



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA
CENTRO PEDAGÓGICO DEL ESTADO DE SONORA
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
UNIDAD 26 A



23 SET.



TESIS

**"REPERCUSIONES DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL
EN LA EDUCACIÓN NO FORMAL EN LOS NIÑOS DE
9 A 11 AÑOS DE EDAD QUE CURSAN LA
EDUCACIÓN PRIMARIA"**

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
EDUCACIÓN PRIMARIA**

Presentan

**JOSÉ ANTONIO VÁZQUEZ VÁZQUEZ
MARÍA LOURDES MARTÍNEZ SERNA
OLGA KARINA LÓPEZ MÁRQUEZ
ROSA MARÍA PIEDRA PEREA**

Hermosillo, Sonora.

Febrero de 1997

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACIÓN

Hermosillo, Sonora, 7 de febrero de 1997.

C. PROFR. JOSÉ ANTONIO VÁZQUEZ VÁZQUEZ,
P R E S E N T E.

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: LAS PERCUSIONES QUE TIENE LA TELEVISIÓN COMERCIAL EN LA EDUCACIÓN NO FORMAL EN LOS NIÑOS DE 9-11 AÑOS DE EDAD QUE CURSAN LA PRIMARIA SUPERIOR, opción Tesis modalidad Investigación Documental, a propuesta del asesor C. Profr. Roberto Eduardo Heredia Jarero, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE



LIC. MIGUEL ÁNGEL OCHOA SAAVEDRA
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD

MAOS:jrm

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACIÓN

Hermosillo, Sonora, 7 de febrero de 1997.

C. PROFRA. MA. LOURDES MARTÍNEZ SERNA,
P R E S E N T E.

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: LAS PERCUSIONES QUE TIENE LA TELEVISIÓN COMERCIAL EN LA EDUCACIÓN NO FORMAL EN LOS NIÑOS DE 9-11 AÑOS DE EDAD QUE CURSAN LA PRIMARIA SUPERIOR, opción Tesis modalidad Investigación Documental, a propuesta del asesor C. Profr. Roberto Eduardo Heredia Jarero, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE



LIC. MIGUEL ÁNGEL OCHOA SAAVEDRA
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD.

MAOS:jrm

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACIÓN

Hermosillo, Sonora, 7 de febrero de 1997.

C. PROFRA. OLGA KARINA LÓPEZ MÁRQUEZ,
P R E S E N T E.

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: LAS PERCUSIONES QUE TIENE LA TELEVISIÓN COMERCIAL EN LA EDUCACIÓN NO FORMAL EN LOS NIÑOS DE 9-11 AÑOS DE EDAD QUE CURSAN LA PRIMARIA SUPERIOR, opción Tesis modalidad Investigación Documental, a propuesta del asesor C. Profr. Roberto Eduardo Heredia Jarero, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE



LIC. MIGUEL ANGEL OCHOA SAAVEDRA
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD.

MAOS:jmd

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACIÓN

Hermosillo, Sonora, 7 de febrero de 1997.

C. PROFRA. ROSA MARÍA PIEDRA PEREA,
P R E S E N T E.

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: LAS PERCUSIONES QUE TIENE LA TELEVISIÓN COMERCIAL EN LA EDUCACIÓN NO FORMAL EN LOS NIÑOS DE 9-11 AÑOS DE EDAD QUE CURSAN LA PRIMARIA SUPERIOR, opción Tesis modalidad Investigación Documental, a propuesta del asesor C. Profr. Roberto Eduardo Heredia Jarero, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE



LIC. MIGUEL ÁNGEL OCHOA SAAVEDRA
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD.

MAOS:jrmd

Con mucho amor.....

*A mi esposa y compañera:
Que es el aliciente más grande de mi vida.*

*A ti hijo:
Que impaciente esperabas mi regreso, pues te
gusta jugar todo el tiempo.*

José Antonio Vázquez V.

*Con amor para todos aquellos que de una u
otra manera contribuyeron a la culminación
de este trabajo.*

Ma. Lourdes Martínez S.

DEDICATORIAS

Como una muestra de sincero agradecimiento, dedico la presente a:

JESUCRISTO:

*Porque me ha puesto en el camino que él escogió para mí; fortaleciéndome en la fe, la esperanza, conociendo "los frutos del espíritu que son: amor, gozo, paz, paciencia, amabilidad, bondad, fidelidad, mansedumbre y dominio de sí mismo".
Galatas 5:22:23*

A mi Esposo Rodolfo Valentín:

Que siempre encontré en él ánimo, apoyo, comprensión, amor y estímulos para seguir adelante.

A mis Hijos Kristhel Danace y Rodolfo Valentín:

Porque con su amor, caricias y besos logran en mí, ver lo mejor de la vida.

Padres y Hermanos:

Porque me enseñaron a buscar siempre metas positivas.

Sobrinos(as):

Que sea un estímulo para que sigan superándose día con día.

Asesores:

Porque gracias a ellos logramos realizar un anhelo más en nuestra gran profesión.

Karina López M.

A Jesucristo que es la fortaleza de mi vida.

Para quienes me han amado. Mis padres y hermana.

Con amor a Kitzia, Kirán, Michelle y Horacio, por su apoyo, paciencia y comprensión.

Al Rev. José Tomás Ruiz G., quien siempre me ha alentado a mi superación.

Rosa María Piedra P.

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
A. Antecedentes	4
B. Definición	6
C. Justificación	9
D. Objetivos	10
E. Marco de referencia	10
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	12
A. La comunicación	12
1. Su relación con la educación	15
B. Medios de comunicación	16
1. Sistemas de comunicación masiva	18
2. La radio	18
3. Prensa	20
4. La televisión	21
a. Antecedentes históricos	22
b. Función social-informativa	25
c. Función recreativa	26
d. Función educativa-cultural	27
C. Televisión comercial	28
1. La programación	30
2. Comerciales	33
D. Ley Federal de Radio y Televisión	37
E. La televisión en la comunicación familiar	43
F. Influencia de la televisión y los valores morales	45
G. Influencia de la televisión en la niñez	47
1. Usos que los niños hacen de la televisión	50
2. Efectos y/o problemas afectivos	52
3. Tiempo que los niños se dedican a ver televisión	54
H. Funciones gratificantes de la televisión	55

	Página
I. La televisión en la educación no formal del niño	56
1. Influencia de la televisión en la educación no formal del niño	58
J. Desarrollo cognitivo del niño	59
1. Desarrollo cognitivo del niño de 9 a 11 años	60
2. Desarrollo socio-afectivo	61
K. La televisión y la educación formal	63
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	70
A. Elección del tema	70
B. Plan de trabajo	70
C. Recopilación del material	71
D. Organización y análisis	71
E. Redacción y presentación	72
CAPÍTULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	73
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	77
A. Conclusiones	77
B. Sugerencias	84
BIBLIOGRAFÍA	
GLOSARIO	

INTRODUCCIÓN

Tanto en el seno familiar, como en el ámbito social, el niño recibe una serie de influencias relevantes que directa o indirectamente lo conducen a una realidad que formará parte de su personalidad.

