos (cinematografía, radio y televisión) se utilizan socialmente en diferentes contextos, sin embargo es definitivo que los segundos (electrónicos), especialmente la televisión: constituye el medio de más rápido desarrollo, con la tendencia de ir desplazando a los otros en función de las ventajas que en sí misma posee.

¹ García Silberman, Sarah. Ramos Lira Luciana. "Medios de Comunicación y Violencia". Fondo de Cultura Económica. México. 1° edición 1998. pág. 518

1.1.2 La televisión como medio masivo de comunicación.

La televisión es el medio de comunicación con mayor penetración e impacto en el mundo entero, al que un alto porcentaje de la población en el ámbito nacional e internacional tiene acceso y se encuentra en cada uno de los hogares privilegiando la gratificación sensorial, visual y auditiva de las imágenes.

Este medio de comunicación masiva posee la peculiaridad de presentar estímulos visuales y auditivos ya que al ser un sistema de comunicación social que consiste en la transmisión a distancia de imágenes en movimiento y de sonidos por medio de ondas radioeléctricas difundidas a través del aire o de cables, genera que dichos estímulos sean más efectivos que los visuales o auditivos por sí mismos, permite observar a gran distancia las imágenes de los sucesos en el preciso instante en que se desarrollan, al mismo tiempo que ejerce un gran poder de atracción sobre los espectadores.

Por tal motivo es sumamente eficaz en comparación con los demás medios de comunicación social, su penetración en la vida diaria de los hogares la lleva a formar parte del cúmulo de hábitos de niños, adolescentes y adultos en materia de tecnología pues sólo con encender el aparato televisivo muestra una variedad de opciones para mantener una atención indiscriminada, durante varias horas.

Ante esta información, no deja de ser interesante destacar el camino que ha seguido el surgimiento de la televisión y el impacto que ha tenido en la sociedad actual.

Inicialmente surge como un servicio público orientado a la comprobación de documentos, planos y otras imágenes necesarias para trabajos técnicos o para la facilitación de trámites burocráticos, esto sin imaginar el impacto de su evolución posterior. De hecho, en menos de 50 años, este medio de comunicación ha pasado de una fase experimental en los laboratorios a los hogares de cientos de millones de personas en todo el mundo.

La televisión por poseer la capacidad para transmitir imágenes en movimiento de manera inmediata, hizo de este medio de comunicación masiva el más rico en posibilidades y prestaciones completamente nuevas, respecto a la radio o a la prensa.

El nuevo medio fue paulatinamente incorporado a los hogares y en el período inicial, tener un televisor era para las familias un símbolo de status

A través de un recuento encontramos que la televisión como medio de comunicación masiva tiene sus inicios en el año de 1923, cuando RCA lanza al mercado el primer modelo de televisión para uso privado y experimental, mientras que en 1929 y 1931 se concretan los pasos técnicos para la transmisión y recepción de imágenes a distancia. Es en este último año cuando se trasmite en México la primera imagen por televisión.

En los años de 1934 y 1935 el jalisciense Guillermo González Camarena inicia por su cuenta la realización de programas experimentales de televisión, y es en 1940 cuando patenta en México la televisión tricromática, basada en los colores verde, azul y rojo y en 1942 en los Estados Unidos.

A partir de esta fecha se llevan a cabo diferentes acciones relacionadas con la implantación de la televisión en México, estos hechos se dieron en algunos casos con apoyo gubernamental: controles remotos, investigaciones técnicas, demostraciones educativas en blanco y negro etc.

Ahora bien, en lo que respecta a México, es en el año de 1945 con la fusión de las dos grandes cadenas de radio que operaban en ese entonces como eran XEW-NBC y XEQ-CBS como surge la televisión mexicana, y es en el año de 1950 cuando se establece la televisión privada en México, aunque algunos países como Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Unión Soviética o Alemania emitían programación regular desde 1939. Su uso se generalizó a partir de los años cincuenta en la mayoría de los países del mundo; así encontramos que en 1955 eran 17 los países con emisoras de televisión y ya para 1960 se triplico esta cantidad, sin dejar de mencionar, claro esta, que el auge de la televisión en el mundo llega a un punto culminante después de la Segunda Guerra Mundial en el año de 1948 y 1960 en los Estados Unidos y Gran Bretaña.

A partir de 1961 se inicia la internalización de la televisión en la Cd de San Antonio Texas, ya en el 1962 se obtiene la autorización para transmitir un canal abierto con carácter comercial. Para 1963 ya se tiene televisión a colores estrenado en un programa sabatino del canal 5.

En el transcurso de los años de 1963 a 1967 se transmiten internacionalmente hechos importantes para el mundo, como el funeral de John F. Kennedy, Los juegos olímpicos desde un satélite en Tokio, Japón, eventos deportivos, y una participación de México en un programa internacional en 1967.

Asimismo la televisión educativa en nuestro país se inicia formalmente al ponerse en práctica por parte de la Secretaría de Educación Pública, un plan piloto de alfabetización, a través de circuito cerrado, gracias al cual según las estadísticas 1500 personas aprenden a leer y a escribir.

En el año de 1967 se empieza a utilizar la televisión abierta como medio de educación a distancia surgiendo así las *telesecundarias*, las cuales se iniciaron mediante la transmisión de la serie “*yo puedo hacerlo*” que constaba de 82 programas.

Para 1968 las *telesecundarias* comienzan a difundirse de manera abierta a través del canal 5 llegando a 8 entidades de la república”²

A partir del último bienio de la década de los veinte, y de manera especial a partir de los años cincuenta en que la televisión comienza a funcionar de manera cotidiana y a transformarse en una presencia de singular importancia en la vida cultural, política y económica de México, ocurren una gran cantidad de acontecimientos (comunicación vía satélite, televisión por cable, integración de canales nacionales y extranjeros, reformas constitucionales, formulación y reformulación de leyes de comunicación, etcétera) que van conformando el complejo fenómeno en que la TV se ha convertido hasta nuestros días.

Con el auge de la televisión y los mensajes y contenidos televisivos se ha visto impactada profundamente la idiosincracia de los niños mexicanos, ahora encontramos procesos intensos de aculturación que se dan inevitablemente por la inserción de la televisión en los hogares, no es aventurado afirmar que aún en el más recóndito lugar del territorio mexicano se cuente con al menos un aparato televisivo.

Ahora bien en lo que respecta a los norteamericanos, la cultura de los medios y el consumismo son tan naturales para ellos como el aire que respiran, esto se debe a que en ese país desde edad temprana el niño tiene contacto con los medios de comunicación.

En otros ámbitos, encontramos que países como Canadá han desarrollado un currículo obligatorio para la enseñanza de y en los medios de comunicación.

² www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_televisión.htm. Mejía Barquera Fernando. Historia Mínima de la televisión mexicana (1928-1996)

En Brasil se trabaja con diferentes medios de comunicación en donde se integran conceptos básicos de comunicación y cultura sustentados en las ideas de Paulo Freire.

En Europa, específicamente en España se tiene programación regular desde 1956 y en México desde 1950³.

Cuba fue uno de los primeros países en tener emisiones de televisión. Se inauguró Unión Radio canal 4, el 24 de octubre de 1950 desde la casa de Gaspar Pumarejo en la Habana y las primeras imágenes transmitidas fueron publicidad de los cigarros la Competidora Gaditana y la Cerveza Cristal así como un espectáculo con Pedro Armendáriz y Carmen Montejo. Mundialmente este país ocupa el 2° lugar después de Estados Unidos en transmitir emisiones de televisión a colores. En 1958 Cuba obtiene el 3° canal de televisión a color en la historia del mundo.⁴

Múltiples investigaciones actuales han reportado que “A finales de la década de los 50, el sistema televisivo chileno excluyó la propiedad privada de este medio. La televisión nació experimentalmente en las mayores universidades chilenas”⁵

Tal evolución ha generado un fuerte impacto en la sociedad, específicamente atrayendo la atención indiscriminada de niños y jóvenes que pasan horas y horas frente al televisor. Ello conlleva en algunos casos a desatender otras áreas o disciplinas que conforman el ritual diario del niño y el adolescente.

En la actualidad, la televisión es el medio dominante en casi todo el mundo, por lo que Cremoux la denominó “Su majestad, el rey de los medios”⁶

³ Aparici Roberto. La educación para los medios. Antología. SEP. UPN México D.F. 1996 pág. 414

⁴ www.consulado2@mbacu.cu.mx

⁵ Fuenzalida Valerio y Hermosillo María Elena. “La recepción activa de la televisión”. Céneca. Santiago, Chile. Pág 254

⁶ García Silberman. Op. Cit. Pág. 101

Es por ello que la televisión, por su presencia continua en el hogar, y en la escuela, así como por lo vivido en sus mensajes visuales y sonoros, ocupa un lugar importante en el proceso de socialización de los niños así como en su educación, esto se debe a la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimiento que transmite, sus historias y personajes difunden insistentemente lo que es deseable, exitoso, satisfactorio o importante así como las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población.

La influencia que ejerce dicho medio sobre la sociedad, es motivo constante de un sin fin de reflexiones hechas por teóricos y estudiosos del tema, sin lograr aún determinar en que grado ésta modifica la conducta y comportamientos de cada uno de sus consumidores.

La violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza y género y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión. En donde los niños y jóvenes impresionables por su edad y su falta de criterio ante algunos contenidos televisivos pueden asumir que lo que se ve en televisión es lo normal, lo seguro y lo aceptable.

Por consecuencia la televisión también expone mensajes que atraen a los niños a adoptar comportamientos y actitudes que pueden ser negativos, poco adecuados y riesgosos para su formación, especialmente cuando asumen que lo que ven es verdadero y no lo cuestionan o lo analizan.

1.1.3 Relación entre niños y T.V.

Desde muy pequeños, los niños y las niñas de hoy están expuestos a un constante bombardeo audiovisual, cuyo máximo exponente es la televisión.

La influencia de la televisión en la vida cotidiana de los niños y niñas y la distracción que provoca su influencia es en algunos casos un obstáculo que no permite realizar otro tipo de actividades, entre ellas las físicas que se derivan de estar mucho tiempo inmóvil, en contacto con la pantalla, este es un efecto negativo que provoca la exposición indiscriminada ante este medio. Ya que se sabe que los niños que ven demasiada televisión están en mayor riesgo de:

- Sacar malas calificaciones en la escuela,

- Leer menos libros,
- Hacer menos ejercicio,
- Tener sobrepeso.
- Jugar poco,
- Perder su creatividad,
- Presentar poca concentración en sus actividades,
- Tener actitudes negativas en cuanto a las relaciones humanas

Este tipo de situaciones se viven día a día, no sólo en los hogares sino también dentro de los planteles educativos cuando los docentes manifiestan como es que los alumnos aprenden con mayor facilidad y rapidez la letra y tonadilla de algún comercial o telenovela de moda, en cambio las tablas de multiplicar o la letra del Himno Nacional Mexicano les cuesta mucho trabajo.

Sin embargo, quizá una de las preocupaciones de los docentes con respecto a la televisión es que mientras más gusta a los niños más los atrapa, los divierte, los seduce y ante tal situación no sabemos exactamente que hacer para que ésta no los afecte negativamente.

En relación a lo antes mencionado y para el caso que ocupa este documento debo mencionar que un caso específico es el del grupo de 6º grado de la Escuela Urbana 320 “Maria Monroy” de Etzatlán Jalisco con turno matutino, la cual forma parte de la zona escolar 97 perteneciente al sector educativo N° 10, este plantel educativo es el único de la zona escolar conformado por una población de aproximadamente 330 alumnas del género femenino distribuidas en 14 grupos de 1º a 6º grado.

Se sitúa en el contexto social del municipio de Etzatlán, ubicado políticamente en la zona centro del Estado de Jalisco, Geográficamente está situado en los 20 grados 30 minutos de latitud norte y a 4 grados 53 minutos de latitud oeste de México; con una altura de 1,398 metros sobre el nivel del mar.

Está limitado al norte por el municipio de Magdalena, Jalisco al noroeste por San Juanito de Escobedo, Jalisco; al este por Aqualulco de Mercado, Jalisco; al sur por una parte de la Sierra Madre Occidental que recibe el nombre de “Sierra de Pajaritos” y al noroeste por el municipio de San Marcos.

Tiene una superficie de 306.27 km², y una población de aproximadamente 30,000 habitantes de acuerdo con el censo de 1990, en la gran mayoría de los hogares se tiene acceso a los diferentes medios de comunicación como son, por orden de prioridad, la televisión, la radio y periódico.

Las actividades económicas de esta comunidad son la agricultura, la ganadería y el comercio; en lo relacionado con la educativo se le considera la cuna de maestros ya que cuenta con la escuela Normal “Fray Martín de Valencia”, con 2 Escuelas Preparatorias, 3 Escuelas Secundarias, 10 escuelas primarias y 9 Jardines de Niños , (7 federales, 1 estatal y 1 particular federalizado), en lo referente a Educación Especial, nuestro municipio cuenta con el apoyo del CAM (Centro de Atención Múltiple) y el equipo de USAER(Unidad de Servicios de Apoyo a la Educación Regular).

En este contexto se desenvuelven 24 alumnas del sexto año “B” de la escuela primaria ya antes mencionada, las edades de estas niñas fluctúan entre los 10 y 14 años.

Las pocas alternativas recreativas y de entretenimiento que ofrece una comunidad urbano-rural como la antes mencionada es un factor determinante para que los niños opten por elegir como uno de sus pasatiempos más importantes y de mayor, influencia el mirar televisión, a lo cual dedican de 3 a 4 horas aproximadamente, tiempo que se le resta a actividades importantes, tales como la lectura, el trabajo escolar, el juego, la interacción con la familia y el desarrollo social.

De una encuesta aplicada a través de cuestionarios a las alumnas del grupo se obtuvieron datos sobre la relación entre usuario y televisión, por ejemplo; en cada hogar existen al menos 2 o 3 televisiones, ubicadas básicamente en espacios como la sala y recamaras de las casas-habitación, la mayoría de las familias, dedica horas para disfrutar de la programación variada que transmite el sistema de televisión cerrada Telecable; empresa que se inició en el pueblo en septiembre del año 1998 con 100 usuarios aproximadamente, con 26 canales entre los que se incluía programación para niños, adolescentes y adultos, y que actualmente tiene una demanda de 1000 usuarios y 53 canales, cabe mencionar que anteriormente sólo se contaba con la televisión de programación abierta, transmitiendo los canales 2,7,9 y 13 de cobertura nacional.

(Ver anexo 1)

En lo que respecta a las familias encuestadas los datos arrojan que sólo 15 cuentan con la programación de telecable, 1 con SKY y 8 con la programación de la televisión abierta.(Ver anexo 1).

Esta situación se ve reflejada dentro de las aulas ya que los niños y jóvenes antes de leer textos escritos, se inician viendo imágenes en televisión. Investigaciones recientes realizadas por Gabriel Xantomila reportaron lo siguiente: *“Los niños dedican en promedio dos mil horas anuales a ver televisión y sólo mil a escuchar sus clases; en tanto, se considera que el 67 % de la programación en México contiene violencia y agresividad”*⁷

Por lo tanto, en el momento en que se gradúan de la escuela habrán pasado más tiempo viendo televisión que en el salón de clase.

Las experiencias de los niños y jóvenes con los medios de comunicación son de tal magnitud, que conforman una escuela paralela a la educación formal.

El niño y el adolescente de hoy juega con imágenes al usar el video juego, a través de la computadora y la multimedia utilizando interactivamente texto, voz, música, imágenes fijas o en movimiento enfrentándose a una realidad virtual en la cual juega, lucha, vence, pierde, corre, pelea, sueña, en fin todo lo que él pueda imaginar y le sea permitido por el video juego o el cd -rom.

Los niños de hoy hablan con la imagen y de la imagen, el contacto con la televisión es la principal fuente de información que les permite estar en contacto con el mundo.

Cuando los niños ingresan a nuestras escuelas traen consigo una infinidad de conocimientos del mundo entero los cuales han adquirido fuera del marco escolar.

De esta manera puede influir poderosamente en la mente de sus espectadores, especialmente de los niños, y es tan palpable la influencia de la televisión que se pueden observar a simple vista como los niños presentan actitudes estereotipadas en consecuencia a la imitación de algún personaje de tan variada programación que este medio les presenta, así como la ausencia no física sino a nivel cognitivo en el salón de clases, ya que se encuentran ausentes, se distraen, son poco creativos, poco reflexivos, presentan desgano o pereza, etc.

⁷ Xantomila Gabriel. Dos mil horas a ver televisión y sólo mil a clases dedica cada niño. Periódico el Occidental. Sec. Educativa. 20 de febrero 1997.

Tal es el caso de un día en el aula de clases cuando las alumnas empezaron a platicar sobre los acontecimientos ocurridos en un episodio de su programa favorito, la telenovela “vivan los niños”, transmitida por el canal 2 de televisa, donde la mayoría de las alumnas querían imitar al personaje de Simoneta, una niña rica, que vestía a la moda y hablaba un lenguaje “fresa”, así como la imitación y canto de la tonada de la canción y los bailes de entrada de la telenovela.

En cada una de estas situaciones las niñas resignifican lo que vieron, modifican sus percepciones iniciales realizadas en el hogar frente al programa, producen nuevas comprensiones de lo visto e incluso cambian sus preferencias televisivas como producto del intercambio con sus compañeros y, eventualmente, con los maestros, quienes a través de sus comentarios pueden incidir en la manera en que los niños se apropian de los programas, (siempre y cuando exista una adecuada mediación) de ese modo sirve de apoyo a la clase del día, de lo contrario se corre el riesgo de que sirva como distractor de la misma.

Estos cambios culturales y de pensamiento están presentes, son una realidad, la cual modifica el actuar cotidiano en el aula, escenario en donde se desarrolla el proceso enseñanza-aprendizaje en el que interactúan cara a cara el alumno y el docente.

Es por ello que debemos tomar en cuenta que con la recepción televisiva pasa lo mismo que con otras destrezas: una vez que se aprende, parece como si fuera una cualidad dada, automática, que se ejercita de manera inconsciente o por lo menos no reflexiva, no obstante, en la recepción están incluidas actividades, estilos y etapas que se ejercitan de ciertas maneras y no de otras.

El mirar televisión es uno de los pasatiempos más importantes en cuanto a frecuencia y de mayor influencia en la vida de los niños del presente siglo.

Hoy parece tan natural como lo es la vida cotidiana. Lo interesante de todo esto es que el papel decisivo de la televisión tiende a pasar completamente desapercibido, dada la inserción tan natural que tiene en las practicas familiares y sociales de sus usuarios.

Por otro lado, no se puede negar que mientras la televisión puede entretener, informar y acompañar a los niños, también puede influir de manera indeseable, ya que los niños aprenden cosas en la televisión que son inapropiadas o incorrectas. Muchas veces no saben diferenciar entre la fantasía presentada en la televisión y la realidad.

De ahí que la relación que se establece entre los niños y este medio deba ser entendida a través de los procesos mediáticos que intervienen, tanto si son de tipo referencial, institucional, cognitivo, social, contextual, etc.

Es por ello que la escuela no puede encerrarse entre cuatro paredes, ni estar desvinculada del proceso de comunicación, ignorando el caudal de información que proporcionan los medios audiovisuales, puesto que estos saberes cotidianos socialmente significativos, forman parte del contexto sociocultural del alumno en la comprensión de la realidad.

La televisión y la computadora han entrado en el aula, se han incorporado al escenario educativo, y aunque físicamente no estén presentes, lo están en los comentarios de los niños, en sus conversaciones, en sus actitudes.

El constante cambio de las nuevas tecnologías ha producido efectos significativos en la forma de vida, de trabajo y el modo de entender el mundo de las personas. Estas tecnologías también han afectado a los procesos tradicionales de enseñar y aprender. La información tecnológica como una importante área de estudio en sí misma, está afectando a los métodos de enseñanza y de aprendizaje a través de todas las áreas del currículo, lo que crea expectativas y retos.

Tal es el caso de uno de los grandes retos del presente siglo, Enciclomedia, una iniciativa de la Secretaría de Educación Pública que tiene como propósito principal contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación que se ofrece en las escuelas primarias públicas de nuestro país.

Es a mediados del mes de marzo aproximadamente, durante el ciclo escolar 2004 – 2005 cuando se instala Enciclomedia en 22 mil aulas de quinto y sexto grados.

Enciclomedia se deriva de los vocablos “*enciclo*”, que quiere decir enciclopedia y “*media*” relacionado a los medios tecnológicos.

Enciclomedia es un programa educativo, desarrollado por mexicanos comprometidos con la educación, basado en un sistema articulador de recursos para el aprendizaje, diseñado especialmente para apoyo de los programas de estudio de la educación primaria, contiene una versión digitalizada de los libros de texto, acompañada de un conjunto de ligas o vínculos que permiten profundizar en los conceptos e interactuar con diferentes recursos como son: imágenes fijas y en movimiento, audios, animaciones, ejercicios y actividades complementarias que le pueden auxiliar en el tratamiento de temas complejos para los niños, cuenta también con actividades lúdicas como es un taller de papiroflexia y otro para armar instrumentos musicales con materiales reciclados, así como un sitio para el maestro en donde aparecen las planeaciones didácticas y la papelería escolar que facilitan la labor docente.

A pesar de su reciente creación, Enciclomedia representa uno de los más grandes retos dentro del ámbito educativo, puesto que a pesar de ser una propuesta innovadora para los docentes, ya que se sustenta en uno de los bienes más valiosos del sistema educativo nacional: los libros de texto gratuitos, con un formato digital, enriquecidos con una variedad de medios, recursos y herramientas, que utilizados de manera creativa y pertinente generan un ambiente propicio para que los niños y niñas cuestionen, investiguen, imaginen y amplíen su horizonte de conocimiento, encontramos que es un objetivo no logrado en su totalidad debido a que los docentes enfrentan una situación; en su gran mayoría, no saben manejar técnica y didácticamente tal aportación audiovisual generando con ello gran confusión al momento de usarla dentro de las aulas.

En estos tiempos es muy usual escuchar el termino competencia, la cual se debe fomentar en los alumnos e irónicamente los maestros se olvidan que para enseñar se predica con el ejemplo olvidando que para lograr esta destreza se necesita practicar a conciencia por parte de ellos primeramente y después en sus alumnos, la trilogía conocimiento- habilidad – actitud.

La comunidad docente donde se inserta la escuela en cuestión no se encuentra exenta de situaciones como la antes mencionada, en esta zona escolar se han dado casos en donde los docentes con posibilidades de jubilación, se han visto obligados a retirarse del servicio argumentando y exponiendo la dificultad que les provoca el hecho de verse obligados a usar la Enciclomedia en el aula.

Ante estas exigencias el temor a enfrentar la capacitación y actualización para manejar la tecnología en el aula se ve justificado por planteamientos como:

Docente 1: "Para que complicarnos la vida, a estas alturas ya está uno viejo y cansado, ya no tiene caso"

Docente 2: “No me siento capaz de entenderle a esas cosas tan complicadas, los niños saben más que yo, ya uno mejor a su casa y los jóvenes mejor que trabajen con eso.

En estos casos nos damos cuenta como en vez de reflexionar sobre la importancia de la constante actualización profesional, ya que ello genera no sólo beneficios a la niñez sino que proporciona un crecimiento personal y profesional a los maestros, encontramos resistencia e indiferencia hacia el uso de los medios tecnológicos.

Es importante pues para transitar el camino de la educación con el uso de los medios tecnológicos aceptar primeramente el mayor de todos los retos, aceptar que los medios de comunicación masiva, especialmente la televisión, y ahora la Enciclomedia son un aliado para el docente y no un enemigo en la práctica educativa como comúnmente se cree, por supuesto si se trabaja con la intención para lo que fue creada, no olvidemos que la tecnología necesita de la mediación acertada por parte de los docentes o en su caso de los padres de familia para lograr una recepción activa en los televidentes.

Por lo tanto un buen punto de partida en la presente investigación es ***explorar las mediaciones que intervienen y prefiguran los procesos de recepción televisiva de las alumnas de sexto año de educación primaria de la escuela María Monroy, en la población de Etzatlán Jalisco.***

Tomando en cuenta lo anterior, se han planteado las siguientes preguntas de investigación.

Dichas preguntas se inscriben dentro de una perspectiva del aprendizaje informal (no intencionado) que tiene lugar en los sujetos receptores a partir de su exposición a la programación televisiva no educativa.

- **¿Qué papel juega la televisión en la vida educativa de las alumnas del sexto año B de la Escuela Urbana 320 Maria Monroy?.**
- **¿Cuáles y de que naturaleza son las mediaciones que determinan los procesos de recepción de las alumnas?**

- **¿Cuál es el papel del docente como mediador de los procesos de recepción de las alumnas?**
- **Cómo puede intervenir el docente en los procesos de recepción de las alumnas para que éstas sean más analíticas y críticas de los contenidos que ven en la televisión?**

CAPITULO II

2.1 JUSTIFICACIÓN.

Al considerar el proceso de recepción como un proceso mediado, forzosamente deben ser entendidas las mediaciones, y sobre esto ha de considerarse que independientemente de su naturaleza, influyen decididamente sobre las actitudes de los niños hacia los contenidos y mensajes de los programas televisivos, así como las concepciones que construyen como producto de esta relación.

La importancia de lo anterior radica en conocer las prácticas televisivas y la multiplicidad de factores que en ellas intervienen, con el objeto de explorar y conocer los procesos de recepción de las alumnas del 6º grado de educación primaria.

Conocer estos procesos favorecerá la implementación de estrategias generadas a través de una educación para los medios, que contemple situaciones de lectura audiovisual a través de las cuales las alumnas podrán descifrar los mensajes derivados de las diferentes programaciones televisivas con las que tienen contacto, esto implica la no enajenación y la desinstalación de posturas acríticas.

Este hecho repercute notablemente en la educación formal de los niños a través de marcadas actitudes de las que se pueden apreciar la diferencia entre ver la televisión y el leer un texto, lo cual se hace evidente, por un lado el lector de texto se enfrenta a un mundo abstracto de conceptos e ideas, interpreta un contexto gramatical y él es quien controla la experiencia y ritmo del proceso de comprensión e interpretación de los signos, el leer un texto propicia en el niño la reflexión al mismo tiempo que la creatividad.

El docente anteriormente podía jugar con la curiosidad de los alumnos, deseosos de llegar a penetrar en misterios que aún les estaban vedados, pero ahora los niños llegan a la escuela ya con mil noticias y visiones que no les han costado nada adquirir, que han recibido hasta sin querer, a través de la televisión que lejos de sumir a los niños en la ignorancia, les hace aprender sin respeto a los trámites pedagógicos.

Es sabido que en muchos países incluido México los niños pasan más horas frente al televisor que frente al pizarrón.

Aunque tradicionalmente la escuela se había resistido a vincular sistemáticamente sus tareas docentes con la televisión debido a que la programación no se consideraba educativa, hoy en día dicha resistencia se ha abandonado y paulatinamente se ha incluido en el quehacer docente, sin embargo su utilización no ha tenido como meta final el transformar el proceso de recepción televisiva de lo pasivo a lo crítico.

Es importante tomar en cuenta que el ver televisión conlleva a un proceso de recepción televisiva en el que intervienen el modelo de las multimediasiones, es decir, meditaciones de tipo videotecnológicas, cognoscitivas, culturales, de referencia e institucionales las cuales influyen poderosamente en dicho proceso, por lo tanto el papel de los docentes como el de los padres de familia es mediar dicha información ayudando a los niños a organizar la información, combatirla en parte y brindarles herramientas cognoscitivas para hacerla provechosa o por lo menos no dañina.

Ahora bien en lo referente a los padres de familia lo ideal es que ejerzan una mediación al momento de ver la televisión no solo para acompañarles sino para ayudarles a discriminar el bombardeo de información y aunque la televisión opera cuando los padres no están, hace lo propio aún cuando ellos están presentes pero sólo físicamente.

2.2 OBJETIVOS

Los objetivos se plantean como sigue:

- Dar cuenta de los procesos de recepción televisiva de las alumnas de 6° grado a partir de la exploración de las diferentes meditaciones que determinan las interacciones ante este medio.
- Con base en lo anterior diseñar e implementar programas de alfabetización audiovisual que permitan a las alumnas adoptar posturas críticas ante los contenidos programáticos que ven en la televisión.

2.3 EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

Los estudios e investigaciones sobre recepción en América Latina destacan la necesidad epistemológico – teórica de conceptualizar de una u otra manera los procesos de comunicación y de exploración directa de los sujetos que participan en ellos para averiguar sus contextos, mediaciones y múltiples interacciones con los medios y particularmente con la televisión.

Este interés encuentra eco en el contexto científico internacional de la investigación comunicativa, en donde se cuestiona fuertemente el modelo de *efectos de los medios*, en el que la audiencia es vista como un conjunto de individuos en contacto con un mensaje, en donde se analiza el poder de los medios sobre las personas bajo la pregunta ¿Qué hacen los medios a los individuos?, este modelo hegemónico en la investigación hasta finales de los setentas y frente a la emergencia de nuevas preguntas de investigación, primero ubicadas en el modelo de *usos y gratificaciones*, que justamente reconoció un papel activo a las audiencias de los medios bajo la premisa ¿Qué hacen los individuos con los medios?, tratando de responder cuáles son los beneficios y gratificaciones que tiene la audiencia en contacto con los medios y posteriormente en nuevos debates sobre el papel polifacético de las audiencias en los procesos de comunicación mediática, ¿Quiénes son las audiencias? y, sobre todo, ¿Qué más son las audiencias antes, durante y después de sus interacciones mediáticas?.

Por otro lado ante la necesidad de contar con un conocimiento cada vez más profundo y amplio de los procesos a través de los cuales se otorga sentido a los referentes mediáticos que se producen a partir de significados correctos que evidencian su aceptación, negociación y/o resistencias por parte de las audiencias en la confrontación de sus identidades y en la producción cotidiana de su cultura. Surge el sustento del desarrollo de los ESTUDIOS CULTURALES, impulsado particularmente por la Escuela de Birmingham en Inglaterra, y en particular la propuesta de HALL (1980).⁸

Éstos cuestionan la teoría de los efectos colocando a la recepción como una práctica compleja de construcción social. Esta corriente considera tres grandes modos de interpretación por parte de los receptores:

- 1.- Un modo que corresponde a la forma como codifica el emisor,
- 2.- Un modo de oposición que discrepa en su totalidad la forma como codifica el emisor, y

⁸ Orozco Gómez Guillermo *Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina*. Cátedra UNESCO 2001. Universidad Autónoma de Barcelona. Julio 2001. pág. 29

3.- Un modo negociador, es decir, de significaciones rescatadas por el receptor.

Desde este punto de vista el análisis de la televisión no debe limitarse al análisis de los contenidos, ni al tipo de representaciones que utiliza en sus mensajes, ni mucho menos limitar el estudio en los efectos, sino a la utilización de una metodología que integre todos los planteamientos de la audiencia, bajo las preguntas, ¿Qué les ocurre a los receptores?, ¿Cómo se posicionan con respecto a los mensajes del emisor?, etc.

Por otro lado, en América Latina desde hace varias décadas ha existido una creciente tradición de estudios de la cultura (Martín Barbero y Silva, en 1997).⁹ Lo que se revitaliza con el auge de los Estudios Culturales y la Sociología de la Cultura británica, pero específicamente a partir de la publicación del libro seminal de Martín Barbero, *De los Medios a las Mediaciones*, en el que maneja la convicción de que no es posible estudiar y entender la comunicación fuera de la creación cultural, ni la cultura fuera de la comunicación y los medios.

La recepción, entonces, adquiere un interés primordial como ámbito de investigación que permite explorar la cultura y la comunicación de manera conjunta, sin que esta convicción haya significado siempre una adecuada incorporación de ambos campos.

Los estudios de Recepción de Medios (ERM) en América Latina cuentan con una gran trayectoria, sus orígenes se ubican a finales de los años sesentas, cuando la mirada de los investigadores de la comunicación se vuelca intencionalmente hacia el componente del proceso de comunicación menos estudiado y conocido hasta ese entonces: el sujeto receptor.

Inicialmente los ERM pasaron por tiempos difíciles, tanto porque no lograron sacudirse la racionalidad propia de los estudios realizados dentro del Modelo de Efectos de los medios, así como porque su nacimiento cayó en un terreno surcado por contextos diferenciados y contrapuestos, tanto ideológica, como disciplinaria y metodológicamente.

Al igual que en el contexto internacional, diferentes corrientes teóricas o escuelas han pugnado entre sí por la pertinencia de su abordaje y varias disciplinas – Culturalistas Vs. Mediática – se han adjudicado la perspectiva indicada para realizarlos.

⁹ Ibidem. Pág 4

Esta situación, lejos de resolverse se ha vuelto más compleja, resumiéndose en dos grandes líneas . Por una parte aquellas que, en el estudio de los medios, distinguen el proceso de recepción y los receptores o audiencia como ámbitos y sujetos tanto individuales y colectivos.

Por otro lado, es importante mencionar que dichos posicionamientos que parecen “diluir” las interacciones mediáticas de los sujetos sociales en diferentes clases de estudios culturales.

En lo que respecta a México, existían, hasta finales de los ochentas, alrededor de 110 (la mayoría publicados) que abordan estudios de audiencia televisiva. De estos, casi 30 (un 25 %) son estudios de recepción, una tercera parte son estudios que buscaron mostrar en particular la relación entre la televisión y la conformación de la identidad nacional: la mexicanidad, entre diversos grupos de estudiantes. El total de documentos de investigación referidos a la televisión como estudios de recepción registrados en México hasta 1994, asciende a 169 (Fuentes, 1996).¹⁰

Desde principios de los ochentas, diversos investigadores latinoamericanos se interrogaban sobre el papel de la televisión en relación con el aprendizaje formal e informal de niños y jóvenes.

A diferencia de estudios con el mismo interés realizados en Estados Unidos, los estudios latinoamericanos relacionados con la educación han asumido una concepción de educación no restringida a los procesos formales de enseñanza-aprendizaje, sino que concibieron el proceso educativo como un proceso sociocultural más amplio y más complejo, en donde no sólo está en juego el rendimiento escolar, sino la ideología, los valores, las actitudes y la motivación por aprender.¹¹

Los primeros Estudios de Recepción sobre los Medios originaron una gran preocupación por los efectos educativos de la televisión, paulatinamente abandonaron el Modelo de Efectos, para estudiar a profundidad los procesos, los contextos, la cotidianidad y las mediaciones en la recepción, sustentándose éstos tanto en perspectivas culturalistas, como en la nueva corriente de Análisis Crítico de la Audiencia.

¹⁰ Ibidem pág. 10

¹¹ Idem.

En México, desde 1989 y hasta 1996, se realizaron estudios enfocados en los niños en sus familias y sus escuelas, los cuales aportaron conocimientos para la definición de una perspectiva innovadora de educación de las audiencias.¹²

Asimismo, se exploraron diversas estrategias metodológicas, como el psicodrama, para captar aquellos aspectos emotivos en los procesos de recepción de los niños y los conflictos que el ver televisión ocasionaba en su ámbito familiar y en su rendimiento educativo.

Otros ERM en México han abordado la simbiosis entre los programas de entretenimiento y el juego de los niños, sus programas y personajes preferidos, la reproducción de estereotipos, de igual manera que el impacto de la programación televisiva, su imaginación, su consumo cotidiano, y particularmente la publicidad.

Recientemente se han hecho revisiones sobre la investigación de la recepción en México. Primeramente lo referente a estudios empíricos publicados en la revista Comunicación y Sociedad de la Universidad de Guadalajara y finalmente diferentes estudios empíricos relacionados con audiencias televisivas desde 1968 hasta el año 2000.

Actualmente, en nuestro país destacan varios investigadores como, González 2003, Aguilar 2004 quienes han seguido la línea avanzada desde los ochenta por Guillermo Orozco, explorando el campo de la educación con la inquietud de vincular el quehacer de instituciones socializantes como la familia y la escuela con el de la televisión comercial ante el proceso de aprendizaje de los niños.

Otros estudios han contribuido en el campo de la recepción televisiva en relación a la televisión en el contexto familiar, como es el caso de Martha Renero (1995, 1996, 1997, 1999, 2002).¹³ encaminándose hacia el papel de las mediaciones, especialmente en el papel de la madre de familia, tomando en cuenta lo anterior nos remitiremos a lo relacionado con el término Mediación o Mediaciones el cual se expone a continuación.

SOBRE LAS MEDIACIONES:

¹² Ibidem. Pág. 14

¹³ www.eca.usp.br/alaic/boletim20/mariam.htm Padilla de la Torre Maria Rebeca y Orozco Gómez Guillermo. La recepción televisiva en la familia.

La Mediación representada e inaugurada primeramente por el español Martín Serrano en el año de 1977 y revitalizada posteriormente por Martín Barbero desde América Latina en 1992, sigue causando polémica entre los investigadores.

A diferencia del entendimiento inicial (Ibérico) de las mediaciones, como derivaciones de los medios (mass – media), en América Latina el significado de mediaciones deriva de diversas fuentes, sólo una de las cuales son los medios.

Uno de los aspectos centrales de la comprensión de la mediación en América Latina es, entonces, como el lugar desde donde se produce el sentido en los procesos comunicativos, destacando a la mediación como un componente activo y estructurante de los mismos, asumiendo entonces a la recepción meramente como una etapa más de un proceso lineal y mecánico de producción – transmisión – recepción, para reubicar a la recepción en la cultura, en los contextos económico – políticos, en la cotidianidad y en las prácticas sociales específicas de los sujetos comunicativos. Así, el referente mediático ya no es determinante, sino sólo una mediación más del proceso comunicativo en su conjunto.

Uno de los modelos teórico- metodológicos que se han implementado para abordar empíricamente la recepción desde la perspectiva de la mediación, es el de la mediación múltiple, para efectos de exploración de las interacciones entre audiencias y televisión, una serie de mediaciones provenientes del género de los sujetos de la audiencia, de su edad, de su clase social, de su ubicación territorial, cultural, política, étnica y religiosa, de sus competencias comunicativas, hábitos y prácticas cognoscitivas, y de las instituciones sociales principales en las que simultáneamente participan y dentro de las cuales están permeados de comunidades de interpretación particulares.