Uno de esos factores que influye en la integridad del niño es los medios de comunicación masiva, ya que su potencial de acción abarca gran parte de la población mundial y su repercusión no tiene medida alguna. La televisión, el cine, las revistas, los juegos de video negativamente encauzados, entre otros, no sólo distorsiona el actuar del niño sino que también lo mediatiza al llevarle programas y artículos que inconscientemente lo devalúan como ser humano.

Este trabajo de investigación, tiene como finalidad mostrar las repercusiones de la televisión comercial en la educación no formal en los niños de 9 a 11 años de edad que cursan la primaria primaria.

Se plantean las siguientes interrogantes: ¿Cómo afecta una larga dosis diaria de televisión a un pequeño cerebro en desarrollo? ¿Y a la capacidad de comunicación dentro y fuera de la familia, a la creatividad, y a la fantasía infantil? ¿A qué se reduce las necesidades de aprendizaje de un niño teleadicto, acostumbrado a recibir estímulos a los que no necesita dar respuestas?

En las páginas de este libro se dan argumentos teóricamente comprobados que ayudarán a cuidar la sana relación de los niños con la pequeña pantalla.

Cuando un niño pasa cinco horas frente al televisor, son cinco horas en las que no habla, no se mueve, no explora, no crea, no juega y acaso disfruta.

Sin embargo, muchos padres buscan deliberadamente el efecto de sedante que la televisión produce en sus hijos. También confían en el poder educativo de la pequeña pantalla, pero aún así, se preocupan por el efecto que el televisor puede provocar en la salud mental de sus niños.

En el marco teórico se analizan los aspectos positivos y negativos que tiende a promover la televisión por medio de su programación en la gran mayoría de la población mexicana, como también la influencia que tiene la televisión en la niñez, la calidad de algunos programas transmitidos a nivel regional y nacional.

Se mencionan algunos efectos que la televisión produce en la conciencia del niño y como puede llevarlo a modificar sus conductas debido a lo observado en ella.

Además se critica fuertemente el hecho de que la televisión no cumple con el fin de educar, informar y divertir al público que está en constante sintonía de su programación.

Por otra parte se analiza la influencia de la televisión en la educación no formal del niño por considerarse ésta como una base importante para que se apropie de la educación formal impartida en las instituciones educativas.

Un tema también muy importante que se aborda en este trabajo son las etapas de desarrollo por las cuales atraviesa el niño según Piaget en el aspecto cognitivo. Poniéndose un énfasis especial en el desarrollo cognitivo y socio-afectivo

del niño de 9 a 11 años, debido a que son éstos los que dan origen al presente trabajo.

Por último se analiza cómo ha influido la televisión, tanto positiva como negativamente, en la educación formal que el niño recibe en las escuelas.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A. Antecedentes

Al estar realizando la práctica dentro del grupo, se observaron formas de conducta inadecuadas como inquietud excesiva en los alumnos, agresividad física en su trato cotidiano, uso de un vocabulario grosero y obsceno cuyo significado real ignoran, falta de respeto en la comunicación con sus compañeros y maestros de otros grupos, incumplimiento de trabajos escolares sin importar la calificación subsecuente a ello, bostezos continuos durante las clases, apatía, desgano por sueño, juegos violentos y agresivos en el recreo y en las prácticas deportivas.

Debido a esto se decidió investigar cuáles son las causas que originan todo lo anterior, y así poder crear estrategias para solucionar en la medida de lo posible estas situaciones.

En virtud de lo anterior se hicieron pequeñas entrevistas con los niños encontrándose que en la mayoría de las respuestas los niños coinciden en que es producto del tiempo que pasan frente al televisor.

Se empezó a obtener información sobre la televisión.

Actualmente se habla de la existencia de una sociedad de masas y una cultura de masas, producto del proceso de modernización que ha permitido que la sociedad cuente con grandes avances; científicos, tecnológicos e industriales; y como consecuencia de ello, el hombre ha cambiado la forma de conducirse ante los demás, ha modificado sus valores, pasatiempos y sobre todo ha establecido una

relación directa con el consumismo de bienes materiales como consecuencia de una propaganda insistente y motivante que los medios de comunicación ofrece a la comunidad en general.

Los medios de comunicación (específicamente la televisión) son formadores de conductas sociales, ya que es incuestionable que éstos no sólo preceden a la escuela formal sino que gozan de mayor preferencia en la audiencia infantil, adolescente y adulta.

Es conveniente señalar que el individuo no sólo asimila elementos de los medios de comunicación, sino de todos los ámbitos que lo rodean (familia, escuela, calle), con experiencias muy personales que conforman sus propias características, pero, la televisión constituye un medio más generalizable, llegando por igual a todos, y permitiendo por ello que se realicen algunas actividades similares como: ciertas identificaciones, creación de héroes, valores, formas de vida, que conforman el modelo del hombre que se adecue a las formas de dominación existentes. En una palabra los programas de televisión enajenan a la niñez mexicana, entendido a ésta como un proceso social inconsciente que difiere de una cultura a otra y en la cual el individuo basa su identidad en poderes exteriores o en personas más fuertes que él, de las cuales dependen y se someten; desvirtuando con ello las diferentes áreas de la vida como son: las relaciones interpersonales, el trabajo, las cosas que se consumen y la relación del hombre consigo mismo.

La televisión es un medio de comunicación masivo cuya calidad es muy cuestionable y motivo de innumerables estudios, ya que su dimensión abarca un

extenso auditorio y en el cual el individuo pasa la tercera parte o poco más del tiempo que está despierto como receptor de una pantalla de televisión.

B. Definición del problema

El ser humano se ha ido transformando a través de la historia en todos los aspectos de su vida diaria, sus propias necesidades le han marcado la pauta para buscar soluciones a sus problemas. Poco a poco, el hombre va descubriendo que algunas cosas ya le resultan inadecuadas en su forma de vivir y pensar.

Conforme el ser humano ha ido logrando grandes avances en el campo científico y en la tecnología, su forma de vida y sus costumbres se van modificando, estos avances han permitido que el hombre adquiriera una nueva concepción del mundo que los rodea, ya que constantemente se están logrando múltiples inventos y descubrimientos.

La tecnología ha avanzado sorprendentemente en los últimos tiempos y los logros obtenidos son muchísimos entre los cuales se pueden mencionar los adelantos logrados en el campo de los medios de comunicación masiva.

Entre estos medios los que más se han desarrollado se pueden citar a la televisión, la radio, las revistas y los periódicos, debido a que llegan hasta los lugares más importantes del país y del mundo entero. Es gracias a estos medios que el hombre se ha puesto en contacto con las diferentes culturas que le rodean, y de las cuales ha visto sus costumbres, su forma de vestir y de pensar.

En el campo de la comunicación, la televisión es el medio que mayores logros ha obtenido; para ello se han invertido grandes sumas de dinero en la instalación de satélites que permiten llevar la imagen y el sonido a un mayor número de lugares, posibilitándoles así, estar informados de todo lo que acontece en el plano nacional e internacional y tener una mayor cobertura de todos los sucesos.

A través del sistema de satélites llegan al país gran cantidad de hechos desde diferentes lugares, programas televisivos principalmente de procedencia norteamericana, películas prohibidas sin control de calidad, además los programas de transmisión de algunas películas y series extranjeras no es el adecuado para todas las edades, de acuerdo con el contenido tratado en ellas. Debido a esto, cualquier niño que encienda el televisor va tener acceso a la más variada gama de películas y programas, que en la mayoría de los casos no son aptos para niños ni adolescentes.

Gran parte de las escenas incluidas en diversos programas son violentos; si los niños son observadores de esta violencia, reciben una influencia negativa, pues tienden a imitarla llevándola a la vida diaria.

La mayoría de los programas transmitidos en los canales nacionales y regionales son de procedencia norteamericana; la sociedad mexicana está siendo bombardeada por las costumbres que son propias de la forma de vida del vecino país. Así, las series televisivas importadas, llevan al espectador a apropiarse de problemas, situaciones, ambientes y objetos que se dan en la sociedad norteamericana.

La publicidad es un aspecto muy importante en la programación diaria de cualquier canal, gracias a ella se promueven artículos producidos por empresas transnacionales, cuyo principal objetivo es obtener grandes utilidades.

Los artículos son presentados en ambientes lujosos tratando que el espectador vea un mundo maravilloso; la televisión utiliza motivaciones individualistas y materialistas, tratando de uniformar los gustos de los televidentes y promoviendo modos de vida y de valores que son ajenos a la sociedad mexicana.

La influencia de la televisión en los últimos años está adquiriendo gran importancia en la vida de los individuos y en cada uno de los grupos sociales del país.

Una parte de la población que dedica mucho de su tiempo libre a ver programas televisados es la niñez. Si se compara con el tiempo que el niño asiste a clases con el tiempo libre destinado a realizar cualquier otra actividad, se aprecia que realmente es mucho el tiempo durante el cual el niño está en contacto con procesos de aprendizaje que no son planeados, ni siguen una serie de objetivos ordenados sistemáticamente, ni mucho menos son sancionados públicamente.

En la actualidad, la televisión es el medio de comunicación masiva que ocupa un lugar privilegiado en el gusto del adulto, el adolescente y el niño; pero, de todos ellos, el niño dispone de más tiempo libre para dedicarlo a ver televisión.

Los pequeños pasan mucho de su tiempo libre frente al televisor, por lo tanto son ellos los que están más expuestos a recibir los mensajes transmitidos por los anuncios y los mismos programas de televisión; de aquí es que surge la necesidad

de analizar hasta que punto puede ser vulnerable la niñez ante las distintas situaciones planteadas día con día por la televisión..

En relación a este medio de comunicación masivo se plantea la siguiente problemática:

“Repercusiones de la televisión comercial en la educación no formal en los niños de 9 a 11 años de edad que cursan la educación primaria ”.

C. Justificación

Sin duda alguna, la televisión es el medio de comunicación que ha logrado impactar a la sociedad en todos sus niveles.

Este trabajo busca analizar cómo está influyendo la televisión en los niños en su aprendizaje no formal obtenido de los programas televisados y cómo éste se relaciona con la educación formal adquirida en las escuelas.

La televisión pone al niño en contacto con otras culturas, conoce otras formas de vida, se entera de sucesos que ocurren en distintos lugares, ampliando sus horizontes; pero también, lo pone frente a diversas situaciones que pueden resultar negativas para su desarrollo psico-social. Es uno de los medios de comunicación a los cuales puede recurrir el niño en cualquier momento, pues dispone del suficiente tiempo libre para esta actividad. De ahí, que constantemente se estén abriendo espacios a programas dedicados exclusivamente a los pequeños.

Los mensajes que constantemente está lanzando la televisión, hacen que el niño cambie o modifique las conductas ya existentes.

El público en general necesita tomar conciencia de los efectos que la televisión puede causar en la forma de actuar y de pensar de los pequeños por ser ellos los más susceptibles a la influencia recibida del medio ambiente.

D. Objetivos

Los objetivos a lograr en el presente trabajo son planteados a continuación:

1. General:

- Conocer las repercusiones de la televisión comercial en la educación no formal en los niños de 9 a 11 años de edad que cursan la educación primaria.

2. Particulares:

- Analizar la influencia de la televisión en la educación no formal del niño.
- Conocer cómo la televisión influye en el cambio de los valores del niño.
- Realizar un análisis crítico de la televisión como promotora de la sociedad de consumo.
- Exponer la influencia de la televisión en la conducta infantil.

E. Marco de referencia

Las observaciones se hicieron en las escuelas primaria: Gral. Plutarco Elías Calles, Guadalupe Victoria, Cuauhtémoc y 20 de Noviembre, situadas en las ciudades de Guaymas y Empalme, pertenecientes a las Zonas Escolares 052 y 027.

Los grupos donde se realizaron las entrevistas están formados por niños cuyas edades fluctúan entre 9 y 11 años.

Los alumnos que asisten a estas escuelas son de clase económica baja. La mayoría de los padres tienen trabajos eventuales como: albañiles, empleados de restaurantes, jardineros, sirvientas, obreros que no están sujetos a un horario fijo, esto implica que los niños pasen mucho tiempo solos, ocasionando que no tengan un control sobre los programas de televisión que ven.

En las colonias donde están situadas las escuelas hay muchos problemas de alcoholismo, drogadicción y desintegración familiar.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

A. La comunicación

El hombre es un ser comunicativo por excelencia. Casi todas las actividades que se desarrollan giran en torno al fenómeno comunicativo. El hombre se comunica de diferentes maneras: signos, palabras, dibujos que forman parte de su diario vivir.

Etimológicamente la palabra comunicación se deriva del latín *comunis*, que significa poner en común, es decir, participar a otro de algo que nosotros poseemos.

La comunicación humana es esencialmente un fenómeno social que constituye en gran medida un aspecto constante en la vida social, un proceso continuo que tiene lugar en diferentes niveles: orgánico, individual, social, y a través de distintos canales: auditivo, visual, táctil, olfativo, gustativo y en diversas direcciones.

Para comunicar es preciso elegir un mensaje claro, un lenguaje determinado y un medio apropiado. Elegir un mensaje, un lenguaje y un medio debe y puede ser resultado de un conocimiento, del estudio y la investigación; éstos tres aspectos están en funcionamiento de la necesidad de la comunicación, el destinatario de la comunicación y el objetivo de la comunicación.

Comunicación interpersonal: La comunicación interpersonal tiene su base biológica en la capacidad de reacción de los seres vivos a los estímulos del medio

ambiente. Todo lo que el hombre hace, implica interacción con algo, es decir, el hombre es un ser social que existe gracias al contacto que tiene con el mundo que le rodea.

Este tipo de comunicación es un fenómeno que coincide con la duración de la vida, ya que el hombre tiene contacto entre individuos a través de diferentes medios, lenguajes y mensajes, es decir, cualquier intercambio directo de significaciones entre los hombres, cualquier transferencia de individuos a individuos, así como de diversas experiencias transmitidas con determinado lenguaje dan ese carácter interpersonal.