El hogar, la escuela y el barrio han sido escenarios privilegiados en la investigación de la recepción, al entender que es principalmente en ellos donde se intercambian apropiaciones mediáticas, se producen y se reproducen nuevos significados entre los sujetos sociales miembros de la audiencia y se usan los referentes mediáticos.

CAPITULO III

3.1 RECEPCIÓN TELEVISIVA Y SUS IMPLICACIONES.

3.1.1 Antecedentes de los estudios de recepción.

Pensar socialmente en los quehaceres televisivos no es, sin duda, una tarea nueva, en cambio pensar sistemática y estructuralmente en el aspecto menos notable del proceso de comunicación implícito en sus mensajes como la recepción, sí que lo es.

La recepción televisiva es uno de los objetos de investigación más importantes en el campo de la comunicación.

Hace ya algunas décadas que los estudios de recepción se vienen discutiendo entre comunicadores y educadores. Guillermo Orozco Gómez ha dado mucho de que hablar en este campo. Este autor hace un recorrido crítico por las diferentes corrientes de investigación de los estudios de recepción, para posteriormente situarse en la investigación crítica de las audiencias, desarrollando nuevas conceptualizaciones dentro del enfoque integral de Jensen, así como en la teoría de la estructuración de Giddens.

Se aleja de las corrientes de los estudios de efectos, la de usos y gratificaciones, y la de estudios culturales para finalmente ubicarse en la corriente de análisis de audiencias conjugando al receptor activo ubicándolo dentro de un análisis cultural poniendo énfasis en la interacción.

Como antecedentes a su trabajo y a partir de los cuales comienza a elaborar su propuesta de las múltiples mediaciones, entendiéndolas como “Un proceso estructurante que configura y también reconfigura la interacción de los televidentes con el medio y la creación del sentido de esa interacción”¹⁴ se encuentran las aportaciones de Jesús Martín Serrano y Jesús Martín Barbero, las cuales analizaremos más adelante.

¹⁴ Orozco Gómez Guillermo. Lo viejo y lo nuevo. Ediciones de la Torre. España 2000. pág. 205

Existen diversas experiencias tanto de teóricos como de comunicadores – investigadores en los campos de la investigación en los medios de comunicación, entre ellos, Jensen y Rosengreen¹⁵, investigadores nórdicos que sostienen cinco grandes modelos que abordan la interacción entre medios de comunicación y audiencia.

Primeramente, la corriente de efectos de los medios, es quizá la más vieja de todas, pero dentro del campo de la comunicación es la que ha tenido mayor constancia.

La historia del modelo de efectos ha tenido algunas variaciones a lo largo de su desarrollo, primero se consideraba la afirmación del filósofo canadiense Mc Luhan: “el medio es el mensaje”,¹⁶ es decir, se creía que el medio de comunicación por sí mismo era el mensaje.

Por otro lado se admite que hay efectos a corto, mediano y largo plazo, como también se sabe que existen efectos muy importantes y menos importantes, que permanecen independientemente de su duración, que se manifiestan la primera vez y una vez que se hacen presentes permanecen, algunos son irreversibles y otros momentáneos.

La mayoría de los estudios sobre los efectos que producen los medios de comunicación en el público han abordado el tema desde la psicología, la sociología y la semiología, y casi todos han concluido que los medios provocan una influencia evidente en los individuos. Sin embargo, lo que nunca se ha podido determinar es, ¿qué tanto influyen?

En los años 30, el sociólogo Harold D. Lasswell¹⁷ sostuvo que en todo proceso de comunicación hay un emisor, que lanza un mensaje, a través de un canal, el cual siempre tiene la intención de obtener un efecto en el receptor.

Los estudios sobre los efectos de los mensajes están centrados básicamente en cómo manipular, persuadir o influir a la audiencia.

¹⁵ Orozco Gómez Guillermo. “La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa.” Imdec. México, 1997. pág. 168

¹⁶ Mc. Luhan Marshall. “El medio es el mensaje.” Piados España 1992. pág. 86.

¹⁷ www.etcetera .com.mx/borquezbr.asp_ Bórquez, Bustos Rodolfo. La audiencia es el mensaje. Pag.2

Es importante señalar que en estas fechas aún prevalece la idea de que los medios poseen una gran capacidad para convencer, crear opinión y manipular ideológicamente a las masas, lo cual puede ser verdadero hasta cierto punto. Sin embargo, para que esto suceda deben existir otras variables, las cuales en la mayoría de los casos son más importantes que el simple contenido del mensaje, y el canal por el cual se envía.

Algunos autores también han observado que la medición empírica del acto de recepción de un mensaje televisivo y su determinación del efecto que provoca en el público, plantea una serie de problemas de confiabilidad en los datos, debido a que las respuestas de los receptores siempre está mediada por múltiples situaciones culturales, psicológicas, sociales, de género, de edad, etc.

Enfrentados a esta problemática, muchos investigadores de la comunicación han cambiado su campo de preocupación, ya no se preguntan, ¿Qué hacen los medios con las personas?, si no, ¿Qué hacen las personas con los medios? Esta ha sido la línea de investigación de las corrientes de usos y gratificaciones y los estudios culturales incluyendo los análisis de recepción

La teoría de usos y gratificaciones se desprende del funcionalismo clásico y cuestiona la vieja idea planteada en la teoría de los efectos de los medios, esto es, que los medios generan de forma unidireccional una influencia inmediata en el público a través de una relación de estímulo-respuesta.

Dichos autores también señalan que la audiencia no es pasiva que acepta el contenido de los mensajes sin ningún tipo de oposición, advirtiendo que los individuos primero seleccionan los mensajes que quieren consumir, dependiendo del placer o gratificación que representan para sus necesidades. Es decir, el receptor también es un iniciador en el proceso de comunicación, en el sentido de elegir el medio al cual se va a exponer, a su vez, por su capacidad de interpretar el mensaje con un cierto grado de autonomía, y por poseer el suficiente juicio para discernir y responder a la intención del emisor, lo que conocemos como proceso de retroalimentación.

Bajo esta perspectiva la audiencia es concebida como activa, señalando que la exposición de los individuos a un medio tiene como fin satisfacer necesidades cognitivas, afectivas, e integradoras a nivel social e intelectual.

El enfoque correspondiente a los estudios culturales reagrupan una serie de autores y tradiciones con posturas distintas, cuyo rasgo común es considerar a la cultura como una variable central en el análisis de lo social.

Esta corriente parte de la pregunta ¿Cuál es el papel de la cultura en la interacción medio-mensaje-audiencia?, no se trata de conocer esta relación en sí misma, sino que se trata de entender que el proceso de la comunicación se da dentro de una cultura.

Entendiendo por cultura la situación social concreta en la que esta inmerso el individuo, es decir, “La cultura engloba el conjunto de conocimientos, creencias, leyes, costumbres, técnicas y representaciones simbólicas que caracterizan a un determinado grupo humano, y lo distingue de los demás”.¹⁸

Y finalmente, una cuarta corriente la correspondiente al análisis de audiencias, que entiende que el receptor es activo y asume que cualquier análisis de medios no se puede dar fuera de un análisis cultural.

Sin embargo, no hace dicho análisis cultural, sino uno de recepción de los medios de comunicación, en donde lo que importa es la interacción entre medio, mensaje, audiencia y el producto de dicha interacción.

Aquí se considera a la audiencia activa y se plantea que lo importante del proceso de la comunicación no es la cantidad de exposiciones, como en el caso de la corriente de los efectos, sino mas bien la manera de interactuar, no de exponerse ante los medios.

Por lo tanto los medios de comunicación se constituyen en intermediarios, mediaciones o mediatizadores, no elementos independientes y, por lo tanto, mediatizan las relaciones entre los grupos.

3.1.2 La recepción televisiva.

La recepción televisiva es un proceso mediado que antecede y prosigue al mero momento de estar frente a la pantalla

¹⁸ García Simiburu, María. “Naturaleza y cultura en el hombre, aprendiendo a ser humanos”. Eunsa Pamplona, 1996. pág. 97

Maria Elena Sánchez Sosa define a la recepción como “un proceso de interacción por el cual nos apropiamos de mensajes y significados que pueden ser modificados o transformados con el paso del tiempo, al tener experiencias y opiniones diferentes y sobre todo al compartirlos con otros”.¹⁹

La recepción televisiva se asume, entonces, fundamentalmente como interacción, en donde ambos polos del proceso comunicativo (emisores y receptores) se vinculan de diversas maneras a partir de un referente común.

Es por ello que al trascender el simple contacto directo con la pantalla, el proceso de recepción sale y entra del lugar concreto donde se está viendo la televisión y es entonces cuando la recepción se despliega de manera indirecta a lo largo de varios escenarios la familia y la escuela, por donde transcurren las actividades cotidianas de los televidentes.

En lo que respecta a la familia es importante destacar que ésta no es sólo la institución social primaria, sino también la principal comunidad televisiva, ya que es en el seno familiar en donde surgen los sentidos y significados iniciales de sus referentes.

En cambio en el escenario escolar el televidente no está en contacto directo con los referentes televisivos, sino que estos son creados por los niños a través del intercambio usual con sus compañeros.

Esto es, en el caso particular de los niños, la recepción sale de la familia, pasa por el patio de la escuela y entra en el aula cuando los niños comentan lo que vieron el día anterior o juegan a ser los héroes televisivos durante el recreo.

Anteriormente se creía que la mera exposición a un determinado programa bastaba para que se reprodujeran ciertos efectos en los televidentes, hoy gracias a la investigación contemporánea sobre el tema de recepción televisiva, se hace evidente que no basta ver la televisión, lo que cuenta para que se lleve a cabo su influencia, es la manera y los modos de interactuar con la programación televisiva lo que importa.

¹⁹ Sánchez Sosa María Elena. Recepción. SEP-UPN. México 1994. pág. 48

Esto nos lleva a entender que existen distintos tipos de recepción televisiva, desde la pasiva, calificada como descuidada, complaciente, con las propuestas que ofrece la televisión, hasta una interacción crítica e inteligente con la programación, convirtiéndose así en una recepción crítica, destacando que lo importante para que los efectos de la televisión se cumplan no es la programación televisiva en sí misma, sino, precisamente, los tipos de interacción que con ella despliegan los televidentes.

Lo anterior no significa, sin embargo, que el referente ofrecido a través de la programación televisiva sea poco importante, sino simplemente quiere decir que, ese referente no determina del todo el resultado de la recepción, puesto que no existe garantía alguna de que las intenciones del emisor o las propuestas plasmadas o transmitidas de un determinado programa sean las que dominen y permanezcan entre los televidentes.

Las intenciones y propuestas televisivas ciertamente influyen y delimitan el ámbito posible de la negociación entre los televidentes, pero son siempre objeto de mediaciones diversas. Algunas, por supuesto, provienen de la televisión misma, en tanto como medio que cuenta con recursos para dotar de credibilidad y atractivo sus mensajes; otras nacen de la televisión en tanto institución cultural delimitada económica y políticamente de manera específica.

Otras fuentes de mediación son la cultura, que enmarca e influye los ámbitos, los modos y los intereses que se involucran en la recepción, o las competencias comunicativas de los televidentes que les permiten captar y comprender de cierta manera aquello que ven, o sus cosmovisiones, que inciden en sus apreciaciones sobre lo visto en la televisión, o sus posibilidades de uso, que modifican los sentidos iniciales que los televidentes otorgan a los referentes televisivos.

Por ejemplo, la recepción de noticias no siempre resulta un insumo para la cultura política de los televidentes, ni las noticias son asumidas con el mismo sentido en que fueron transmitidas, muchas veces la información televisiva constituye únicamente un tema más de conversación con los amigos o vecinos, o más aún, una simple opción de entretenimiento, pero no trasciende hacia una reflexión o toma de conciencia sobre los acontecimientos reportados, perdiéndose así la posibilidad de un verdadero aprendizaje, útil para la toma de decisiones, aun mas si falta objetividad a la información y se convierte en desinformación.

Por lo tanto teniendo en cuenta que la recepción es un largo y complejo proceso de mediaciones, es necesario retomar las seis premisas propuestas por Guillermo Orozco Gómez²⁰ ubicadas en la corriente de las multimediaciones, con la intención de comprender de manera más completa y precisa la conceptualización del proceso de recepción.

3.1.3 La recepción es un proceso mediado.

No sólo en su conjunto sino en cada uno de sus momentos, desde que se decide encender la televisión, seleccionar un programa, cambiar de canal, preferir ver la programación sola o acompañada, permanecer cierto tiempo frente al aparato o apagarlo constituyendo así las mediaciones que entran en juego en cada una de estas actividades y momentos.

Por ejemplo, los televidentes interactúan de muchas maneras y ponen en juego diversos ámbitos cognoscitivos, según se trate de un partido de fútbol, de una telenovela o de un noticiero. En el primer caso se ponen en juego básicamente emociones que se expresan durante la recepción y provocan un comportamiento expectante.

En relación con la telenovela, lo distintivo son los sentimientos, que los televidentes buscan compartir con quienes también disfrutan el drama generándose a la vez reafirmación de valores, conductas y juicios sobre la historia y los personajes que la interpretan, y con respecto a las noticias, quizá lo sobresaliente, aunque no siempre lo dominante, es la actitud racional frente a lo que se reporta y la necesidad de comentar lo que está sucediendo en la región, país o el mundo.

Esto tiene su fundamento en los distintos tipos de mediaciones que existen: cognoscitivas, culturales, de referencia, institucionales, y video tecnológicas, las cuales se explicarán más adelante.

- **LA RECEPCIÓN ES INTERACCION.**

Con el medio, con el género, con el mensaje, con nuestra cultura, con las instituciones, en fin, con todo lo que influye en nuestra significación de lo real.

²⁰ Charles Creel Mercedes, Orozco Gómez Guillermo. Educación para la recepción. Editorial Trillas México 1998. pág. 246.

- **EL MODO DE EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS ES LO IMPORTANTE:**

Si se ve la televisión de forma individual o colectivamente, crítica o acríticamente.

- **EL SUJETO RECEPTOR, UN MÚLTIPLE AGENTE SOCIAL:**

Esto implica que el receptor por el hecho de serlo no necesariamente deja de jugar otros roles en otros escenarios más allá del proceso de recepción, frente a los medios el receptor se presenta como un sujeto social simplemente, con una historia y un cúmulo de experiencias así como con ciertas características y determinantes.

- **LA COMUNICACIÓN SE PRODUCE EN EL PROCESO DE LA RECEPCIÓN:**

Es en el proceso de recepción en donde se produce la comunicación inmersa en la interacción de los emisores y receptores, recordemos que todo mensaje es polisémico susceptible a varias interpretaciones y el sujeto no es un recipiente vacío, sino todo lo contrario.

- **EL RECEPTOR SE VA HACIENDO DE DISTINTAS MANERAS:**

Los receptores no son sujetos estáticos, condenados a ser siempre televidentes de la misma manera, ni a tener siempre el mismo proceso de recepción sino que cambian, crecen y se transforman, “el receptor no nace sino que se hace”.

En síntesis, el modelo de las *multimediaciones* insiste en que la actividad de las audiencias las lleva a producir los significados y no sólo a reproducir los que le llegan a través de la televisión.

Es por ello que Orozco Gómez “afirma que las audiencias son activas, pero sobre todo creativas, ya que producen sentido en su interacción social; en donde los límites a esa producción no están dados sólo por razones individuales, sino más bien están dados a la creatividad en sí, en un escenario sociocultural específico”.²¹

²¹Ibidem. Pág. 127

Finalmente de este análisis deducimos que queda establecido para este trabajo la corriente de **Análisis de Audiencias** ya que contiene todos los elementos básicos para entender el proceso de recepción televisiva determinado por las diferentes mediaciones que finalmente se convierten en influencias determinantes dentro del proceso de recepción televisiva.

3.1.4 Las Mediaciones.

Retomando lo anteriormente mencionado en cuanto a los antecesores de Guillermo Orozco Gómez en relación con el tema, iniciaré comentando que Jesús Martín Serrano fue el primero en utilizar el término mediación. El habla de dos sistemas: el social y el de los medios de comunicación y plantea que la función del sistema de los medios es mediar entre el sistema social y la sociedad. Esta mediación puede ser estructural o cognitiva. La primera tiene que ver con la característica que le imprimen a los hechos y la segunda es la función de selección que poseen los medios de los acontecimientos sociales en cuanto a su relevancia.

Por su parte Jesús Martín Barbero nos dice que la mediación es el lugar desde donde se le otorga sentido al proceso de comunicación, poniendo a la cultura como la mediación más trascendente. Afirma que ningún componente está vinculado directamente con otro, sino que está mediado. Esto permite ver el contexto y no sólo las relaciones que se ponen en juego.

Posteriormente Barbero propone ir de las mediaciones a las prácticas sociales concretas. Es aquí cuando retrabaja la socialidad que tiene que ver con las prácticas cotidianas de todos los sujetos sociales, la ritualidad que esta relacionada con las rutinas- repetición de ciertas practicas- y la tecnicidad teniendo como punto de referencia al medio de comunicación desde el punto de vista técnico.

Y es intentando retomar estos conceptos y términos como Orozco Gómez, plantea la mediación múltiple, entendiéndola como un proceso que configura y reconfigura la interacción de los televidentes con el medio y la creación del sentido de dicha interacción.

Aporta cinco tipos de mediaciones, las cuales tratare de explicar brevemente:

- **LAS MEDIACIONES VIDEOTECNOLOGICAS:**

En donde la propia tecnología ejerce una mediación. Es la influencia ejercida por la propia tecnología en cuanto a la interacción y a la percepción ante la información. En ella se tiene en cuenta la 'creación' de las noticias, la presenciabilidad del receptor, la construcción de verosimilitud y la apelación emotiva del medio.

- **LAS MEDIACIONES COGNOSCITIVAS:**

Son aquellas que inciden en el proceso del conocimiento (lo afectivo, lo racional y lo valorativo).Dicho proceso incluye tanto el procesamiento lógico de la información que el sujeto trae a la pantalla, así como la generación de creencias y su valoración afectiva, permitiéndole procesar informaciones específicas, a la vez que lo estimula en la búsqueda de la información.

- **LAS MEDIACIONES CULTURALES:**

Se dan dependiendo de la cultura del televidente, puesto que no podemos perder de vista que el televidente es producto y miembro de una cultura en la cual están presentes sus interacciones sociales y especialmente su interacción con la televisión, esto influye desde la forma de acercarse a la televisión hasta en la forma de narrar el contenido de algún programa.

- Por su parte **LAS MEDIACIONES DE REFERENCIA**

Se agrupan en las diversas entidades del sujeto receptor, en cuanto a: cultura, sexo, condición socioeconómica, hasta su procedencia geográfica. Este tipo de mediaciones nos permiten conocer el nivel cultural de los televidentes, el cual influye de manera directa a la hora de seleccionar la programación, así mismo, el género es un factor esencial en las preferencias televisivas, puesto que las mujeres tienen mayor exposición a la televisión, en comparación con su contraparte, el género masculino.

- Finalmente **LAS MEDIACIONES INSTITUCIONALES:**

Desde las Instituciones (escuela, familia, iglesia, trabajo, grupo de referencia, etc) se da sentido a la propia producción de significados. La ‘invasión’ por parte de una institución no es tal, ya que ninguna institución (ya sea la familia, la escuela, la televisión, la iglesia...) ejerce una influencia monolítica en la sociedad, y porque la socialización se da en la conjunción de varias. Esta coexistencia a veces no es pacífica, ni está exenta de contradicciones. Algunas de las condiciones a tener en cuenta de esta mediación son: el poder, las reglas, las condiciones materiales y espaciales, la autoridad moral, la asignación de identidad y el desarrollo de clasificaciones que otorguen sentido al mundo.²²

Se refieren a todas aquellas instituciones sociales de referencia del televidente como son: la familia y la escuela, ya que es en ellas en donde el sujeto interactúa, recibe e intercambia información, es decir, se comunica, produciendo así los sentidos y significados.

Las mediaciones se entienden aquí como “el conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje y sus resultados, provenientes tanto de la mente del sujeto como del contexto sociocultural en el que se desenvuelve, esto incluye por supuesto, las intervenciones de los agentes sociales e instituciones en el proceso de recepción televisiva de los niños”²³

²² www.2.metodista.br/unesco/PCLA/revista/4perfis%204-1.htm.

²³ Orozco Gómez Guillermo. Op Cit. Pág. 158

Para abordarlas se tomo en cuenta algunos supuestos teóricos tales como:

- La relación receptores-televisión no es necesariamente mediatizada.
- La recepción es un proceso, no un momento.
- El significado televisivo es negociado por los receptores.
- La televisión en tanto institución social no es la única que significa la realidad.
- La interacción receptores – televisión no es individual sino colectiva

De este análisis se deduce que no hay procesos de recepción independientes de las mediaciones, pues el sujeto está influido por éstas y eso determina sus modos de interacción con la televisión.

CAPITULO IV

4.1 METODOLOGÍA

En lo que respecta a la metodología empleada en este trabajo se optó por el paradigma cualitativo que se origina en la corriente de la investigación de las audiencias, dentro del paradigma crítico de la comunicación. La investigación cualitativa se asocia más a métodos tales como la observación el estudio de casos, la etnografía, las entrevistas abiertas o el análisis.²⁴

El paradigma de investigación hace referencia al enfoque interpretativo que tiene como propósito comprender como la gente, en los ambientes cotidianos, crea los significados e interpreta los sucesos de su mundo.

En este caso la realidad es considerada como subjetiva en función de las características a investigar y de los propios sujetos de investigación.

La modalidad estudio de casos, se consideró la opción más adecuada para conocer la dinámica o proceso del asunto que ocupa esta investigación, esto es de los procesos de recepción televisiva, de las alumnas del sexto grado de la escuela primaria "María Monroy", Entre las principales características que se tomaron en cuenta para adoptar esta alternativa de investigación se consideró el hecho de ir reformulando la situación a investigar a lo largo del proceso de indagación.

Un punto importante de este proceso radica en la participación activa del investigador, la evolución del diseño de la investigación durante el proceso, las consideraciones respecto a la naturaleza de los ambientes así como la interpretación de los datos y su importante papel en la formulación de teorías.

El método de estudio de caso es una técnica de investigación cualitativa común, que en términos sencillos usa tantas fuentes de datos como sea posible para investigar sistemáticamente a individuos, grupos, organizaciones y sucesos.²⁵

²⁴ Mejía Arauz Rebeca, Sandoval Sergio Antonio. "Tras las vetas de la investigación cualitativa". Iteso. Pág. 42.

²⁵ Wimmer Roger, Dominick Joseph. "Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación". Ed. Thompson Editores. México 2001. pág124

Desde el punto de vista anterior, el proceso investigativo tuvo como punto de partida:

- *La selección y establecimiento de la problemática.*

Es importante señalar que un primer acercamiento a la definición del objeto de estudio, se dio como resultado de la indagación teórica y empírica que inició desde la elaboración de lo que fuera el proyecto de investigación. El producto de ello fue el planteamiento en el que se establecía “La indagación sobre los gustos y preferencias televisivas de las alumnas de la Escuela Primaria Urbana 320 “María Monroy” conformada por aproximadamente 300 alumnas.

Posteriormente y al considerar que ésta no tenía trascendencia en lo educativo y bajo la ininterrumpida revisión de la bibliografía y la aplicación de instrumentos de investigación, básicamente la observación a través del diario de campo, la entrevista y el cuestionario, se consideró la idea de indagar sobre “Los estereotipos que produce la televisión en los niñas”, esto, debido a las actitudes que presentaban cuando algún programa televisivo estaba de moda, además de considerar la condición de género de las alumnas de la escuela en cuestión. Entre algunas manifestaciones que dieron la pauta para pensar en esa problemática, menciono las siguientes:

-Caso 1. Alumna de segundo grado. Imitación de un acto suicida ocurrido en una telenovela. Argumentó que haber si así su hermana le hacía caso.

-Caso 2. Alumna de primer grado. La mamá platicó que después de ver un programa de “la pantera rosa”, en donde ésta se quitaba las arrugas del cuerpo con una plancha, la niña conectó la plancha y se planchó una mano para quitarse las arrugas de las coyunturas de los dedos. (cuando la niña tenía entre 3 y cuatro años de edad).

Datos como estos y otros relacionados con la imitación de conductas de personajes, interpretación de canciones, repetición de patrones lingüísticos, etc, arrojados por la aplicación de diferentes instrumentos de investigación, orientaron la indagación hacia los procesos de recepción televisiva; una vez que se recopiló información al respecto quedó establecido que los sujetos al momento de estar frente a la televisión se convierten en receptores, lo cual los hace formar parte de la audiencia. Con las aportaciones de Orozco Gómez sobre la corriente de las multimediaciones se definió el objeto de estudio, en función de entender que de la naturaleza y calidad de mediaciones que se dan durante los procesos de recepción dependen en gran medida las posturas que se adopten ante determinada programación.

Se planteó por lo tanto que los estereotipos, como las actitudes asumidas por las niñas respecto a los personajes de los programas y los gustos y las preferencias por algunos de ellos mantenían una estrecha relación con los llamados procesos de recepción televisiva. De ahí que se haya optado por conocerlos a fin de posibilitar una posible intervención alfabetizadora durante los mismos, a fin de que los niños sean capaces de asumir una posición crítica ante la televisión en este caso específico.

Es importante señalar que el proceso de indagación y la naturaleza del objeto de estudio se fue determinando en función de la congruencia que desde un principio se guardó con las características²⁶ que le son esenciales a la investigación del estudio de caso, esto es:

- Particularista: centrado desde un inicio en un fenómeno en particular contextualizado totalmente en la vida real de las alumnas, esto es; la relación entre televidente y televisor. Hecho sobre el cual giró siempre la indagación.
- Descriptivo: característica que permitió al ir abundando en la teoría y en el campo empírico, la formulación de una descripción detallada del tema.
- Heurístico: Tal como se señaló en los párrafos anteriores, se posibilitó durante el proceso la comprensión y el entendimiento, así como la clarificación del objeto de estudio, proceso que generó durante su desarrollo nuevas interpretaciones y perspectivas que finalmente lo definieron.

²⁶ Id.

- Inductivo: surgimiento de principios y generalizaciones que fueron surgiendo del examen de los datos. Desde las primeras observaciones y aplicaciones de los primeros instrumentos.

El proceso de indagación se llevó a cabo a través de distintas fuentes de referencia.

La información recabada a través de *documentos* fue de gran utilidad, de estos se rescató información relacionada con las alumnas integrantes del grupo, en cuanto a sus edades, nombres completos, domicilios, antecedentes escolares, etc. Asimismo se utilizó información de documentos sobre las características de la población tales como aspectos sociales, económicos, etc. También fue necesario indagar sobre aspectos relacionados con la televisión en la comunidad (televisión abierta, por cable, usuarios, etc)

Otra fuente de gran utilidad lo fue la entrevista, esta es una de las técnicas más usuales en ciencias sociales. Puede definirse como la relación que se establece entre el investigador y los sujetos de estudio. Puede ser individual o grupal, libre o dirigida.

Por medio de este instrumento se obtuvo información sobre diferentes aspectos que permitieron describir con mayor objetividad las situaciones relacionadas con el objeto de estudio, asimismo la interpretación de los hallazgos. Este instrumento se fortaleció con la aplicación de cuestionarios que permitieron en un momento dado verificar y confrontar las respuestas obtenidas encada uno de los medios. Un eje rector de la investigación en cuanto a la aplicación de instrumentos fue la observación/participación.

Específicamente se indagó sobre las mediaciones de tipo contextual, institucional, cultural y datos de referencia, la aplicación de cuestionarios y entrevistas tanto abiertas y a profundidad como individuales y colectivas se llevaron a cabo en un contexto de investigación participación por parte del investigador.

La observación participante parte de la idea de que existen muchas realidades que no pueden ser observadas de forma unitaria, por lo que cabe una diversificación en la interpretación de dicha realidad. Se trata de comprender los fenómenos, de indagar la intencionalidad. La fuente de los datos son las situaciones naturales, siendo el investigador el principal instrumento de recogida de datos. Investigador y sujeto de investigación se interrelacionan de forma tal que se influyen mutuamente.

Lo anterior no representó problema alguno pues el hecho de haber nacido y vivir en la comunidad de Etzatlán, Jalisco, planteó algunas ventajas. Por un lado el conocimiento de los diferentes componentes culturales de las personas, sus creencias, sus costumbres, sus valores, etc. Por otro la confianza de los sujetos a investigar, por el tiempo de convivencia y familiaridad en el trato como maestros alumnos de la escuela en la cual se encontraba el grupo de investigación.

Las mediaciones cognoscitivas, por su complejidad y particularidad, fueron analizadas en un grupo de 8 alumnas, a través del microanálisis como una forma de emplear la metodología interpretativa, éste es entendido como “un proceso que requiere de una cuidadosa obtención de datos para poder realizar un análisis minucioso y detallado”.²⁷

El microanálisis es equivalente a un lente que facilita el acceso a la configuración desde la interacción hasta el pensamiento y desde el pensamiento hasta la participación cultural. En este punto la recolección de datos se realizó a través de videograbaciones y grabaciones de diversos momentos en contacto con el aparato televisivo y después de presenciar la programación.

Lo anterior mantiene una relación estrecha con la investigación a realizar en otros campos para poder determinar las mediaciones que tienen que ver con la cultura del receptor, en general con los componentes de su contexto sociocultural.

Este tipo de análisis abarca varios aspectos de la interacción entre los participantes en un escenario social y también diversos aspectos que influyen y forman parte del escenario donde se realiza la actividad de los participantes.

En este punto el interés se basó principalmente en las manifestaciones cognoscitivas, significados y valores que refieren los interactuantes a través de sus expresiones verbales y otros modos de expresión no verbal, todo ello en relación con las formas de interactuar de los sujetos con el aparato televisivo, es decir, con los contenidos programáticos.

Al hablar de procesos de mediación, se consideró que debían ser tomados en cuenta todos los escenarios posibles a fin de determinar la calidad del proceso de recepción de los sujetos.

²⁷ Mejía Arauz Rebeca. Et.al. op. cit. pág. 104

CAPITULO V

5.1 HALLAZGOS

Como ya se afirmó a lo largo del documento, ver televisión no es un acto aislado, es un proceso que se encuentra mediatizado, condicionado y a la vez influido por diversos elementos provenientes del propio sujeto receptor, de las diversas instituciones sociales donde interactúa y de las características propias de la televisión en tanto institución cultural productora de sentidos y significados.

El sujeto receptor no se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco sino que trae a ella una serie de actitudes, ideas y valores o repertorio cultural que pone en juego con los repertorios preferentes propuestos en los mensajes televisivos. Por la misma razón, también se entiende que el receptor no consume irremediamente el mensaje propuesto sino que lleva ese mensaje a instancias sociales donde también interactúa. De ahí la importancia de explorar las diferentes mediaciones que intervienen en el proceso de recepción, pues de la misma naturaleza y formas como se manifiestan en cada sujeto, dependen los contactos televisivos y la adopción pasiva o crítica de los contenidos vistos por los sujetos.

Por tanto en este apartado se pretende enunciar los resultados encontrados al aplicar los diversos instrumentos que permitieron dar cuenta de los procesos mediacionales.

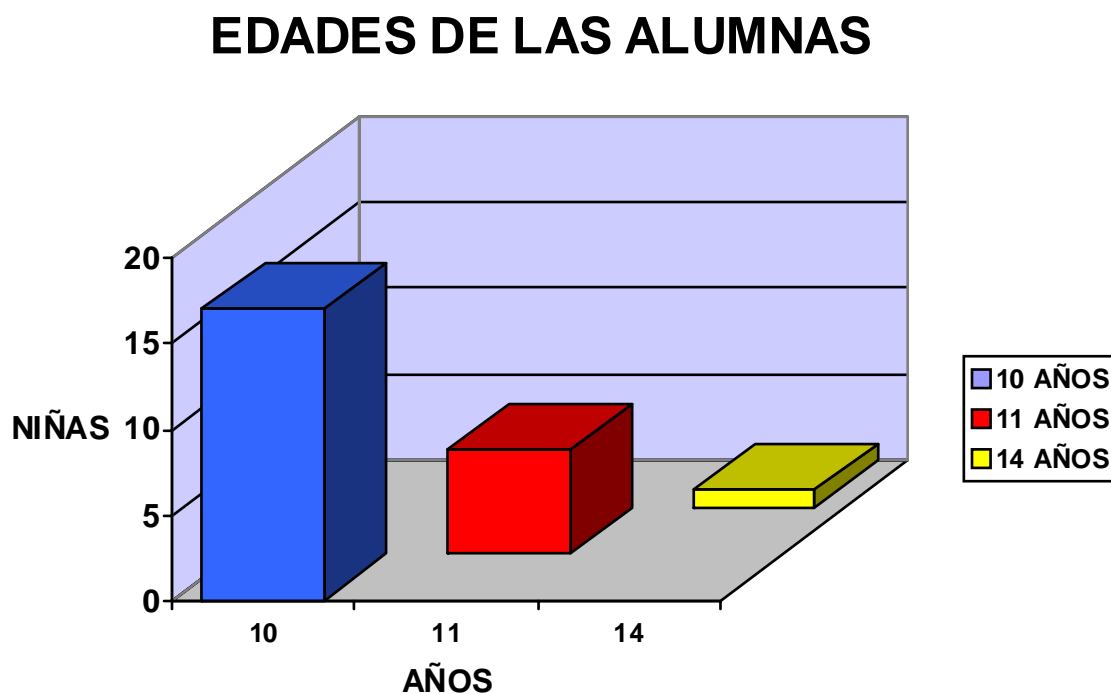
A continuación se enuncian las mediaciones exploradas:

- **MEDIACIONES DE REFERENCIA:**

La Escuela Urbana 320 “María Monroy” en donde se realizó la presente investigación cuenta con una población escolar de 330 niñas, y 14 docentes, 1 secretaria administrativa y 2 auxiliares de mantenimiento y servicios, por cuestiones de género es conocida como “La escuela de niñas”, en reconocimiento a una maestra originaria de la población que llevaba por nombre María Monroy.

Ahora bien, el grupo que se eligió para la investigación fue el de Sexto año B, en donde las edades de las alumnas fluctúan entre los 10 y 14 años; en esta edad considerada como la etapa de la amistad, en donde la vida social se hace más intensa, niños y niñas se integran perfectamente a un grupo social del cual espera el

apoyo en la solución de sus problemas, a la vez que se aísla de los adultos al darse cuenta que puede pensar y actuar independientemente, estas características favorecen en los niños su deseo por adoptar a la televisión como su mejor amiga y compañera en sus ratos libres, retomando de ella los estereotipos con los que se identifica y se siente importante.



Referente a los integrantes de la familia de cada una de las niñas investigadas, la mayoría de ellas tiene entre 2 y 3 hermanos (Ver anexo 2) los cuales en sus ratos libres al igual que su hermana de sexto grado, se dedican a ver televisión y jugar en lugar de dedicar sus horas libres a leer o a realizar otro tipo de actividad intelectual, repercutiendo tal situación en el salón de clases cuando construyen su aprendizaje, tomando en cuenta claro está, que las mamás en mayor proporción son amas de casa y sólo cuatro de ellas son profesionistas, al momento de ser interrogadas las alumnas al respecto, éstas respondieron lo siguiente:

A 1: Ah maestra, que quiere que yo haga, si mi mamá esta ocupada toda la tarde haciendo quehacer en la casa y no me ayuda a hacer la tarea, ni modo que me aburra, por eso veo la tele.

Otra respuesta fue la siguiente:

A 2: Mire maestra, mi mamá trabaja fuera de casa y casi no esta con nosotros, entonces, para no sentirnos solos mis hermanitos y yo, vemos la televisión toda la tarde.

Por otra parte, se recabó información de la Cédula Socioeconómica de ingreso a Secundaria 2006 para ampliar los datos de la cual se pudo rescatar lo siguiente:

- El número de personas que viven en casa incluyendo a la niña encuestada, fue de 2 integrantes en 7 casas, en 5 casas viven 10 integrantes y finalmente en 6 casas viven 9 integrantes.

- En lo referente al ingreso mensual de las familias encuestadas, éste fluctúa entre un sueldo de 2000 a 8000 pesos aproximadamente, ubicándolas en una clase social baja-media situación que se refleja en las preferencias de actividades extraescolares de las alumnas, tomando en cuenta que las diversiones con las que se cuenta en el pueblo de Etzatlán son escasas y rutinarias para los niños y jóvenes, a diferencia de la ciudad en donde se tiene el acceso a plazas comerciales, salas de cine, teatros o museos, motivo por el cual los niños no les queda más opción que elegir el único medio de diversión a su alcance, la televisión.

A continuación se anexa tabla de reporte del nivel socioeconómico de las alumnas:

CATEGORIZACIÓN DE LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS DE LAS ALUMNAS:

INGRESO MENSUAL FAMILIAR	TOTAL DE ALUMNAS
MENOS DE 2000 PESOS	6
DE 2000 HASTA 4000 PESOS	6
DE 4001 HASTA 6000 PESOS	6
DE 6001 HASTA 8000 PESOS	5
MAS DE 8000 PESOS	1
TOTAL	24

Ahora bien, en lo relacionado al trabajo de los padres de familia de las alumnas se obtuvieron los siguientes resultados:

TRABAJO DE LA MADRE DE FAMILIA.