Comunicación social: Esta comunicación designa las formas y las condiciones de relación social en las que existe una participación de los individuos o de determinados grupos o clases para difundir en forma variada los elementos de información, conocimiento, juicio y cultura necesarios para la sociedad en general.

En la comunicación social pueden distinguirse los canales de comunicación, que dependen en gran medida de la relación entre los individuos o los grupos que están en contacto, así como de la estructura social misma.

Comunicación de masas: La comunicación de masas es considerada como:

“Un conjunto de métodos, técnicas, procedimientos, instrumentos de registro y reproducción, difusión, transmisión y amplificación industriales y a distancias de diversos lenguajes y mensajes destinados a un público amplio”.¹

¹ Jaime Goded. 100 Puntos sobre la comunicación de masas en México. p. 135.

La comunicación de masas establece un contacto entre la fuente emisora y un receptor denominado público, los cuales permiten que se establezca una relación comunicativa a una gran cantidad de personas.

En tanto seres sociales necesitan el aprecio de las personas a quienes se les consideran significativas en la vida. Las palabras que usan los demás para describir las relaciones con ellas pueden fortalecer o devastar su ego. Mediante la comunicación se aprende con quien se ha confrontar y a que posición razonablemente aspirar. Se aprende a quien admirar y al hacerlo se garantiza a esas personas el poder de hacer sentir importantes o insignificantes para el mantenimiento de sus particulares redes de significación.

De tal manera que la comunicación es algo más que la transmisión de ideas de una persona a otra. Es el medio a través del cual se aprende quienes son y quienes podrían llegar a ser. Además es el vehículo para demostrar como se ha ajustado a los anteriores modos de conducta, inapropiados para dar con la pauta del presente.

Dado el poder que tienen los otros sobre la definición de uno mismo, es fácil comprender por qué la gente trata de establecer alguna confianza en su capacidad para vérselas con los mensajes de aquellos con los que interactúan. La confianza depende en gran parte de saber lo que se puede esperar.

1. Su relación con la educación

La educación se obtiene por varias vías, a nivel formal en la escuela y de manera no informal en la familia, en la religión y en los medios de comunicación. De hecho, éstos han sido reconocidos también como una institución social.

La función educativa de los medios es actualmente reconocida por su acción profunda sobre las creencias y los valores que determinan el comportamiento de las personas, ya que su influencia tiene mayor importancia en el educando y en la propia institución escolar.

La escuela promueve la educación mediante un proceso o propósito formal e intencionado de enseñanza-aprendizaje, mientras la televisión lo hace de manera informal y con fines diversos. Es así como la educación que promueve la escuela tiene propósitos formativos de alfabetización, capacitación, etc., mientras que los medios manifiestan tener únicamente fines de entretenimiento, información y de orientación para el consumo.

Sin embargo, sus contenidos también forman parte del bagaje educativo y cultural de los individuos.

Los medios de comunicación son cuestionados hoy en día por la divergencia que se da entre el tipo de valores culturales e ideológicos que promueven y los que la escuela pretende fomentar como el amor a la patria y a nuestras tradiciones.

La forma de expresión que resulta más familiar a las generaciones jóvenes de finales de siglo, para adquirir el lenguaje, la interpretación y el significado de la cultura contemporánea es la de los medios de comunicación: televisión, radio, videos

y los impresos (historietas, revistas, etc.). Es decir, están mas relacionados con música y sonidos que con la lengua escrita.

Este fenómeno cultural actual determina la necesidad de relacionar la comunicación y la educación como aspectos que requieren complementarse y enriquecerse mutuamente, a fin de construir una teoría pedagógica que los englobe como factores de un mismo procedimiento, ya que actualmente se reconoce que cualquier situación educativa implica procesos de comunicación e interacción social.

La educación y la comunicación nacen como disciplinas sociales independientes y se desarrollan de manera separada y paralela.

Los medios de comunicación están constantemente incorporando innovaciones tecnológicas como recursos de expresión; mientras que la educación escolar ha basado, durante siglos sus procesos de comunicación en la interacción humana de tipo verbal.

B. Medios de comunicación

A partir de la Segunda Guerra Mundial, México entra a una etapa importante de su desarrollo industrial, generando cambios en todos los ámbitos de la cultura y de la sociedad en general. Los medios que daban a conocer la cultura mexicana se ven influidos notablemente por los medios de comunicación masiva, entendiéndose éstos como un sistema que con base en los avance tecnológicos y científicos produce, selecciona y transmite mensajes con diversos contenidos que se difunden a un numeroso grupos de personas; dentro de estos medios de comunicación masiva

están: la radio, la prensa y la televisión, los cuales han cumplido variadas funciones en todos los ámbitos, ya sea social, científica o cultural.

La influencia de la televisión de Estados Unidos en los medios de comunicación latinoamericanos comenzó con las inversiones directas realizadas por un grupo minoritario de personas; así como la inversión de varias compañías en la radio y televisión del país. El contenido que transmite la televisión, cine y revistas ha sido considerado en su mayoría como negativo, ya que no va de acuerdo a los intereses de la nación, y en cambio, Estados Unidos con sus empresas transnacionales tiene el principal potencial económico dirigido a un pequeño porcentaje de la nación que posee el bienestar económico. Es por eso que se enuncia que los medios de comunicación no toman en cuenta las necesidades étnicas, sociales y culturales, así como la información de las mayorías.

Las personas ajenas a la nación utilizan su inversión como instrumento que limita y manipula la información que llega por medio de los sistemas de comunicación apoyando en gran medida los intereses del comercio y de la propia política existente.

Tanto en películas, versiones en español de revistas, videos así como de las demás fuentes de información, se presentan mensajes organizados y ajustados a intereses bien definidos con una ideología capitalista, dando una imagen del mundo que impide la comprensión de la realidad nacional, fomentando y favoreciendo la dependencia económica de América Latina respecto a Estados Unidos.

Actualmente el hombre ha implementado y perfeccionado medios de comunicación más sofisticados y potentes con un sistema propio, una estructura cerrada y poco representativa de la comunidad.

Se dice que los medios de comunicación constituyen también una escuela, pero más enajenante y concurrente que la escuela convencional.

1. Sistema de comunicación masiva

Un sistema de comunicación es un conjunto de elementos unidos que establecen relaciones de comunicación entre los individuos con el fin de transmitir y amplificar mensajes; estos sistemas están constituidos principalmente por cinco elementos:

- a. Una fuente de información, que produce un mensaje o una serie de mensajes que se comunican con un receptor terminal.
- b. Un emisor, que realiza una determinada operación sobre el mensaje (codificación) con el objeto de transmitir una señal que pueda ser difundida.
- c. Un canal que es el intermediario y es el utilizado para transmitir la señal desde el emisor hasta el receptor.
- d. Un receptor, que realiza la operación inversa (decodificación) a la efectuada por el emisor y el cual construye el mensaje a través de la señal.
- e. Un destinatario, que es la persona o cosa a la que se destina la señal.