TRABAJO QUE DESEMPEÑA MI MAMA	TOTAL DE MADRES DE FAMILIA
AMA DE CASA	16
MAESTRA	3
COSTURERA	2
EMPLEADA DOMESTICA	2
COMERCIANTE	1
TOTAL	24

TRABAJO DEL PADRE DE FAMILIA

TRABAJO QUE DESEMPEÑA MI PAPA	TOTAL DE PADRES DE FAMILIA
MAESTRO	4
INGENIERO	2
EMPLEADO	4
CHOFER	2
AGRICULTOR	3
CARPINTERO	2
ALBAÑIL	2
ABOGADO	1
SASTRE	1
COMERCIANTE	1
DUEÑO DE NEGOCIO	1
PENSIONADO	1
TOTAL	24

Los resultados de las tablas anteriores demuestran que los miembros de la familia que trabajan son:

- 22 padres de familia que tienen como misión sostener el hogar, de entre los cuales 7 padres son profesionistas, 15 más se dedican a varios oficios, 1 está pensionado y uno más es dueño de un negocio.
- Por su parte las madres de familia contribuyen al gasto familiar de alguna manera, 3 profesionistas trabajando fuera del hogar y del municipio, 5 desempeñando algún oficio y finalmente 16 amas de casa entregadas al hogar a la vez que se dedican a diversos oficios participando con ese ingreso al gasto familiar.

Tomando en cuenta que los padres de familia, en especial la mamá, son los pilares de la familia, así como los mediadores de la relación receptor-televisión de sus hijos, pude constatar lo siguiente, en el grupo investigado: dicha mediación no es del todo satisfactoria, desde el momento que ambos padres trabajan fuera de casa y no tienen el tiempo necesario para ver la televisión con sus hijos, motivo por el cual designan como la compañía adecuada para sus hijos en los ratos libres, al medio televisivo con la buena intención de que no salgan de casa en lo que ellos laboran, justificando su actitud con la idea "mis hijos corren más peligro en la calle que en la casa", sin imaginar por un momento que pudiera ser todo lo contrario, ya que un programa sin mediación adecuada puede ocasionar en los adolescentes de hoy grandes dudas respecto a los mensajes televisivos, ahora bien, en lo que respecta a las 15 madres de familia que están en casa, solo la mitad participa con sus hijas al momento de ver la televisión, es decir sólo 7 de ellas ejercen mediación con sus hijas al momento de ver la televisión.

En relación con la casa habitación de las alumnas, la siguiente tabla muestra la situación de cada una de las casas de las alumnas, destacando que los 24 hogares cuentan con todos los servicios públicos como son: agua potable, drenaje, luz eléctrica, teléfono, alumbrado público y pavimento, obteniéndose los siguientes resultados:

SITUACIÓN DE LA CASA HABITACIÓN	TOTAL
CASA PROPIA	16
CASA RENTADA	6
CASA PRESTADA	2
TOTAL	24

- **MEDIACIÓN VIDEOTECNOLOGICA.**

Dentro de este tipo de mediación se realizó primeramente una investigación general en relación con el número promedio de televisores en México con relación a otros países, obteniendo los siguientes resultados:

NÚMERO DE TELEVISORES EN MÉXICO COMPARADO CON OTROS PAISES:

PAÍS	NÚMERO DE TELEVISORES (POR CADA 1000 HABITANTES)
ESTADOS UNIDOS	816
CANADA	618
JAPÓN	618
ALEMANIA	559
AUSTRALIA	489
FRANCIA	412
ESPAÑA	400
ARGENTINA	220
CHILE	211
BRASIL	209
CUBA	170
VENEZUELA	163
MÉXICO	150
COLOMBIA	118
SUDAFRICA	101
PERÚ	99
PARAGUAY	83

WORLD STATISTICS POCKETBOOK, UNITED NATIONS, N.Y., 1997

Destacando que México, país predominantemente agrícola, en comparación con otros países ocupa el 12 lugar.

Posteriormente se investigó el hogar de cada una de las alumnas encuestadas observando que en general las características económicas de la mayoría de las familias de las niñas les posibilitan un acceso a diferentes medios masivos de comunicación. En las visitas realizadas a los hogares se pudo observar que en algunos casos había ausencia de enseres básicos para la casa, sin embargo había mínimo una televisión, un estéreo o grabadora, un DVD, y en algunos casos aparatos de videojuegos y de cómputo.

En el caso del centro escolar, Escuela Urbana 320 "María Monroy" la tecnología entró de moda a partir de febrero de este año al instalarse en cuatro aulas la Enciclomedia que consta de un cañón, un pizarrón tipo pantalla, una bocina, un equipo completo de computo, un lápiz óptico así como una gran variedad de videos, actividades e interactivos y juegos que favorecen el aprendizaje significativo en las alumnas.

Cabe señalar que anteriormente solo se contaba con una televisión, un equipo de sonido, una video casetera y una grabadora y su uso se reducía a ocasiones muy especiales (festivales o ceremonias) y en el caso de la televisión sólo en algunos grados mientras que en otros su uso era nulo.

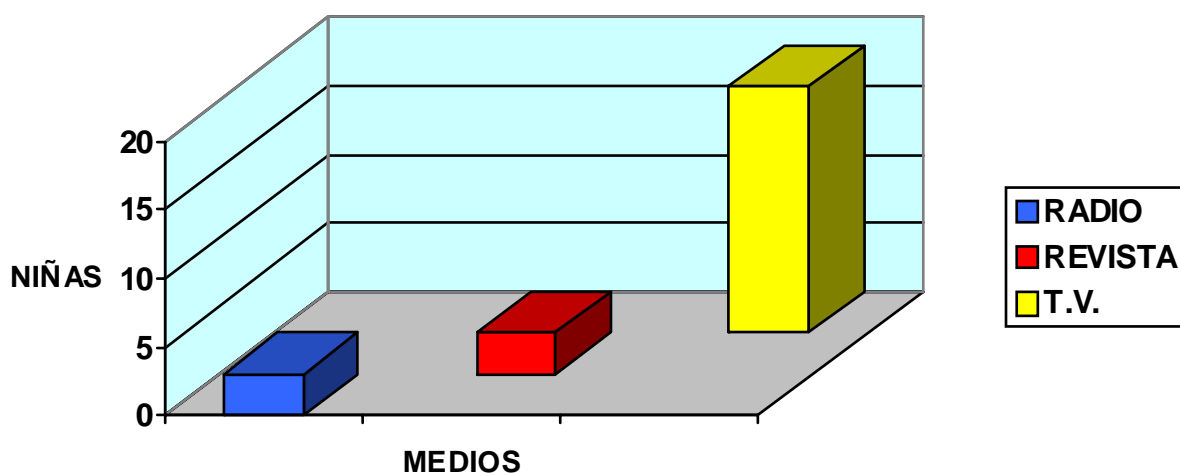
En este caso podemos decir que la mediación videotecnológica, (es aquella en la que la tecnología ejerce una mediación) estando presente en todos los hogares de las niñas del grupo. Mientras que en la escuela es muy ocasional, puesto que los educadores podríamos ser mediadores en el uso de los medios de comunicación, sin embargo no asumimos dicho rol como debiera, motivo por el cual la mediación pedagógica no esta presente en los procesos de recepción.

Un caso que llamó mucho la atención en este aspecto es el de una compañera que atiende el grupo de cuarto año, y desde su punto de vista ella promueve el uso de los medios en el aula, especialmente en el video, argumentando que obtiene resultados muy favorables, situación tal que le pedí permiso para observar su clase, en donde sucedió lo siguiente:

Por un lado la maestra no ejerce ningún tipo de mediación al momento de ver la película, ya que pone el video y se sale del salón a tomar un café, y por otro lado no evalúa resultados, entonces, ¿Cómo es que obtiene resultados favorables con el uso de los medios? . Claro está, tomando en cuenta la teoría se puede dar respuesta a la premisa, si la mediación videotecnológica es aquella que ejerce la

tecnología por sí misma, entonces se asume que en las alumnas se da este tipo de mediación más no una mediación pedagógica.

La importancia que tienen los medios de comunicación para cada una de las alumnas, así como cual era prioritario para ellas se muestra en la siguiente gráfica.



- MEDIACIONES CULTURALES.

La cultura es un factor predominante no sólo en la vida de cada uno de los individuos sino también en el uso de la televisión, en sus gustos y preferencias de tan variada programación, hoy en día resulta sorprendente el constatar que en la gran mayoría de los hogares pertenecientes a la clase social baja-media, la programación por orden de preferencia se ubica de la siguiente manera: telenovelas, películas mexicanas, programas de concursos, talk shows y las caricaturas, en cambio cuando en los miembros de la familia su cultura es más elevada estos gustos televisivos se dirigen hacia los documentales, noticieros, deportes y en último lugar las telenovelas, sin dejar de lado algunas excepciones al respecto.

Otro factor importante es el género, las diferencias entre los hombres y las mujeres son muy marcadas, la sociedad por sí misma hace la diferencia, atribuyendo adjetivos que los califican, por ejemplo, a lo femenino lo relacionan con lo afectivo, emotivo o sensible, mientras que a lo masculino de independientes y

fuertes, también se califican algunas funciones asignadas tradicionalmente a las mujeres y a los hombres.

Respecto al consumo de los medios de comunicación, se atribuye que las mujeres son mayores consumidoras de programas televisivos que los hombres, esto aunado a la diferencia en los intereses y preferencias televisivas de las mujeres y los hombres, las cuales son muy diferentes, hablando del sexo masculino, éstos prefieren los deportes o los noticieros antes que las telenovelas, argumentando que esos programas son para mujeres, en cambio, el sexo femenino, gusta de telenovelas de moda, musicales, programas de consejos, como "nuestra casa", y "hoy", canales de recetas de cocina, de moda en ropa y maquillajes, etc., los cuales se relacionan con su vida diaria.

Retomando las preferencias televisivas considero importante especificar las características principales de la adolescencia, puesto que es precisamente en esta etapa en la que se encuentran ubicadas las alumnas encuestadas; empezaré por mencionar que la adolescencia es la etapa de la vida en la que suceden una serie de cambios tanto físicos como la pubertad, psicológicos como la maduración de las capacidades cognitivas y sociales que permiten la interacción de los individuos así como la integración a la sociedad en la que pertenecen.

Es por esos motivos que los adolescentes están en un estado incesante de información a la vez que sienten el deseo de vivir experiencias nuevas cada día, tal vez por eso es que dedican una buena parte de su tiempo a consumir música, a ver televisión, a leer revistas y otros medios, los cuales le pueden brindar una orientación muchas veces clara, otras confusa y normalmente contradictoria.

Ahora bien, los gustos televisivos en esta etapa se orientan hacia los programas de acción, películas, melodramas, música, espectáculos y en algunas ocasiones a los deportes, claro esta, como se menciono anteriormente, dependerá de los estratos socioeconómicos y de género.

Finalmente el entorno social en el que se desenvuelve el sujeto receptor como producto y miembro de una sociedad nos permite apreciar las interacciones sociales ya que estas son un indicador fundamental en la recepción televisiva de los individuos, por lo cual se decidió realizar una encuesta obteniendo los siguientes indicadores:

ESCOLARIDAD FAMILIAR

NIVEL MÁXIMO DE ESTUDIO.	MAMÁ	PAPÁ
PRIMARIA COMPLETA	9	7
HASTA 4 DE PRIMARIA	1	2
PRIMARIA Y CAPACITACION TÉCNICA	1	0
SECUNDARIA	4	2
SECUNDARIA Y CAPACITACION TÉCNICA	3	0
BACHILLERATO	1	2
BACHILLERATO Y CAPACITACION TÉCNICA	0	1
LICENCIATURA	3	7
POSGRADO	0	1
TOTAL	22	22

Estos datos proporcionaron de manera clara la escolaridad de los padres a fin de tomar en cuenta qué tanto pueden ayudar a sus hijos no sólo con sus tareas escolares sino también en motivarlos e impulsarlos a superarse, a la vez que reflejan el grado de mediación familiar que pudiera generarse entre ellos, no olvidemos que la educación inicia en el seno familiar y ello repercute directamente en la socialización de los hijos.

Un dato también significativo en este aspecto es el acceso que tienen las alumnas con los medios y con las tecnologías de la información en donde la mayoría de las alumnas accesa a la computadora sólo para hacer tareas, pues argumentan:

“Es más fácil y más rápido que ir a la biblioteca a buscar en los libros, porque nomás escribes lo que buscas y luego, luego sale todo y no tienes que leer tanto”

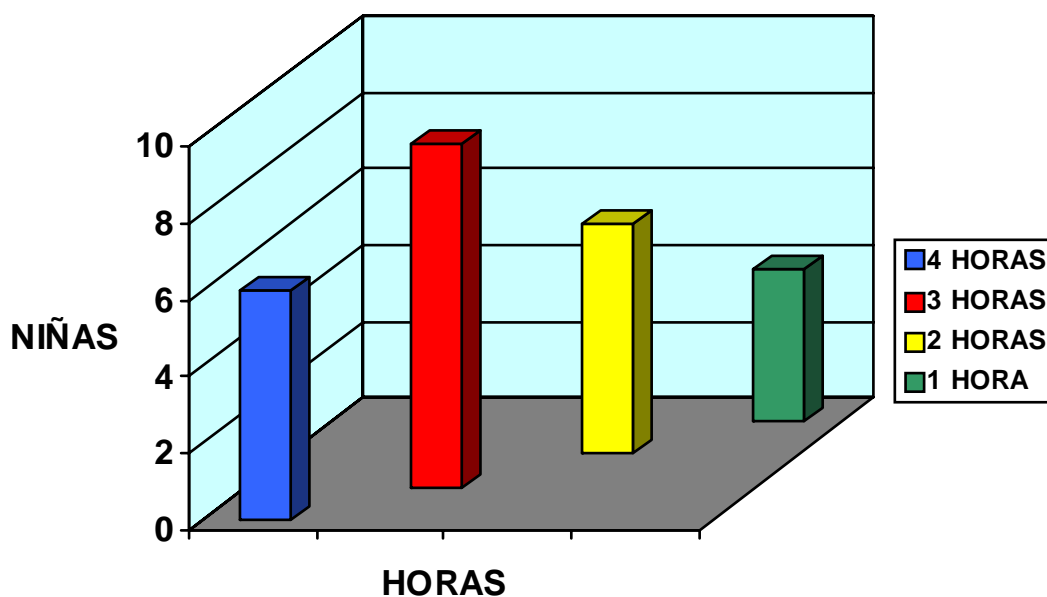
Lo anterior es un indicador de la necesidad de mediar pedagógicamente estas prácticas, que realizadas de esta manera no favorecen la construcción de aprendizajes.

Por otro lado se constató que ésta práctica se realiza aún en los hogares donde se cuenta con un acervo bibliográfico importante. (1 a 100 libros). Al preguntar sobre la frecuencia con que acuden a la biblioteca, 11 niñas respondieron que a veces, 10 más que nunca iban y sólo 3 acuden con frecuencia.

Ahora bien referente a la televisión, las alumnas cuentan con más de una televisión en casa a la que dedican de 1 a 4 horas aproximadamente de su tiempo libre, en donde las telenovelas, las caricaturas y las películas de acción ocupan los primeros lugares dentro de sus preferencias televisivas.

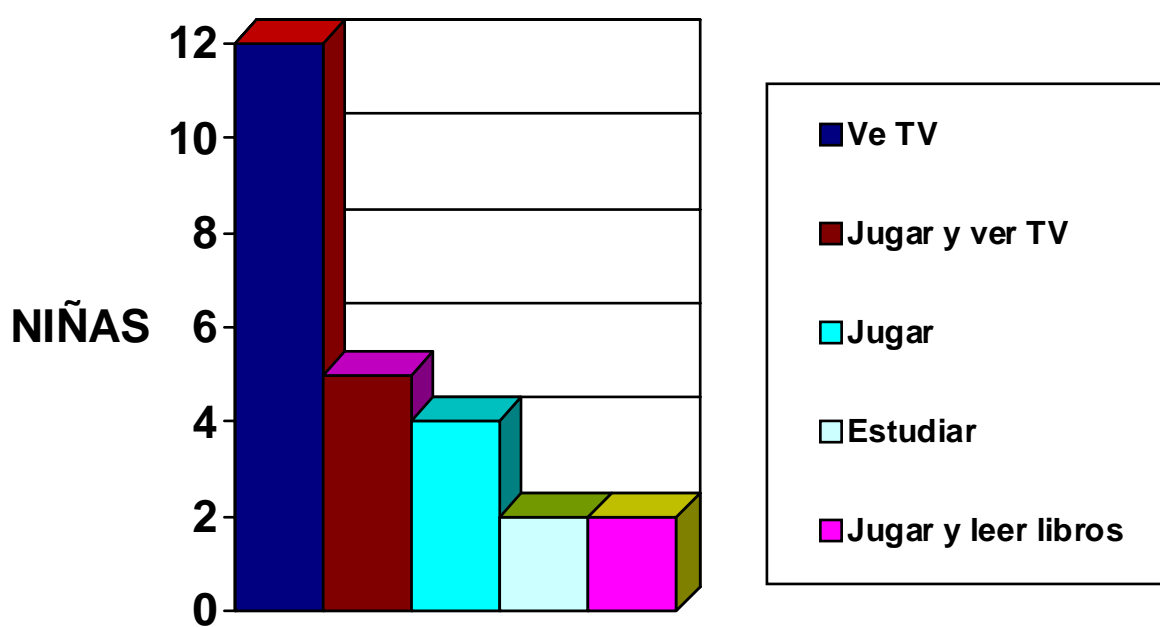
La siguiente gráfica nos presenta un panorama general de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas referente al tiempo que dedican las alumnas a ver la televisión en casa. (Ver anexo 4)

TIEMPO QUE DEDICA A VER T.V.

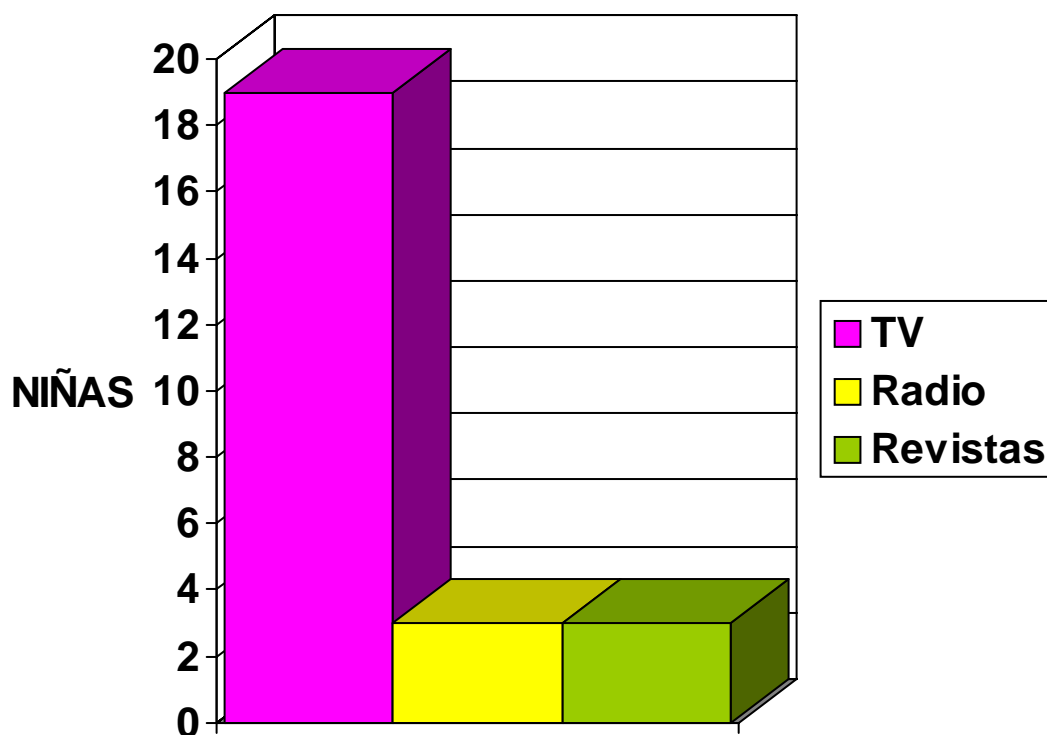


Concluyendo que los pequeños de hoy, ven televisión la mayor parte de su tiempo libre, disfrutan de ella y la incluyen como parte indispensable en sus actividades diarias, dejando de lado las actividades al aire libre, las reuniones con sus compañeros y amigos, la convivencia con su familia, etc.

El promedio de horas que los niños pasan frente al televisor es un indicador del tiempo que restan a otras actividades anteriormente mencionadas, así como el poder estudiar, jugar o leer libros.



Por lo tanto el medio que ocupa el primer lugar en los ratos libres de los niños es la televisión.



Ello indica una relación importante entre las mediaciones video tecnológicas, pues al contar con uno o varios aparatos televisivos, basta con que el niño lo encienda y deje de molestar a los otros miembros de la familia que también hacen lo mismo, el contexto cultural y social además posibilita el acercamiento por horas pues no ofrece alternativas que le permitan ocupar su tiempo libre en actividades atractivas o estimulantes para su desarrollo.

- MEDIACIONES INSTITUCIONALES

En este tipo de mediación participan distintas instituciones como la familia, la escuela, el trabajo, la iglesia, en las cuales se le da el sentido a la propia producción de significados, ahí se produce también cultura y se interactúa con otra serie de informaciones.

En el caso específico de recepción de los niños respecto a la televisión son importantes tres tipos de instituciones:

- Los amigos,
- La escuela, y
- La familia.

La mediación familiar considera aspectos como: tiempo de exposición al televisor, estrato-socioeconómico, formas de comunicación: familias, disciplina, fomento de gustos y actividades distintas en la televisión.

Recordemos que la familia y la escuela son los dos pilares básicos en la formación integral de los individuos

La familia es por lo tanto, la institución social primaria en donde se dan los aprendizajes más importantes en la vida del individuo, siendo ésta la formadora del cimiento en la formación de valores y en la socialización de sus hijos, así como las diversas interacciones que le permiten crecer y desarrollarse no sólo físicamente sino también psicológicamente .

Ahora bien existe la creencia acerca de que la televisión atenta contra la comunicación familiar inevitablemente en todos los casos, sin embargo, estudios sobre la televisión y familia concluyen que la televisión no es necesariamente un elemento negativo en la familia, desde el punto de vista de Morley (1986) el cual señala “la comunicación familiar como el contexto / ámbito en donde es posible desarrollar positivamente la interacción con el medio”²⁸ siempre y cuando la familia se comunique satisfactoriamente y cumpla con su papel de mediadora.

28 Aguaded José Ignacio. Convivir con la televisión. (familia, educación y recepción televisiva). España 1999. Paidós papeles de comunicación 25. pp 356.

Por su parte, Leichter, 1978 afirma que “es en la familia en donde se da una importante mediación que filtra las influencias educacionales (externas) mediante los procesos por los cuales ella cierne, interpreta, crítica, refuerza, complementa, contractúa, refracta y transforma esas influencias”²⁹

Para que la familia realice su función como institución educadora y socializadora necesita tomar conciencia y participar activamente en esta ardua tarea, la cual se ha visto obstaculizada en estos tiempos a causa de que en la mayoría de los hogares mexicanos la madre trabaja fuera de casa para apoyar a su pareja con el gasto familiar, dejando en su lugar a la gran amiga de los niños: la televisión que aún sin proponérselo esta realizando las funciones de la más importante de las instituciones generadoras de aprendizajes, la familia sólo que con una gran diferencia , la televisión como aparato carece de sentimientos, no tiene propósitos fijos, lanza informaciones que en la mayoría de los casos por carecer de una mediación provoca en los niños efectos negativos nada provechosos para su vida, en cambio la familia con la intención de dar lo mejor a sus integrantes, puede aprovechar adecuadamente la programación televisiva actuando como mediadora entre el mensaje y la audiencia, aparte de mostrar actitudes llenas de cariño hacia los suyos, lo cual es indispensable para la buena formación de la autoestima en los individuos.

A partir de la premisa de que la familia es crucial en las interacciones que los telespectadores establecen con la televisión, se pueden distinguir tres tipos de mediación hacia la influencia de la televisión:

a) Mediación restrictiva:

Los padres establecen normas y controlan la televisión en términos de tiempo y programas.

b) Mediación evaluativa:

Los padres discuten y critican los programas comerciales con los niños.

c) Mediación desfocalizada:

29 Aguaded José Ignacio, op cit. pág. 28

Los padres realizan una evaluación muy generalizada de la televisión; tal tipo de guía incluye el ver programas con el niño sin mayor justificación y sin hacer comentarios evaluativos de lo que se ve.

Tomando en cuenta lo anterior se diseñaron unas encuestas que permitieran abordar las mediaciones familiares en mis alumnas, las cuales se aplicaron a las niñas, a las madres y a los padres de familia, en un primer acercamiento se hicieron con las 24 alumnas (Ver anexo 4).

La información de dichas encuestas reportaron que los gustos televisivos de las madres de familia se concentran en telenovelas, reality shows y películas, los horarios más frecuentes son las tardes y las noches, en los casos en que sólo hay una televisión en casa el control televisivo lo tienen el papá o la mamá, el resto de la familia se integra a ver la programación de los primeros.

En los lugares en donde hay dos o más televisiones, cada quien se concentra en las recamaras o en la sala a ver su programa favorito, en estos casos hay aislamiento y nula interacción entre los miembros de la familia.

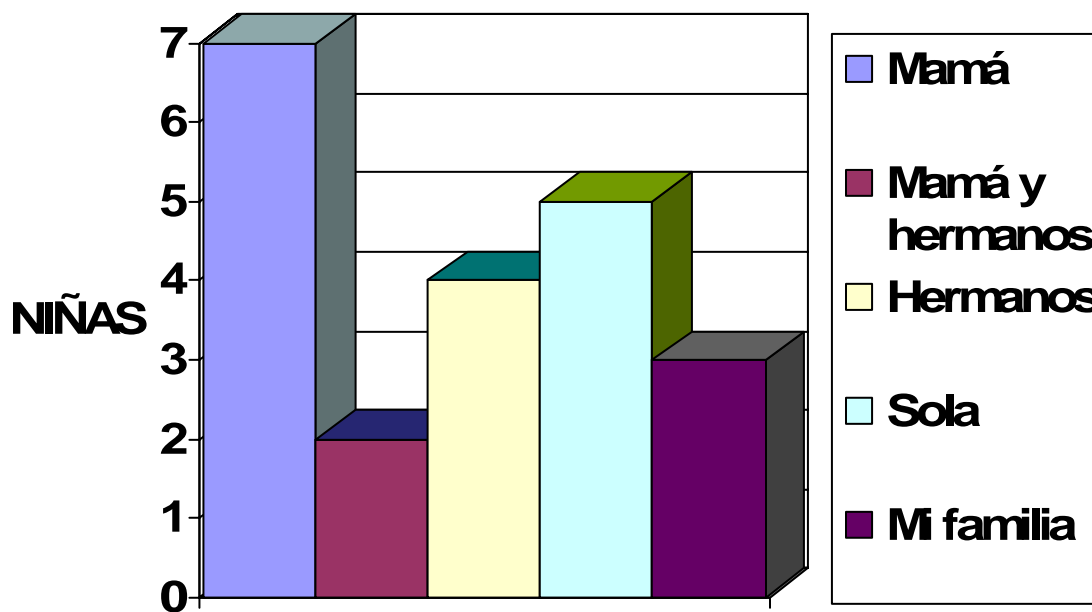
De las encuestas aplicadas se seleccionaron al azar una muestra de solo 8 alumnas a las cuales en un segundo momento se les aplico una entrevista abierta de la cual anexo el guión a continuación:

- 1.- ¿Quién te acompaña cuando ves televisión?
- 2.- ¿Qué tipo de programa acostumbras ver?
- 3.- ¿Cuándo ves televisión que otra actividad realizas al mismo tiempo?
- 4.- ¿Quién decide los programas que ves en la televisión en tu casa?
- 5.-¿Cómo ven la televisión en tu casa?
- 6.- ¿Platican cuando ven la televisión?
- 7.- ¿Qué hacen los que te acompañan cuando están viendo la televisión?

9.- ¿Se hacen comentarios durante el programa?

10.-¿Después de ver el programa comentan sobre él?

Obteniendo los siguientes resultados:



La gráfica muestra que aunque en la mayoría de los casos, las niñas ven la televisión acompañadas, la presencia es sólo física, ya que las respuestas sobre las interacciones que se dan entre quienes las acompañan en el acto televisivo son escasas, incluso manejadas sobre la advertencia de no hablar mientras transcurre el programa.

Lo anterior es una evidencia de que las mediaciones familiares no favorecen procesos de recepción crítica por parte de las alumnas, la información llega indiscriminadamente, incluso los contenidos pocas veces son cuestionados, tal es el caso de las telenovelas o los reality shows.

Aquí cabe destacar la importancia de hacer reflexionar sobre estos contenidos, ya que muchas veces abordan temáticas pseudo reales que las niñas asumen como propias o posibles de llevarse a cabo en la vida real.

Recordemos que la televisión constituye una ventana abierta al mundo, cuya realidad se puede contemplar desde la comodidad del hogar, tomando en cuenta que es necesario hacer hincapié en los niños y jóvenes, que todo programa televisivo no es lo que sucede en la realidad sino en la imagen de dicha realidad, que todas las imágenes nos vienen dadas por quienes han diseñado el mensaje, es decir, no vemos lo que nosotros elegimos sino lo que eligen para que veamos.

Pocos inventos en nuestra historia han significado tanto en la vida cotidiana del hombre como lo ha hecho la televisión; ha cambiado la percepción del mundo, las creencias, los valores y los conocimientos. La revolución tecnológica de imágenes y sonidos provoca un nuevo tipo de inteligencia, un nuevo tipo de desarrollo, encaminado principalmente a lo emocional, lo intuitivo y porque no lo sintético.

“La imagen en sí misma, a pesar de elementos tomados del mundo, es un objeto que parte no sólo de la percepción objetiva de la realidad, sino de las percepciones subjetivas también. Es pues una selección deliberada que contiene diversos elementos que la dotan de significado”.

En el caso de las imágenes proyectadas en la televisión, éstas tienen una composición en donde intervienen varios factores como: encuadre, color, luz, planos, movimientos, mensajes subliminales, entre otros.

Al hablar de encuadre me refiero a la selección de elementos significantes en donde se contraste los puntos de interés, la dinámica visual y los puntos de tensión (formatos de cine, comics, recorte de pantalla, etc.)

Los fenómenos como la luz y el color tienen una influencia directa de nuestra forma de percibir, en las emociones y en la forma de procesar la información que nos llega.

Los planos son los que ayudan a determinar la escala de la imagen que se proyecta, es decir, el tamaño al que aparecerán los objetos personales y paisajes, pueden ser: planos generales, completos, medios, americanos, de detalle, primer plano, el gran plano general y el gran primer plano, éstos se diseñan según el país y el medio de que se trate.

Los movimientos de cámara, por su parte, son los encargados de imprimir otro ritmo y otra dimensión a las imágenes, gracias a ello podemos seguir a los personajes hasta los lugares insólitos y privados, los inesperados, o sea, percibir de cerca la dinámica de su actividad.

Por su parte, los mensajes subliminales se definen como una percepción subliminal, o como una recepción subliminal, es decir, las fuerzas sensoriales del sistema nervioso que se comunican con nuestro inconsciente, explicado más sencillamente, quedaría como los mensajes ocultos de la publicidad, que son captados de manera inconsciente por nuestro cerebro y no por los ojos o los oídos, aquellas frases que producen un efecto inmediato en nosotros, propiciando que reaccionemos más no que reflexionemos, un ejemplo palpable de ello es el anuncio de sabritas con su frase : **SABRITAS, PAPAS SABRITAS A QUE NO PUEDES COMER SOLO UNA**, traducido al momento de percepción del televidente, es una invitación para acudir al supermercado o tienda más cercana a comprar una bolsa de papas sabritas, principal intención del empresario que anuncio su producto en la televisión.

El ser humano esencialmente transformador corre el riesgo de distorsionar la intencionalidad de la publicidad sino cuenta con una adecuada alfabetización audiovisual o por lo menos una correcta mediación al tiempo de ver la televisión considerando que la mediación familiar es fundamental en el desarrollo de las concepciones que se gestan en el pensamiento del niño.

Las instituciones principales en las cuales conviven y pasan la mayor parte del tiempo son la familia y la escuela. En ambas se encuentran las personas más cercanas a ellos: familiares y amigos. Así como los principales personajes de autoridad: padres y maestros.

Es por ello que los padres de familia necesitan acompañar a sus hijos en el momento que éstos ven la televisión, ayudándoles a tener experiencias positivas con dicho medio de comunicación, ¿Cómo?, haciendo lo siguiente:

- Mirar los programas preferidos de sus hijos al mismo tiempo que los niños deciden verlos.
- Escoger programas apropiados al nivel de desarrollo del niño.
- Poner límites a la cantidad del tiempo que pasan frente a la televisión (a diario y por semana) evitando que los niños vean la televisión por horas de corrido.

- Apagar la televisión durante las horas de las comidas, ya que ese tiempo esta dedicado para conversar con otros miembros de la familia y no para mirar la televisión.
- Por otro lado el tiempo de estudio, esta dedicado al aprendizaje y es necesario concientizar al niño que esas horas están destinadas a repasar sus lecciones de la escuela y no son para sentarse frente a la televisión mientras hacen la tarea sino para concentrarse en los temas de estudio.
- Apagar los programas que no le parezcan apropiados para su hijo, tomando en cuenta que la programación de la televisión abierta así como la de cable es apropiada, pero las telenovelas, las comedias para adultos y los programas de conversación de adultos no lo son.
- Estimular decisiones en su hijo sobre lo que están viendo cuando disfrutan del programa.
- Señalar los comportamientos positivos de los personajes del programa como por ejemplo la cooperación, la amistad y el interés por otros.
- Mientras están disfrutando del programa es importante hacer conexiones con la historia, libros, lugares de interés, eventos personales.
- Hablarle de valores personales y familiares y cómo se relacionan con lo que están viendo en el programa, comparando lo visto con eventos reales.
- Dejarle ver las cosas negativas del programa, como ejemplo, la violencia sin perder de vista que la televisión en sí misma, no debe ser satanizada, puesto que por otro lado, es un instrumento eficaz para el desarrollo y enriquecimiento humano, me refiero especialmente a los pocos pero excelentes programas que han demostrado lo positivo de este medio, propiciando nuevas habilidades en los televidentes, a la vez que ampliando su visión del mundo.
- Es importante que discutan con sus hijos el papel de la publicidad y su influencia en lo que compra haciéndole saber la diferencia entre lo real y lo verdadero. Sin dejar de lado que la televisión por excelencia se caracteriza por

presentar de manera atractiva y estimulante su programación de manera que genere en el televidente emociones y sensaciones que lo hacen dependiente de la programación televisiva.

Por tal motivo considero que con estas pautas a seguir los niños y adolescentes pueden aprender a usar la televisión de una manera saludable y positiva.

LA ESCUELA:

La escuela tiene como propósito central dentro del Plan y Programa de estudio “estimular las habilidades que son necesarias para el aprendizaje permanente a través de la adquisición de conocimientos que estén asociados con el ejercicio de habilidades intelectuales y de la reflexión”³⁰ encaminados a la formación integral de los niños, es también una institución socializadora y mediadora por excelencia.

Además de ser el escenario en donde los alumnos reconstruyen los significados televisivos de la programación televisiva que ven en sus casas a través de la interacción con sus compañeros y en algunos casos con sus maestros.

En cuanto al contexto institucional como ya se había mencionado lo conforman 14 grupos de primero a sexto grado, atendidos por maestras y un solo hombre dentro de la plantilla escolar.

En lo que respecta a mis compañeros de trabajo a través de la convivencia diaria, observaciones y pláticas pude detectar que la mayoría de ellos están abiertos a trabajar con los medios de comunicación especialmente con la televisión dentro del aula, solo que la usan con poca frecuencia a causa de que desconocen las estrategias más adecuadas para usarla de manera formativa, en estos casos señalan la necesidad de conocer información relacionada con la alfabetización audiovisual para con ello facilitar y favorecer la mediación pedagógica.

La Mediación Pedagógica se entiende como “ el tratamiento de contenidos y de las formas de expresión de los diferentes temas a fin de hacer posible el acto

³⁰ SEP. “Plan y programas de estudio” 1993.

educativo, dentro del horizonte de una educación concebida como participación, creatividad, expresividad y relacionalidad:³¹

Estos eventos no forman parte del repertorio de acciones del docente con su grupo al estar frente al televisor o al entrar en episodios relacionados con programación televisiva. El siguiente ejemplo así lo ilustra:

“El grupo de tercer año conformado por 25 alumnas de 8 años de edad aproximadamente, se encuentra en la clase de matemáticas, se escuchan cuchicheos y ruidos entre las niñas, la maestra las sorprende haciendo comentarios sobre un programa televisivo, les llama la atención y les dice que no es momento de platicar de esas cosas por lo tanto se van a quedar castigadas, aquí vienen a estudiar no a jugar ni a platicar, me escucharon que les quede bien claro, no quiero que se vuelva a repetir ”

El argumento de los compañeros renuentes al uso de la televisión no es grato ni favorable para las alumnas, ya que les obstaculiza la socialización dentro del aula, y la actitud del docente no permite una adecuada y buena comunicación con sus alumnas, además que permite darse cuenta de la poca preparación de la docente en lo referente al uso de medios en clase ya que el argumentar que no es su papel fomentar los vicios (ver televisión) en las alumnas, puesto que desde su punto de vista las hace perezosas, distraídas y muy majaderas puesto que les encanta imitar lo que no es deseable en los personajes de cierto o cual programa.

Otro evento poco favorecedor se ejemplifica con una situación en que la maestra que atendía el quinto grado utilizó la proyección de una película titulada “El milagro de la vida”, con el fin pedagógico de explicar a través de imágenes tipo caricatura y explicaciones con lenguaje adaptado al nivel de primaria, los aparatos reproductores, el embarazo y el parto y levemente lo que son las relaciones sexuales y el uso del condón.