2. La radio

Los primeros ensayos de transmisión a distancia realizada en 1844 por el científico estadounidense Samuel Morse, a través del telégrafo de su invención; las

aportaciones de las ondas descubiertas por el físico alemán Enrique Hertz en 1887, que abrieron la posibilidad de la transmisión de la voz humana a grandes distancias y el invento del científico italiano Guillermo Marconi, que en 1897 permitió la transmisión de sonidos simples, hicieron posible que, en el primer cuarto del siglo XX, se produjeran los avances decisivos que condujeron al desarrollo de la radiofonía.

En 1915, en los Estados Unidos se llevó a cabo la primera transmisión intercontinental.

En el campo de la enseñanza, los educadores empezaron a reconocer, antes de la Primer Guerra Mundial, el valor potencial de este nuevo medio de comunicación.

En la década de los '20s comienza a aprovecharse la radio como un auxiliar en la enseñanza y muchas instituciones educativas de los Estados Unidos construyen sus propias estaciones.

La radio tiene valor cuando se trata de instrumentar a los alumnos en aspectos que requieren únicamente la intervención de elementos sonoros, tal como sucede con la historia, el lenguaje, la literatura, la música y los idiomas en general; no hay que olvidar que las emisiones por radio estimulan el oído como canal sensorial.

Actualmente en nuestro estado las autoridades educativas han instrumentado un programa radiofónico llamado "Besos de papel" en horario de clases para que el

maestro pueda hacer uso de este importante medio de comunicación, en el desempeño de su labor educativa.

3. Prensa

Cuando se habla de los medios impresos se refiere singularmente a los diarios, porque son los que tienen mayor peso específico, son los que más participan en los ámbitos políticos y administrativos.

Por lo tanto son la materia prima de esta reflexión. Hay alrededor de 250 diarios en todo el país con tiraje notoriamente bajo, esto forma parte del fenómeno general, conocido por todos como el analfabetismo, en sentido estricto, del analfabetismo funcional y del analfabetismo en cuanto a ejercicio.

Se comprende que los medios impresos circulen poco si se recuerda que un gran porcentaje de los mexicanos no saben leer y escribir. Por lo tanto son marginados de la posibilidad de ser usuarios de los medios impresos.

Si a esta condición se añade el analfabetismo funcional, es decir, aquel que padecen personas que aprendieron a leer y escribir pero por el desuso de esas facultades, las han perdido; no leen, ni escriben habitualmente y esto dificulta el ejercicio de esa facultad hasta que llega a perderse. Y finalmente, se considera que hay una gran cantidad de mexicanos que no han perdido la facultad de leer y escribir pero que no la ejercen con frecuencia.

Si por otro lado, además del componente cultural que se maneja en estos términos, se tiene presente el componente económico; los medios impresos son un bien cuya obtención cuesta dinero y si se tiene presente que la distribución del

ingreso se presenta una pirámide muy ancha en la base y muy aguzada en la cúspide, se puede comprender fácilmente que los medios impresos no constituyan un mecanismo de difusión muy amplio.

4. La televisión

La televisión es el sistema de comunicación más barato y de más penetración a nivel nacional; la prensa y la radio son menos homogéneos por fragmentarse en multitud de estilos.

“La televisión (visión a distancia) en su sentido más amplio es un medio de comunicación de masas que utilizan un lenguaje audiovisual específico (lenguaje que a través de la vista y el oído permite percibir el movimiento, el volumen, la duración, el ritmo, la intensidad, el sonido) con el objeto de transmitir y amplificar mensajes”.²

La televisión es un medio de información en un sólo sentido, es decir, en ella se realiza un acto de emisión sin permitir respuesta alguna. Pero además de todo esto, la televisión es un “sueño”, pues hace que las cosas parezcan y aparezcan, produciendo una ilusión de realidad; sin embargo el sueño televisivo resulta finalmente y de manera cada día más claro, como un revelador de la realidad de un rostro oculto, que no se quiere ni puede mostrar.

Es innegable que la televisión constituye el medio informativo de mayor magnitud, porque simplifica o sintetiza los otros medios que han revolucionado las formas de comunicación predominantes.

² Ibid. p. 175.

Jaime Goded. *El País*...

La televisión como instrumento de control y cambio social, actúa según su contenido y organización de forma positiva o negativa sobre los individuos de esta época, ya que el progreso científico y tecnológico que ha logrado la televisión le ha sido dado al hombre como forma de liberación de sus conflictos y como enajenación de su propia conducción ante el mundo al que pertenece.

a. Antecedentes históricos

La televisión es un medio de información colectiva relativamente reciente, su historia real se remonta a las primeras transmisiones efectuadas durante el gobierno del Presidente Miguel Alemán o sea la década de los '40s.

La base de la industria televisiva se constituye en las últimas décadas, momentos en que se consolidan los grupos económicos que, una vez terminado el movimiento armado de 1910, primero impulsa la industria de la radiodifusión.

A principios de siglo, no existe en México una fuente de acumulación de capital lo suficientemente desarrollada como para que surgan capitales financieros nacionales, es así que el capital industrial bancario es el que dará origen a la actual industria de los medios de información electrónicos se integran casi en su totalidad con capital extranjero.

Terminada la Segunda Guerra Mundial, en Estados Unidos comienza a expandirse la televisión con la misma rapidez que la radio. La televisión de hecho había surgido a principios de los '40 y se encontraba ya aprobada por la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos, el conflicto mundial obliga al gobierno a solicitar la ayuda de las industrias que operaban en la comunicación.

Para 1950, año en que la televisión se inaugura oficialmente en México, en Estados Unidos existen ya 10,500 receptores de televisión fabricados por las mismas corporaciones que controlan la radiodifusión tanto en México como en otros países latinoamericanos.

En México el surgimiento de la televisión coincide con una etapa de agudización de la dependencia económica de nuestro país respecto de Estados Unidos. En el ámbito de la industria de la radio y la televisión las repercusiones son inmediatas tanto en el vínculo con la infraestructura televisiva como en el sostenimiento cotidiano de la misma industria, es decir en los anuncios de las corporaciones.

En el orden jurídico se concreta también una forma de dependencia, manifestada en los Decretos y Acuerdos promulgados por el Presidente Miguel Alemán, producto de convenciones internacionales convocadas por organismos privados.

A partir del Gobierno de Ruiz Cortines, el estado mexicano, tomará por vez primera, ciertas medidas jurídicas en contra del sentir empresarial; medidas que de ninguna manera alteran la orientación y finalidad que los industriales privados diseñaron para la radio y la televisión a lo largo de medio siglo.

El año 1960 es importante en la historia de la radiodifusión mexicana, porque el Estado a través de la actual Ley Federal de Radio y Televisión, manifiesta su intención de participar por primera vez como emisor, en forma reglamentada, con la limitación de hacerlo a través de los canales operados por la empresa privada. Sin

embargo, en 1969, el intento comienza a tomar forma, al especificarse que el Estado contará con el 12.5% del tiempo de transmisión de los canales comerciales.

En los orígenes de la televisión, en 1950, había tres propietarios de las televisoras privadas, el del Canal 2, el del Canal 4 y el del Canal 5, que hacia 1958 se juntan para constituir Telesistema Mexicano y no competir de manera lesiva entre sí. Diez años después aparecen nuevas concesiones en la Cd. de México, la del Canal 8 y la del Canal 13; se inicia un período de competencia muy intenso entre Telesistema que agrupaba el 2, al 4 y al 5, y el Canal 8, operado por lo que se conoció comúnmente como el Grupo Monterrey y después de un período de alrededor de cuatro años de competencia intensa, deciden cesar la competencia, vincularse entre sí y crean Televisa, que con la sola excepción del Canal 13 durante muchos años y hoy Televisión Azteca; dominan prácticamente toda la televisión comercial en el país. La mayor parte de las televisoras comerciales en el país son solamente repetidoras; sólo en algunos puntos del país se originan programas.

Durante más de veinticinco años la televisión se desarrolló en México conforme a los requerimientos del mercado, orientada primordialmente a su empleo eficaz como medio publicitario. Creó su propio público con base en una programación popular de alto rendimiento publicitario y de bajo costo de producción. Concentrada en una sola empresa, especializó cada uno de los canales de que disponía, para captar en cualquier momento el mayor auditorio, al mismo tiempo que, para competir mejor en la provincia, enlazaba sus cadenas conforme a una estrategia común.

Los programas dedicados a la cultura y a la educación no tienen la incidencia deseable para la mayoría de los mexicanos, debido a los horarios que le son asignados y a la escasa cobertura de los canales que los transmiten ya que el Canal 11 del Politécnico Nacional y el Canal 22 Cultural sólo llegan por el Sistema de Cable Visión a la mayoría de las poblaciones.

Cuando el Canal 13 pasó a manos de la iniciativa privada, se pensó que el panorama de la televisión en México iba a cambiar, pero la nueva empresa se limitó al igual que Televisa a ofrecer programación que orienta hacia la diversión de alto rendimiento publicitario.

b. Función social-informativa

La televisión, de la misma forma que los demás medios de comunicación, debe cumplir su responsabilidad social, ya que en este aspecto le corresponde reforzar los valores nacionales, impulsar el desarrollo individual, grupal y social en forma armónica; para ello requiere de un órgano responsable que regula la cantidad de información y la programación local, regional y estatal, permita que los individuos participen en forma objetiva en las diferentes opciones presentadas hacia la orientación que siguen en su propias comunidades y así puedan integrarse a la sociedad y comprender otras formas de vida existentes.

La función social que la televisión debe tener es la de servir como instrumento para la instrucción y la educación con la cual lograría mejor formas de convivencia humana tal como lo establece la Ley de Radio y Televisión vigente y no como instrumento exclusivo de los intereses del poder.

Asimismo la televisión debe de dar difusión a las propias pautas de conducta social y política del sentir nacional, de la historia, de las tradiciones, en sí de una manera original de vivir para lograr la propia identidad y no dar lugar a una aculturación negativa producto de las influencias recibidas del exterior.

c. Función recreativa

La televisión penetra en los hogares mostrando toda clase de experiencias e informaciones, absorbiendo en gran medida el tiempo libre de los miembros de la familia. Se dice que es el medio recreativo más práctico y en el cual la familia no invierte mucho dinero; el pequeño generalmente es alejado de los parques recreativos para enclaustrarlo frente al televisor.

La televisión acabó con la época de los héroes y caudillos y hoy enaltece la labor que realizan los cantantes, las vedettes y los cómicos que aportan determinados patrones de conducta tendientes a imitar.

Desde los filmes de largometraje, teatro, circo, variedad y concursos, hasta las transmisiones deportivas y las veladas musicales son preferentes después de la jornada diaria.

La televisión aleja a los niños de otras actividades más productivas y provechosas para ellos como leer, hacer algún deporte o actividad artística, si los padres de familia no les dan opciones más variadas de entretenimiento.

Diversos autores han analizado los programas televisivos tanto desde el punto de vista técnico (forma de elaborar los programas a base de secuencias rápidas) como los contenidos de sus mensajes, los cuales imponen determinados modelos de

vida y alejan a los niños de hábitos artísticos y lúdicos, y sobre todo, del desarrollo armónico de sus posibilidades.

d. Función educativa-cultural

La televisión tanto para los adultos como para la niñez, debe cumplir funciones educativas, pero a pesar de que se transmiten dichos programas pocas personas los prefieren.

Las transmisiones educativas no recibieron en un principio gran apoyo por parte del gobierno, sin embargo, en 1965 para solucionar el problema se estableció el proyecto de alfabetización. A partir de entonces y en los años siguientes se estableció un servicio amplio de telecomunicación educativa, que hizo posible el proyecto de telesecundaria al cual podía tener acceso la mayoría de la población con resultados positivos que se pueden apreciar en la actualidad.

Hoy, el término televisivo contempla varias áreas que incluyen programas producidos y transmitidos por instituciones nacionales, regionales y estatales, así como programas instructivos preparados para estudiantes de todos los niveles académicos a través de sistemas de circuito cerrado, los cuales se pueden utilizar en cualquier institución educativa como parte de sus cursos formales.

Según Grausquin, la mayor parte de los programas educativos que presenta la televisión carecen de planeación adecuada para proporcionar la información necesaria que ayude a la audiencia a alcanzar sus propósitos educativos y culturales, es decir, los programas educativos encierran generalmente un contenido

muy pobre, porque los realizadores de ellos se ajustan a las demandas de determinados grupos mínimamente culturizados.

La televisión educativa puede ser una herramienta pedagógica eficiente, siempre y cuando se identifiquen de forma real y objetiva sus propias metas. De tal forma, el productor tendrá que considerar varios factores económicos, revisar las técnicas de presentación y reevaluar la función de la televisión para obtener resultados positivos.

C. Televisión comercial

La televisión nació desde el poder en 1950, por tal motivo, se ha orientado a servir al poder. Su imagen, lo mismo que sus sonidos, se convirtieron en la expresión de la cultura capitalista. Se ha dicho anteriormente que la televisión transmite sus mensajes a un público eminentemente receptor, condenado a la asimilación y a la manipulación, como ocurre en la sociedad.

Por la estructura misma que presenta la televisión y al definir su contenido sólo tienen acceso a ella el poder económico y el poder político. El poder económico tiene la misión de vender y el poder político la de manejar la información para poder manipular la opinión pública de acuerdo a ciertos intereses de grupo.

Actualmente en México, la televisión desempeña un papel muy importante como amplificador de la simulación, la demagogia y como reproductor de la idea dominante; pero al mismo tiempo sin darse cuenta, la televisión muestra la mentira y

con ello da una panorámica de la situación, las condiciones y las relaciones en que vive realmente el país y que tratan de dejar al margen de cualquier circunstancia.

La importancia de la televisión radica en la enseñanza rápida y eficaz de los contenidos programados a la mayor parte de la población.

Millones de mexicanos contemplan este medio ambicioso sin saber a ciencia cierta la intencionalidad de los mensajes expuestos.

En México no existe la certeza de tener información confiable, sistemática, científica, acerca de los emisores, mensajes, medios, receptores y efectos de la comunicación de masas.

El manejo de la comunicación se ha dejado en manos de los monopolios privados, quienes tienen el mayor poder de penetración y el mayor dominio de amplitud en todo el país.