La maestra antes de iniciar con la película, pidió a sus alumnas que registraran en su cuaderno todas las dudas y al final hicieran las preguntas. En el momento que se inicio la lluvia de ideas en vez de orientarlas adecuadamente se evadieron preguntas y no se dio la información requerida en ese momento por las alumnas, esta situación provoco grandes conflictos en las niñas quienes manifestaron dudas e inconsistencias sobre el tema, acudieron a otras instancias como fueron parientes, primos de sus amigas, amigos, etc., los cuales no

31 Gutiérrez Pérez Francisco, Prieto Castillo Daniel. “La mediación pedagógica” Apuntes para una educación alternativa a distancia. 1ª edición. 1991.

satisficieron sus inquietudes o en ocasiones distorsionaron la información provocando conocimientos equivocados en las niñas.

Un ejemplo de ello es el siguiente diálogo:

Maestra (M): Bien niñas cuáles son las dudas que tienen sobre la película.

/ Fany levanta la mano y pregunta /

Alumna (A): Oiga maestra si las mujeres menstruamos a los hombres les pasa lo mismo?.

M: Claro, sólo que es diferente porque su aparato reproductor es distinto al tuyo, por lo tanto en ellos sucede cuando arrojan un líquido blanco a través de su pirrín.

/ En ese momento Karen otra niña del grupo relaciona una vivencia en su familia y la comenta/

Aa: Ah con razón, maestra el otro día en la noche a mi hermano le sucedió eso y en la mañana cuando yo me levante estaba su sábana mojada.

/ La maestra en vez de aclarar esa situación, comenta/

M: Mira Karen eso es cosa de tu hermano y no tuya.

/ Otra niña lanza una pregunta relacionada con su mascota/

Aa: Maestra y cuando un perro se sube a otro ¿Qué están haciendo?

M: Hay Lupita en lo que te fijas, mejor dedícate a estudiar.

Ab: Si, maestra pero que están haciendo?

/ La maestra un poco turbada contesta/

M: Mira niña esa pregunta que te la conteste tu mamá yo no.

Definitivamente el uso de la televisión no puede prescindir de una adecuada mediación pedagógica, puesto que la percepción que de la televisión el alumno tiene en el aula es la misma que la que ha desarrollado a lo largo del tiempo dentro de su espacio familiar. No olvidemos que la televisión se asocia a situaciones de relajo y descanso.

Es el profesor quien hace a la televisión educativa, siempre y cuando acepte un cambio de actitud frente al uso de los medios en el aula, ya que comúnmente se cae en el siguiente error:

- Minimizar la función de la televisión,
- Ignorando y regañando a los niños cuando hablan al respecto
- Prohibir hablar de los programas de televisión,
- Condenar a la televisión como caja idiotizante, provocadora de violencia, vendedora de porquerías, adormecedora del intelecto, etc

En vez de lo anterior, es importante:

- Reconocer porqué la televisión es preocupante (la televisión no educa, pero las personas sí aprenden de ella)
- Identificar síntomas en los televidentes: participación directa en la vida cotidiana del sujeto.
- Limitación de actividades en el niño.
- Factor homogeneizante de la cultura.

Tomando en cuenta lo anterior, es importante tener presente que los fines de la televisión son informativos y no educativos, siendo el televidente quién finalmente decide aprender de la programación televisiva aun cuando lo que ve en ese programa no este diseñado didácticamente ya que solo un pequeño porcentaje de la programación infantil tiene una orientación eminentemente educativa.

Hablando de la televisión educativa, ésta es un instrumento caro que generalmente se utiliza para atender a las necesidades y demandas de tres tipos de audiencia: los preescolares, los escolares y los adultos en general. Este tipo de programas se incluyen generalmente dentro de la programación infantil, tal es el caso de Plaza Sésamo y Barney, entre otros.

El uso de la televisión didáctica como auxiliar en el aula ofrece grandes posibilidades de mejorar el nivel de enseñanza en los educandos, es por ello, que la integración de este medio de comunicación masiva, obliga al docente a crear los entornos necesarios para superar las limitaciones pedagógicas y es importante que desde la práctica educativa enseñe a los alumnos a pensar críticamente, analizando medios, y mensajes tomando en cuenta las mediaciones tanto explícitas como implícitas como una acción ineludible, tanto desde el contexto de las aulas (presenciales y virtuales) como desde la participación de toda la comunidad educativa.

En este sentido han de propiciarse situaciones de aprendizaje en las que maestro y alumno construyan en el aula un objeto de estudio y lo analicen, sintetizen y lleguen a conclusiones sobre su naturaleza, estructura, desarrollos, problemáticas y soluciones.

Es por esto que las mediaciones pedagógicas contienen objetivos y fines concretos que pretenden llevar al estudiante y al docente por caminos y hacia metas específicos al adquirir los conocimientos de que se trate. Cuando la dirección metodológica respeta los alcances y límites de la ciencia (analizar, sintetizar,

concluir, proyectar y solucionar), entonces la mediación y la intervención pedagógica, así como el carácter del contenido televisivo pueden ser considerados adecuados para cumplir con las funciones que se arrojan y que consisten en formar conciencias crítico-analíticas capaces de entender el funcionamiento de la sociedad y el mundo, y de sus problemas y soluciones posibles.³²

Es evidente que ninguno de los elementos mencionados se encuentran presentes en las situaciones de aprendizaje antes ejemplificadas. Por lo tanto la mediación pedagógica no está presente en mis compañeros maestros de la escuela primaria María Monroy.

Tomando en cuenta que la mediación puede ser explícita (cuando a través de un diálogo e intercambio de opiniones sobre los contenidos televisivos, se lleva a cabo la discusión, crítica, evaluación e interpretación de los mismos), o implícita (implícita cuando no existe un diálogo específico sobre el mensaje pero sí existen actitudes y conductas que coinciden o no con el mismo), no debe perderse de vista el papel tan importante que juega la mediación cognoscitiva de los sujetos receptores.

*** LAS MEDIACIONES COGNOSCITIVAS:**

Las mediaciones cognoscitivas son las que inciden en el proceso de conocimiento. Tanto en el procesamiento lógico de información, así como también en la emotividad y la formación de valores. La información, afectividad y valoraciones con los que un sujeto se aproxima a la pantalla median su recepción del mensaje, los aspectos que son percibidos como relevantes, y las asociaciones que establezca.³³

Lo anterior cobra sentido al recordar que el niño aprende a través de su actuación sobre los elementos del ambiente que le rodea, empujado por su curiosidad innata y su propio desarrollo mental,. Así mismo intervienen las experiencias relacionadas con aspectos como la situación social y cultural del entorno.

“Los significados que el niño aprende, provienen del medio social externo y exigen la interacción del individuo entre seres humanos, en los cuales los otros actúan como mediadores, facilitando la apropiación del niño de los elementos de la cultura, los que internaliza a través de un doble proceso, uno interpersonal, en que

³² <http://www.lainsignia.org/2006/junio/ibe-017.1htm>

³³ <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/7-8/arti02.htm>

el niño transforma las acciones externas y uno intrapersonal, que implica la internalización de las acciones”³⁴

Una situación en la que se pusieron en juego los guiones mentales de las alumnas fue la siguiente:

Se trabajó una clase de ciencias naturales con el contenido “Las adicciones”, para rescatar los conocimientos previos se trabajó con una lluvia de ideas sobre un caso de alcoholismo visto en el programa “Mujer, casos de la vida real”.

/ La maestra organiza al grupo a través de una dinámica grupal organiza a las niñas en equipos de trabajo de 6 niñas cada uno, una vez organizadas comienza la clase /
M: Niñas levanten la mano quién vio la televisión ayer por la tarde.

/ De las veinticuatro niñas 21 levantaron la mano /

M: ¿Quién de me dice que programa vieron?

/ Las alumnas empiezan a levantar la mano para participar /

A: Yo vi las caricaturas, maestra.

A: Yo la telenovela de niños

A: Ah que aburrido, maestra yo vi Atínale al precio, con mi novio Marco Regil, las telenovelas y caricaturas son para niñitos no para nosotros.

A: Yo vi Casos de la vida real.

/(la mayoría de las alumnas levantan la mano ,la maestra aprovecha /

M: A ver levanten bien la mano quienes vieron el programa que dice su compañera.

/ Levantan la mano 15 niñas /

M: Muy bien, yo también lo vi, solo que ya no recuerdo de que trató, alguna de ustedes quiere decírmelo.

A: yo maestra

M: A ver Casandra, platícanos

A: Sobre el Alcoholismo

M: ¿Qué es el Alcoholismo niñas?

A: Un vicio

A: Lo que hace mi papá casi a diario, tomar vino y mucho!

A: Tomar cerveza y vino y caerse todo borrachote.

M: Oye Tere, cuéntanos brevemente de que trato el programa de Silvia Pinal.

A: Sí maestra, miren, era un señor que tomaba mucho vino cada que salía de su trabajo iba a la cantina que estaba en la esquina y empezaba con una copita de tequila que le pedía al mesero que para lo cansado y al final se tomaba toda la botella, luego se iba a su casa y llegaba a regañar a su esposa y a su hijita.

M: Creen que el señor hacía lo correcto?

A: No porque su trabajo en la oficina no era cansado, el de mi papi sí trabaja en el campo y nunca toma vino.

³⁴ SEP. Gobierno del Estado de Jalisco. La actividad en las aulas. Revista Educar. Año2 núm 7. pag.78 Jul-sep 94.

A: Yo creo que si pero sólo debería tomar una copita, mi mami dice que para lo cansado hay que tomar un vinito y se te quita.

A: Maestra el señor lo hacía porque era un borracho.

M: Iris ¿Quieres participar?

A: Sí maestra, Tere te faltó decirle que su esposa estaba bien bonita, ella no trabajaba fuera de casa, y el dinero se le estaba acabando porque su esposo no le daba porque lo que ganaba lo gastaba en el vino.

A: Pero fíjese maestra un día que llegó crudo al trabajo lo corrieron porque faltaba mucho, entonces su jefe le dio un dinero y este en vez de pagar la renta de su casa y comprarle comida y ropa a su familia se fue a la cantina a llorar y a emborracharse ahí otro señor le robo el dinero y él se quedó dormido en la mesa, luego el cantinero lo despertó y se fue a su casa y como la señora le reclamó, éste le pegó y la dejó tirada en el piso de la sala, la niña como estaba viendo todo corrió y se encerró en su cuarto y lloro toda la noche, al día siguiente la señora estaba en el hospital.

/ La maestra interviene/

M: Niñas vamos por partes, ¿Qué es entonces el alcoholismo?

/ Las niñas responden /

A: Tomar mucho vino y hacer tonterías.

A: Un pretexto para no trabajar

A: Un vicio

M: ¿Y qué es un vicio, Mony?

M: ¿Qué les parece si lo investigamos?

M: Vamos a tomar nuestro libro de ciencias naturales y vamos a leer a la vez que subrayar las ideas principales del texto en la lección titulada las adicciones.

/ Una vez que leyeron /

M: Muy bien, ahora ¿quién me puede decir lo que es el alcoholismo.

A: Una enfermedad que causa adicción.

M: Entonces el señor del programa estaba enfermo

A: Sí maestra

M: ¿Cómo se enferman las personas de alcoholismo?

A: Empiezan poco a poco

A: Muchas veces cuando tienen problemas o están tristes

A: No maestra, mire empiezan tomando un copita diario y luego ya no pueden controlarse.

M: ¿Creen ustedes que al señor le pasó eso?.

A: Ahora caigo maestra, yo creo que sí.

M: ¿Por qué dices eso Andrea

A: Porque el señor estaba triste con su jefe porque no lo cambiaba de puesto y ahí ganaba muy poquito.

A: Sí y un día que lo regañaron salió enojado a caminar y encontró la cantina entonces entró y se puso a platicar con el muchacho que servía el vino.

M: Y díganme ¿cuáles serían las consecuencias de esta enfermedad?

A: Los borrachos golpean a las esposas

A: Sus hijos lloran

A: No tienen dinero los señores.

A: Se quedan sin comer

A: Se pueden morir.

M: Oye Paula ¿por qué lloras?

A: Porque mi papi se va a morir, que no ve que siempre se emborracha, y yo no quiero que se muera.

M: No Paula no se va a morir, ¿qué te parece si luego platicamos y pensamos como ayudar a tu papá para que ya no se emborrache.

M: Bien, vamos a hacer un mapa conceptual titulado el alcoholismo, primero escriban lo que es, después las causas, las consecuencias y finalmente las medidas de prevención.

/ La clase continuó/

La mediación cognoscitiva producto de la experiencia individual de cada alumna y la conexión de ésta con los contenidos vistos en el programa antes citado, da cuenta de la trascendencia que ésta puede tener en la interiorización de la información y el sentido que cobra para cada alumna; puesto que mientras que para algunas es mera información para otras provoca sentimientos más profundos de diversa naturaleza.

Al considerar a los guiones mentales como “La representación mental de una secuencia de eventos ordenados de acuerdo con una intencionalidad, y generalmente organizados con el propósito de alcanzar una meta”³⁵ existe la posibilidad de entender como éstos ayudan a integrar un repertorio de información que puede ser aplicada a la vida propia de cada individuo en diferentes situaciones y contextos.

Es importante destacar que es en estos momentos cuando los niños ponen en juego una doble mediación en el proceso de aprendizaje llamada repertorio. “Un repertorio está compuesto de códigos, significados y un contexto semántico de referencia para producir significados nuevos”³⁶

La situación descrita ejemplifica la construcción de nuevos aprendizajes tomando como base los saberes previos que funcionaron inicialmente como base para determinar nuevos esquemas respecto a esos contenidos, incluso se adivinan consecuencias a raíz de establecer el enlace con la causa que las determina.

Un segundo ejemplo se trabajó en la asignatura de historia:

35 Charles Creel Mercedes y Orozco Gómez Guillermo. Educación para la recepción. México. Trillas 1990. Pág 51

36 Ibid. Pág 4

Se diseñó una actividad grupal titulada: El dibujo a través de la historia, con el tema las “Etapas de la Independencia” de México en donde primeramente se rescataron los conocimientos previos en las alumnas, después a través de una sencilla narración se explicaron cada una de las etapas, posteriormente se les pidió a las niñas que hicieran una historieta alusiva a cada etapa de la independencia de México y en un tercer momento se proyectó un video sobre esta etapa histórica en México.

La manera en que se trabajaron los conocimientos previos fue a través de una lluvia de ideas sobre el tema, las preguntas generadoras fueron: ¿Ustedes saben como se vivía antes de la Independencia de México?, ¿Cómo se encontraba nuestro país?, ¿Cuáles fueron las causas de la independencia de México? ¿Quién fue el Cura Hidalgo?, ¿Qué hizo Hidalgo?, ¿Quiénes participaron en la conspiración de Querétaro?, ¿Para qué se reunían?, Menciona los personajes que participaron en el movimiento de independencia, ¿Cuáles fueron las etapas de la independencia?, ¿Qué consecuencias tuvo el movimiento de independencia?

Es importante mencionar que muy pocas niñas pudieron responder a más de uno o dos cuestionamientos, la gran mayoría no tenía los conocimientos base sobre el contenido de clase a pesar de que años anteriores ya lo habían trabajado.

Un segundo momento, fue cuando las alumnas expusieron su historieta al grupo, a continuación presento un fragmento del registro que se hizo:

A: Miren esta viñeta es la que más me gustó

Ma: ¿Por qué te gustó Perla?

A: Porque aquí aparece Doña Josefa Ortiz muy guapa y cuando yo sea grande quiero ser como ella

Ma: Y por que quieres ser como ella

A: Hay maestra por que va a ser, por todo lo que ella hizo para ayudar a Hidalgo

Esta afirmación destaca un contenido informativo que da cuenta de un capital informativo propio de cada alumno, que se pone en juego al establecer mediaciones en este caso videotecnológicas, al pasar a un tercer momento del proceso de aprendizaje, tal es el caso de la exhibición del material audiovisual referente al tema histórico en cuestión.

/ La maestra aprovechó la situación para llevar a cabo una mediación con las alumnas respecto al tema /

Para finalizar la clase se dio un tercer momento en donde se les proyectó a las niñas un video con la película de la Independencia de México, proyectada en la televisión, primeramente se dejó que ellas solas la vieran sin que existiera una mediación por parte del docente, para lo cual se organizó una lluvia de ideas tratando de rescatar las ideas principales de la película de la cual surgieron opiniones como las siguientes:

A: Ya vieron ahí está Hidalgo llamando a los del pueblo para levantarse en armas.

A: Oye que importa eso, mira llevan rebozo las señoras y están bien curiosos!

A: Ah mira Mónica como vestían en aquel tiempo,

A: Oiga maestra y en donde están las armas,

A: Uf Gloria que tonta eres, que no ves que llevan machetes y palos

A: Bueno Lorena que quieres no me fijé

/ En este momento interviene la maestra /

A petición de las niñas proyectó de nuevo la película pero ahora teniendo de por medio una mediación en donde se iban haciendo las pausas necesarias en ciertas escenas previamente seleccionadas con la intención de rescatar ciertas categorías que se consideraron importantes para propiciar una adecuada recepción.

Un pequeño ejemplo de dichas categorías fueron las siguientes:

- Personaje principal en cada una de las etapas de la Independencia.
- Actuaciones de los personajes principales.
- Acciones relevantes en cada etapa.
- Consecuencias
- Situaciones de enlace con la siguiente etapa

Una vez que se proyectó por segunda vez la película se les dejó de tarea a las niñas que hicieran un pequeño resumen de cada una de las etapas de la Independencia de México, a la vez que en una hoja por separado escribieran cual de las cuatro etapas les había gustado más y por qué.

Al día siguiente cuando se recogieron los trabajos pude apreciar que del grupo conformado por 24 alumnas, el 80 % de ellas habían logrado plasmar lo relevante de la información y un 20 % no logró tal objetivo. Esto se debe a que cada individuo en situaciones como estas en donde se utiliza la televisión como apoyo en el aprendizaje pone en juego el PATRÓN COGNOSCITIVO, este patrón "es una

especie de esquema o estructura mental que sirve para procesar informaciones específicas"³⁷, lo cual nos ayuda a evaluar la información seleccionada.

Obteniendo resultados favorables ya que las alumnas lograron rescatar las ideas o acontecimientos que anteriormente no lo habían hecho, el repasar la película por segunda vez favoreció el uso de las diferentes habilidades de pensamiento necesarias en la construcción del proceso enseñanza–aprendizaje.

Es importante pues fomentar el pensamiento crítico del niño a través de la programación infantil televisiva o programación diseñada ex profeso para contenidos formativos.

Hasta aquí, se ha presentado un acercamiento al proceso de recepción televisiva a través de la identificación de las "mediaciones cognoscitivas" que proporcionan referenciales sobre determinadas temáticas en los públicos televidentes que les sirven para "filtrar" o "asimilar" informaciones nuevas; las "mediaciones culturales", que indican la pertenencia a cierta comunidad; las "mediaciones de referencia que tienen origen en sexo, raza, etnia, geográfica, etc; las "mediaciones institucionales" ligadas a la familia, escuela, trabajo, iglesia, etc; y las "video tecnológicas" que se presentan en los procesos de producción, difusión y consumo de mensajes mediatizados con tecnología especializada.

Esta indagación da cuenta de que hay mucho por hacer en el plano de la comunicación, específicamente en los procesos comunicacionales que tienen que ver con los procesos de recepción televisiva. Especialmente en contextos como el abordado en este trabajo.