La televisión en México, contribuye a que las generaciones actuales no sólo consuman productos, sino también símbolos diversos, llegando al olvido de los héroes y valores nacionales y fanatizando a los protagonistas de los programas televisivos. Se ha perdido con ello el nacionalismo y las tradiciones y se le ha dado cabida a las ideologías extranjeras que no hacen más que confundir al individuo alejándolo de toda conciencia social y cultural.

“Cada vez más, la televisión incorpora en sus programas cotidianos los elementos que caracterizan a la prensa: la publicidad y la información sobre noticias de actualidad socio-política y económica.

De aquí surgen numerosas derivaciones, cuyo peligro tantas veces se ha señalado: la uniformación del pensamiento social de acuerdo con determinados intereses, en manos de poderosos

*grupos de presión, el torpe empleo de las imágenes que presentan acciones falsas, la selección ideológica de los materiales”.*³

En verdad es preocupante la forma como son manipulados los programas televisivos para hacer pensar al público que algunas imágenes representan el sentir de la mayoría. En televisión se emplean muchos trucos que pueden deformar las situaciones reales y así confundir a la opinión pública.

Los noticieros nacionales pasan únicamente las noticias que son convenientes para los grupos que están en el poder por así convenir a sus intereses.

1. La programación

De cuantos medios de comunicación existentes en la actualidad, la pequeña pantalla tiene un lugar privilegiado en la preferencia de los individuos y a su vez tiene varios efectos sobre ellos.

*“No es raro que un niño llegue a la primaria con miles de horas perdidas frente al televisor. Frecuentemente desde los dos ó tres años, se mantienen inactivos un promedio de 3 a 4 horas diarias y a veces más, lo que sumarían aproximadamente 1000 horas anuales, más de 10,000 horas al llegar a la adolescencia, en que no hiciera otra cosa que recibir pasivamente información más frecuentemente inadecuada”.*⁴

Las empresas nacionales no llevan a cabo una verdadera depuración de los programas que son importados, generalmente, son adquiridos programas cuya calidad deja mucho de desear y de todas formas son transmitidos por los diferentes canales televisivos.

³ Emiliano Martínez. et. al. Enciclopedia Técnica de la Educación. Vol. V. p. 216.

⁴ José Novoa Bodet. Mi hijo no quiere comer. p. 109.

Es así que llegan a millones de hogares mexicanos programas que no tienen un contenido aceptable, debido a que la revisión de contenidos no suele llevarse a cabo con el rigor requerido por el caso; esto ocurre principalmente por la rapidez con la cual se trabaja en la televisión.

Todo trabajo de producción de programas lleva consigo costos muy altos que se elevan debido al tiempo transcurrido en su elaboración o según sean los efectos que se busquen proyectar, por todo esto los trabajos son realizados en el menor tiempo posible y en muchas ocasiones los contenidos son sacrificados para poder reducir los costos.

Las producciones hechas a nivel nacional en su mayoría carecen de calidad por la falta de recursos económicos, además de ser pocos los programas que se elaboran tendientes a aumentar la cultura del pueblo.

En su mayoría son más los programas destinados principalmente a entretener a la población, distrayéndola de esta manera de los problemas económicos, sociales y políticos que están aquejando a toda la nación.

La misma urgencia con la que se producen los programas de la televisión, ha dado lugar al empleo de un lenguaje defectuoso, incorrecto y bárbaro, que en la mayoría de los casos el televidente tiende a apropiarse de él y lo utiliza en sus expresiones cotidianas.

Las expresiones y palabras utilizadas en muchos de los programas extranjeros principalmente los realizados en el idioma inglés y que se transmiten en México, desplazan a las ya existentes en el idioma español.

Los adolescentes y los niños tienden a repetir expresiones que no son propias del español, viciando de esta manera el idioma representativo del pueblo mexicano.

El inglés tiene términos que no pueden ser traducidos al español y de ahí surge la confusión al quererlo emplear como si verdaderamente pertenecieran al acervo cultural de la sociedad mexicana.

Diariamente, sólo en dos canales locales de televisión, se transmiten aproximadamente nueve horas continuas de programas infantiles, de caricaturas, de aventuras, de comedia, de concursos, etc. La mayoría de estos programas son extranjeros, contienen una buena carga de violencia y muestran a los niños el estilo de vida norteamericana, carente de los valores básicos entrañables a la familia y a la sociedad.

Según la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, los programas infantiles que tienen mayor popularidad, son: Los Caballeros del Zodíaco, los Supercampeones, Animaniacs y Los Simpson, todos ellos series de origen norteamericano, de dibujos animados, con fuertes dosis de violencia y antivalores. Los Simpson se ha convertido en uno de los programas más vistos hasta por los mismos adultos, quienes afirman que no es un programa para niños; sin embargo los niños los mencionan como sus favoritos porque dicen que son chistosos, que Bart es muy listo, su papá es un tonto, los muñecos son raros, es divertido, etc.

Es verdaderamente alarmante comprobar la violencia de las caricaturas transmitidas y que fomentan poco amor a la vida y a la salud. Los pequeños deben encontrar un medio propicio que no rompa con los valores de la familia.

Otro peligro para los niños son las telenovelas. En ocasiones son obligadas a verlas, pues las madres prefieren tenerlos sentados a que vayan a sufrir un accidente en la calle, y con frecuencia les despiertan prematuramente su instinto sexual. No resulta extraño entonces, que imiten actitudes de adultos que más que hacernos reír, deberían preocupar, por ejemplo, como cuando seleccionan a sus ídolos.

La violencia, el tema más explotado en la televisión, es la manifestación de rebeldía y agresividad, extrañas a todo sentido de paz; el éxito de los programas en que aparecen robos, crímenes, violaciones y, especialmente, ese tipo de violencia sutil, que ataca la interioridad del niño, es producto de una sociedad enferma, egoísta y venenosa, capaz de arrasar todo sentimiento noble.

Las preferencias de programación de los niños aparecen tempranamente. Entre los niños de edad preescolar, las películas de caricaturas animadas son firmemente las más populares. Entre los de primer grado las comedias son tan populares como las caricaturas. Para el sexto grado, la preferencia ha cedido a los programas de variedades musicales y las representaciones dramáticas. A partir de ese nivel de edad, las preferencias se aproximan a las de los adultos.

2. Comerciales

Los comerciantes, a través de grandes campañas de publicidad, lanzan productos que en ocasiones son perjudiciales para la salud física y mental de los consumidores. La publicidad resulta ser un medio muy engañoso que lleva a que la

gente compre productos que muchas veces no necesita o no tienen el nivel de calidad requerido, resultando ser un fraude para el consumidor.

En la actualidad se está explotando el consumismo de las personas, fundamentalmente por medio de los anuncios programados en los distintos medios de comunicación, pero indudablemente el que tiene mayor penetración en la conciencia del consumidor es la televisión, por conjugar el audio y la imagen haciendo con ello que los productos luzcan muy atractivos para el posible consumidor.

Son innumerables los productos consumidos por el simple hecho de ser presentados en campañas publicitarias que buscan influir en la gente para que adquiera diversos artículos considerados como chatarra, es decir productos que no tienen un verdadero valor nutricional o funcional y que son altamente nocivos para la salud como el alcohol y el tabaco.