Sobre este punto es importante destacar la necesidad de intervenir hasta donde sea posible al docente, en los procesos mediacionales que intervienen y configuran la recepción sin perder de vista que cualquier programa, por ejemplo las noticias, la duración de los programas televisivos, el desarrollo, etc., sirven de pretexto en el aula para trabajar cualquier tema escolar así como para un análisis crítico.

Teniendo siempre presente que el papel del docente en este campo debe modificarse a través de la acción ejercida por la mediación pedagógica que es la que finalmente puede ser definitoria en la confrontación y transformación de contenidos televisivos, al ser estos analizados, reflexionados y de alguna manera enjuiciados.

³⁷ ibid. Pág 41

Tomando en cuenta lo anterior, podemos llegar a las siguientes conclusiones.

CONCLUSIONES

Explorar las múltiples mediaciones que intervienen en los procesos de recepción televisiva es un punto clave para entender que el receptor "es un sujeto determinado cultural y socialmente, con la capacidad de aceptar, rechazar o modificar los mensajes televisivos a los que está expuesto.

Un mismo mensaje televisivo se enfrenta a múltiples lecturas y no se pueden asegurar efectos ideológicos iguales en todos los niños así como tampoco una nulidad en la discriminación de la información emitida por el medio. En otras palabras, los mensajes son polisémicos: se presentan diferentes interpretaciones de una misma emisión dependiendo de las circunstancias en que se desarrollan.

El entorno influye de manera importante a las percepciones de los mensajes, ya que es aquí donde las mediaciones nos formulan una apreciación de la realidad. Comúnmente quien más influye en las decisiones de los niños son sus madres, ya que de alguna manera son ellas las que generalmente filtran y externalizan sus puntos de vista acerca de los mensajes de los medios más directamente que ninguna otra persona.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos de investigación se ha podido concluir que la familia es la principal mediadora de la interacción de los niños con la televisión, sin embargo, encontramos que no siempre se da esta condición pues en la mayoría de los casos el niño es un espectador solitario que por sí mismo no controla ni programación ni horarios.

Es el escenario familiar donde esa interacción es directa y se produce casi siempre la primera apropiación de los mensajes, al otorgarles un sentido y un significado concretos. Es también donde se produce una negociación sobre y a partir de la televisión entre los diferentes familiares y donde ciertas actitudes de los miembros mayores se manifiestan, de ahí la importancia de que la mediación social, familiar exista.

Podemos de alguna manera atrevernos a afirmar que los medios son omnipotentes, manipulan a su antojo al receptor, en virtud de que éste no es capaz de resistirse al mensaje. Los medios serían como variables independientes que influyen en los modos de vida del sujeto (variable dependiente), por lo que esta relación, necesariamente, debe ser medida, codificada y procesada a fin de diseñar estrategias de propaganda que estimulen el consumo o consoliden matrices de opinión.

El proceso que vincula la recepción de la televisión con los niños, está definido por una problemática, que como ya se mencionó, se inserta en ámbitos tanto macro como microsociales. Programación y auditorio constituyen esta relación que ha sido motivo de preocupación de muchos investigadores. Quienes ubican el problema en la programación, están de acuerdo que lo que habría que modificar son los contenidos de la televisión; sin embargo, quienes consideran que el problema se orienta el auditorio, por la forma en que consumen la televisión, estarían apoyando la creación de estrategias que fortalecen las actitudes críticas y analíticas de los televidentes.

El fenómeno receptivo, se ha constituido como uno de los factores que más interés ha despertado en los investigadores, ha sido el más abordado desde los inicios de la ciencia de la comunicación y sigue llamando la atención en la actualidad.

Estudiar el proceso comunicativo es una experiencia bastante compleja, determinada por varios elementos. En primera instancia, nos aproximamos a un fenómeno en donde los procesos mediacionales del entorno (familia, escuela, religión, entre otros), vinculados a las características del mensaje, no siempre positivas o adecuadas a nuestra realidad, hacen difícil el conocimiento del proceso interpretativo y por ende, de los efectos de los mensajes televisivos.

En estos tiempos la educación no puede quedarse al margen de las cuatro paredes del salón de clases, ya que los medios de comunicación masiva especialmente la televisión representan un papel preponderante en la vida de los alumnos, no sólo como agentes de socialización o entretenimiento sino por su doble papel en el ámbito escolar, puesto que educan por sí mismos a la vez que logran que el aprendizaje sea más creativo y de fácil comprensión en los niños, dichos medios si son bien aprovechados representan un avance en la modernización educativa.

El proceso de ver televisión inicia desde antes de encender el aparato. En él influyen detalles que por su misma cotidianidad nos parecen desapercibidos, como la ubicación del televisor en el hogar, el número de aparatos, el número de personas que se reúnen a verlo, los comentarios que se hacen al respecto de los contenidos que presenta, y el horario habitual de exposición.

La recepción televisiva forma parte de ese proceso televisivo el cual esta inmerso en el modelo de las Multimediaciones del cual no puede ni debe estar desvinculado, es decir, las múltiples mediaciones video tecnológicas, cognoscitivas, de referencia, culturales e institucionales) por las que pasa el niño al momento de ver televisión.

De lo anterior se deduce que el fenómeno de la recepción está mediatizado por una serie de elementos socioculturales. Así, poder medir los efectos de los medios masivos se constituye como una tarea muy difícil. ¿Cómo poder separarlos de la influencia de las relaciones interpersonales, de la cultura que nos conforma, de nuestra comunidad étnica y religiosa, de las relaciones familiares, de la región, de la localidad, en una palabra: de nuestra identidad cultural? ¿Y de qué manera, a su vez, estamos en posibilidad de determinar qué significados son creados mediante la exposición a otros medios de comunicación? Estas son preguntas que quedan aún pendientes de los procesos de investigación.

Los tiempos que actualmente se viven, dominados por la tecnología virtual, se convierten en una exigencia para los docentes, que se encuentran rebasados por una falta de dominio instrumental de los mismos y por ende una carencia de elementos para trabajar con dichos medios en el aula.

Iniciar una aventura en el campo de la investigación, para vivir una experiencia en este campo, aporta elementos para entender realidades que antes de intervenirlas nos parecían utópicas. El acercamiento que en este caso particular se realizó facilitó y abrió caminos para comprender las condiciones que fueron determinantes para definir que en su mayoría los alumnos se enfrentan al aparato televisivo como receptores pasivos.

La televisión, gran “amiga” de los niños aparece ocupando el primer lugar en sus ratos libres, es su medio de comunicación masiva preferido al que dedican aproximadamente de 3 a 4 horas diarias en promedio a convivir con ella, la ven como parte primordial en su vida no pueden estar sin ella, no sólo porque los entretiene sino porque es su fiel compañera en casa.

La llamada de alerta está aquí, no debemos ser enemigos de los medios, especialmente de la televisión, que se encuentra en todos los hogares, debemos aprender a convivir con ella y somos los docentes quienes debemos asumir gran parte de esa responsabilidad por el hecho de pertenecer a una institución que por excelencia es mediadora.

Pedagógicamente es necesario concientizar e invitar a los docentes a participar activa y positivamente en esta nueva manera de enseñar: interactuando directamente con la tecnología, adoptándola como nuestra aliada en el proceso enseñanza-aprendizaje dejando de lado la resistencia al uso de medios en el aula, puesto que no podemos ignorar su existencia, debemos conocerla mejor para así poder aprovecharla en forma óptima. De esta manera podemos aplicar la frase: “Si no puedes con tu enemigo únete a él”, por supuesto en el mejor sentido del término.

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Agued José, Ignacio, Convivir con la televisión, Paidós, España 1999, pp. 356.
- 2.- Aparici, Roberto, La Educación para los Medios, Antología.SEP.UPN.MéxicoDF1996. Pp. 414.
- 3.-Arevalo Zamudio Javier. Imágenes Visuales I y II SEP.UPN 1994. Pp47.
- 4.- Charles C., Mercedes, Comunicación y Procesos Educativos, México DF. 1992.
- 5.- Charles, M. Y Orozco G. (Coordinadores), Educación para la Recepción: hacia una lectura crítica de los medios, México, Trillas 1990.
- 6.- De Gadea, Luís, Escuela para Padres y Maestros. S. L. P., México, pp. 317.
- 7.- Ferrés, Joan, Televisión y Educación, Claves para la Comprensión del Medio, Apuma Nº 5 Invierno 94, pp. 10-18, Madrid, España.
- 8.- Fuenzalida, V. La Televisión en los ´90, Corporación de Promoción Universitaria, Santiago de Chile 1990.
- 9.- Fuenzalida, V. y Hermsillo M.E. La Recepción Activa de la T.V. Céneca. Santiago de Chile. Pp 254
- 10.- Fuenzalida, V. y Hermsillo M.E. Visiones y Ambiciones del Televidente, CENECA, Santiago de Chile 1989.
- 11.- García, Silberman, Sarah, y Ramos Lira, Luciana, “Medios de Comunicación y Violencia”, Fondo de Cultura Económica, México 1998, pp. 518
- 12.- García Amiburú, Maria, Naturaleza y Cultura en el hombre en Aprendiendo a ser humanos, Eunsa, Pamplona 1996.
- 13.- Gutiérrez P., Francisco y Prieto Castillo Daniel, La mediación pedagógica, Costa Rica 1991, pp. 151
- 14.- Hermsillo, María Elena, Explorando la recepción televisiva, Ceneca, Santiago, Chile 1987.
- 15.- Jensen, Klaus y N. W. Jankowski (Editores): Metodologías Cualitativas de Investigación en Comunicación de Masas, Colección Bosch, Comunicación 1993, España.

- 16.- Joseph, Roger, Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación, Thomsom Editores, México 2000, pp. 500
- 17.- Lozano, Rendón José Carlos, Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas, Alambra Mexicana, México 1996, pp. 235
- 18.- Luviano, Guadalupe y Alonso del C. Aurora, Fascículo Comunicación y Educación, 1994.
- 19.- Martín Barbero, J. "La Comunicación desde las Practicas Sociales", en Orozco G. (Ed.) Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales, Num. 1, Universidad Iberoamericana, México 1990.
- 20.- Martín Barbero, Jesús: De los medios a las mediaciones, Edición Gustavo Pili, México, 1987 pp. 300.
- 21.- Martín Barbero, Jesús: De los Medios a las Practicas, En Orozco (Coordinador): Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales, N° 1 UIA, Dirección de Investigación 1990, México.
- 22.- Masterman, Len, La Revolución de la Educación Audiovisual, Reino Unido, pp. 23-33
- 23.- Mejía Arauz Rebeca, Sandoval Sergio Antonio. Tras las vetas de la investigación Cualitativa. Iteso pp
- 24.- Morán Costa, Manuel, ¿Por qué Educar para la Comunicación?, Brasil pp. 39.
- 25.- Mcluhan Marshall, El Medio es el Masaje, Un Invento de Efectos, España 1992, Ed. Paidos, pp. 167.
- 26.- Navarro, Maria Teresa, Antología Nuevas Tecnologías en Educación, Tlaquepaque, Jalisco 2000, pp. 198.
- 27.- Orozco Gómez, Guillermo: Al Rescate de los Medios, Universidad Iberoamericana, pp. 156
- 28.- Orozco Gómez, Guillermo (1985), Apuntes para un Debate sobre el Impacto cognitivo de la Televisión, Antología UPN (Educación para los medios).
- 29.- Orozco Gómez, Guillermo "El Impacto Educativo de la Televisión no Educativa, un Análisis de las Premisas Epistemológicas de la Investigación Convencional", Revista Latinoamericana de Estudios Educativos, Num 3, 1987^a.
- 30.- Orozco Gómez, Guillermo Historias de la Televisión en América Latina, Gedisa Editorial, España 2002, pp. 279.

- 31.- Orozco Gómez, Guillermo: Hablan los Televidentes. Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales, N° 4, UIA, Dirección de Investigación 1992, México.
- 32.- Orozco Gómez, Guillermo: El Niño como Televidente no Nace, se Hace. En Charles y Orozco, (Coordinadores Educación para la recepción, Trillas 1990, México.
- 33.- Orozco Gómez, Guillermo: La Autonomía Relativa de la Audiencia, Implicaciones Metodológicas para el Análisis de la Recepción. En Sánchez y Cervantes (Coordinadores), Investigar la Comunicación, Propuestas latinoamericanas. Universidad de Guadalajara. ALAIC. 1994, México.
- 34.- Orozco Gómez, Guillermo “La Comunicación desde las Practicas Sociales, reflexiones en torno a su investigación”, Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales, Num. 1, Universidad Iberoamericana, México 1990^a.
- 35.- Orozco Gómez, Guillermo, La Investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa, México, Jalisco, Guadalajara 1997 pp. 158.
- 36.- Orozco Gómez, Guillermo: La Investigación de la Recepción y la Educación para los Medios: hacia una articulación pedagógica de las mediciones en el proceso comunicativo. En Manual Latinoamericano de Educación para los Medios, CENECA-UNESCO (1991), Chile.
- 37.- Orozco Gómez, Guillermo Lo Viejo y lo Nuevo, Ediciones de la Torre, España, 2000 pp. 205.
- 38.- Orozco Gómez, Guillermo: No hay una sola manera de hacer Televidentes. Estudios sobre las culturas contemporáneas, N° 10, Programa Cultura, Universidad de Colima 1990, México.
- 39.- Orozco Gómez, Guillermo: Recepción Televisiva. Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales, UIA, Dirección de Investigación 1991, México.
- 40.- Orozco Gómez, Guillermo: Televidencia, Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales N° 6, UIA, Dirección de Investigación 1994, México.
- 41.- Orozco Gómez, Guillermo Televisión y Audiencias, Un Enfoque Cualitativo, Ediciones de la Torre, Madrid 1996, pp. 207.
- 42.- Orozco Gómez, Guillermo: TV, Cultura y Audiencia: de las comunidades de apropiación a la interpretación del mensaje. En CANCLINI, N. (Coordinador): El Consumo Cultural en México, CNCA 1993, México.

43.- Orozco Gómez, Guillermo. Televisión y Producción de Significados (Tres ensayos), Cuadernos de Comunicación y Sociedad, Núm. 2 CEIC, Universidad de Guadalajara, México 1987.

44.- Orozco Gómez, Guillermo. Travesías y Desafíos de la Investigación de la Recepción en América Latina. Cátedra UNESCO de comunicación 2001. Universidad Autónoma de Barcelona. México pp 29

45.- Sánchez Sosa, Maria Elena, Fascículo Recepción SEP, UPN 1994.

46.- Sep. Plan y Programas de Estudio 1993.

47.- Vidales Delgado, Ismael, Teoría de la Comunicación, Ed. Limusa, México 1985, pp. 105.

REVISTAS

- SNTE. Sección 47, Las Nuevas Tecnologías en Educación, Revista la
- SEP. Gobierno del Estado de Jalisco. Educar La Practica Docente, año 2 N° 7, Septiembre 1994. Artículo La actividad en las aulas.

PERIODICO

El Occidental .Sec. Educativa. 20 de febrero 1997.

INTERNET

- Bórquez Bustos Rodolfo. La audiencia es el mensaje.
<http://wwwetcetera.com.mx/borquezbr.asp>
- <http://www.Consulado2@embacu.cu.mx>
- Enciclopedia Microsoft Encarta 98 "Nuevas Tecnologías en Educación".
- Enciclopedia Microsoft Encarta 2000 "La Educación Audiovisual"
- Fernández H. Patricia. Género, televisión y mujeres.
Serpiente.dgsca.unam.mx/rompan/30/rt30a.html.
- Mejía Barquera Fernando, Historia Mínima de la Televisión Mexicana.
[Http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_televisión.htm](http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_televisión.htm).
- Padilla de la Torre María Rebeca y Orozco Gómez Guillermo "La recepción televisiva en la familia. <http://wwweca.usp.br/alaic/boletim20/mariam.htm>.
- [Http://wwwadolec.org.mx/espadol/consult/medios.htm](http://wwwadolec.org.mx/espadol/consult/medios.htm)
- [Http://www.ull.es/publicaciones/latina/ámbitos/7-8/arti02.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/ámbitos/7-8/arti02.htm)
- [Http://www.lainsignia.org/2006/junio/ibe017.1htm](http://www.lainsignia.org/2006/junio/ibe017.1htm).
- [Http://www.2metodista.br/unesco/pcla/revista/4perfis%204-1htm](http://www.2metodista.br/unesco/pcla/revista/4perfis%204-1htm).

ANEXOS

ANEXO 1

Nombre de la Alumna: _____

- 1.- Escribe cuáles medios de comunicación masiva tienen en tu casa.
- 2.- ¿Tienes T.V. en tu casa? Escribe cuántas hay en total
- 3.- ¿La televisión es de programación abierta o cerrada?, si es abierta especifica que canales ves, y si es cerrada menciona que servicio tienen contratado (SKY o TELECABLE)
- 4.- ¿Cuáles son tus programas favoritos?
- 5.- ¿Por qué te gustan esos programas?
- 6.- ¿De qué trata tu programa favorito?
- 7.- ¿Quién te acompaña a ver la televisión?
- 8.- ¿Qué tipo de programas son los preferidos de tu mamá?
- 9.- ¿Qué tipo de programas son los preferidos de tu papá?
- 10.- ¿Tienes computadora en tu casa?, ¿Cuántas?
- 11.- ¿Tienes contratado internet en tu casa?

ANEXO 2

NOMBRE DE LA ALUMNA: _____

- 1.- ¿Cuántos años tienes?
- 2.- ¿Cuántos hermanas o hermanos tienes?
- 3.- ¿A qué se dedica tu mamá?
- 4.- ¿En que trabaja tu papá?
- 5.- ¿Qué haces en tus ratos libres?
- 6.- ¿Qué hace tu mamá en sus ratos libres o de descanso?
- 7.- ¿Qué hace tu papá en sus ratos libres o de descanso?
- 8.- ¿La casa donde vives es propia o la rentan?
- 9.- ¿Tienen automóvil propio tus papás, cuántos?
- 10.- ¿Tienes teléfono en tu casa?

ANEXO 3

Nombre de la alumna (madre, ó padre de familia):

Contesta correctamente las siguientes cuestiones:

1.-La televisión en mi casa esta ubicada en:

2.- Cuando veo la televisión lo hago acompañada de: (marque más de una cruz cuando sea necesario)

___ Con mis hijos

___ Con mi marido

___ Con mi familia

___ Sola

___ Otros (especifique).

3.- Cuando tengo un rato de tiempo libre para mi, lo que más me gusta hacer es.

4.- Diariamente veo un promedio de _____ horas de televisión.

5.- Los niños en mi casa ven un promedio de _____ horas de televisión diariamente.

6.- Veo televisión cuando.

7.- Escucho radio cuando

8.- Las horas del día en que más veo televisión son:

9.- La televisión sirve para

10.- Los 3 programas de la televisión que más me gustan son:

1.- _____

¿Por qué? _____

2.- _____

¿Por qué? _____

3.- _____

¿Por qué? _____

11.- Los 3 programas de la televisión que menos me gustan son:

1.- _____

¿Por qué? _____

2.- _____

¿Por qué? _____

3.- _____

¿Por qué? _____