La publicidad va creando en la conciencia del auditorio que para pertenecer a un grupo determinado de personas tienen que poseer o consumir determinado producto, es decir, propone formas de vida inalcanzables, desvinculados de una realidad nacional, pues utiliza modelos copiados de otras sociedades con un grado de desarrollo más elevado al de la sociedad mexicana.

Todo esto se da, porque los grupos televisivos copian estructuras de programas estadounidenses y además son importadores de muchos de ellos, poniendo así de manifiesto el modo de vida de esa sociedad y por lo general el estilo de vida tiende a ser imitado por las diversas clases sociales de México.

Junto con los programas se lanzan al mercado una serie de objetos para ir fomentando el hábito del consumo en los niños.

Las caricaturas son también muy apreciadas por la mayoría de los espectadores infantiles, pero están siendo utilizadas para vender juguetes que se basan en los personajes principales de las mismas. Además de juguetes son lanzados otros artículos como camisetas, tenis, lápices, reglas y otros donde aparecen los personajes de las caricaturas como "gancho" para tener preferencia de los niños, aprovechándose así de su ingenuidad.

El niño es puesto ante la tentación de tener el producto anunciado constantemente como el símbolo de tener más que otros, fomentando con ello el consumismo que tanto interesa a los fabricantes en gran escala de los productos anunciados en televisión.

En las instituciones preescolares y primaria se observa a la niñez con diferentes artículos, ropa, y además, con motivos de personajes de la televisión (propagandas consumista, caricaturas) y en los cuales se facilita el comercio de estos productos que la televisión está promoviendo constantemente. El niño quiere comer, o masticar lo que se anuncia más; poseer la mochila, el cuaderno, la camiseta, la calcamoniá, cualquier útil o juguete donde venga impreso el personaje preferido o de moda que se transmite por este medio, creando a veces cierta culpabilidad en los padres por no poder comprar lo que la televisión anuncia, y que los niños están pidiendo constantemente.

Los estudios han dedicado una gran atención a la percepción que tienen los niños de los comerciales en la televisión; constituyendo la franja más indefensa del público acrítico.

En término de comerciales, las dos preguntas principales que formulan los investigadores son: si los niños pueden separar el contenido del programa de su contenido comercial, y si se dan cuenta de los que los anuncios comerciales son intentos de convencerlos de que compren determinados productos. Prisionero de procesos limitados, no reflexivos, el niño depende de agentes exteriores que no le permiten separar, integrar, criticar, información que a través de procesos de asimilación o acomodación forman parte de su conceptualización del mundo real. (Piaget, 1962; Kohlberg, 1966-1969).

Para Cox (1962), en los criterios de valor predictivo y de fiabilidad, los niños aprenden qué es lo que hay que valorar, y si su personaje televisivo favorito les dice que un juguete posee atributos que según ellos han aprendido son importantes, se fortalecerá su confianza en esa señal. Incapaces de encarar su relación con la televisión de manera episódica, los niños pequeños no están en condiciones de reconocer hacia dónde los están llevando.

Felman y Cols (1977), registraron escasa relación entre la insatisfacción de los padres ante la publicidad y su control sobre la medida en que los niños ven televisión. Se diría que los padres son conscientes de que la publicidad exagera los conflictos con los niños, y de que puede convencerlos de que quieren cosas que no necesitan (Culley y cols 1976).

El modelo siguiente describe la transgresión de normas que los niños pueden percibir cuando los padres se niegan a comprarles algo que ellos quieren:

- Condiciones: Los padres y las madres aman a sus hijos.
- Efectos deseados: Los padres y madres quieren que sus hijos sean felices.
- Opción de conducta: Como mi padre y mi madre me quieren y quieren que yo sea feliz me comprarán lo que yo quiero.

Cuando un niño abraza a su madre y le dice que es la mamá más grande del mundo porque le compró el producto que él y sus amigos querían. Está implícito que las buenas madres satisfacen las expectativas de sus hijos en la adquisición de productos. El niño cuyos padres se niegan a satisfacer sus expectativas puede empezar a creer que su padre o su madre no desean hacerlo feliz, o pero aún, que no lo aman.

D. Ley Federal de Radio y Televisión

La Ley Federal de Radio y Televisión fue expedida por el Ejecutivo Federal el 8 de Enero de 1960 y fue publicada el día 19 del mismo mes y año. Entró en vigor al día siguiente de su publicación.

Por la importancia que reviste para el presente trabajo de investigación a continuación se enumeran los principales artículos que competen en cuanto a usos y limitaciones de la televisión.

Principios fundamentales: En su primer capítulo, el de los principios fundamentales dice: El Artículo 5º. La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al

fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efectuar a través de sus transmisiones, procurarán:

- I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vehículos familiares;
- II. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;
- III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y la cooperación internacional.

Artículo 6°. En relación con el Artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamento de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los Organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.

En el capítulo de Jurisdicción y competencia dice:

Artículo 10°. Compete a la Secretaría de Gobernación:

- I. Vigilar que las transmisiones de la radio y la televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y la moral, y no ataquen los derechos de terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz pública;

II. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidas a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procure la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo.

Artículo 11º. La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;
- II. Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- III. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;
- IV. Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil.

En el Capítulo referente a la programación dice:

Artículo 58º. El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la constitución y leyes.

Artículo 59º. Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas, con duración hasta de 30 minutos continuos o descontínuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que debe proporcionar el material para el

uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 59° Bis. La Programación General dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá:

- I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez;
- II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana;
- III. Procurará la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;
- IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños;
- V. Proporcionar diversión y coadyuvar el proceso formativo de la infancia.

Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o teleteatros grabados, las películas o series para niños filmados, los programas de caricaturas, producidos, grabados o filmados en el país o en el extranjero deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores.

La programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta ley.

Artículo 67°. La propaganda comercial que se transmite por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases.

- I. Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación;
- II. No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;

III. No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad de la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades;

IV. No deberá hacer, en la programación referida por el Artículo 59° Bis., publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen la buena nutrición.

En el capítulo correspondiente a la coordinación y vigilancia se habla de un organismo coordinador:

Artículo 90°. Se crea un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría que fungirá como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte, otro de la Secretaría de Educación Pública, otro de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, dos de la industria de la radio y la televisión y dos de los trabajadores.

Artículo 91°. El Consejo Nacional de Radio y Televisión tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Coordinar las actividades a que se refiere esta ley;
- II. Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal;
- III. Servir de órgano de consulta del Ejecutivo Federal;
- IV. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones;

V. Conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado o por las Instituciones, organismos o personas relacionadas con la radio y la televisión;

VI. Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos.

En cuanto a programación, puede decirse que no se cumplen con los artículos de esta ley, pues la televisión está plagada de programas que no contribuyen a exaltar los valores nacionales y que en ocasiones ridiculizan las costumbres y tradiciones del país, promocionando en cambio las de otros países; la mayoría de los programas incitan a la violencia, por lo tanto no contribuyen al mejoramiento de la convivencia humana; en ellos se utiliza un lenguaje defectuosos no contribuyen a conservar la propiedad del idioma; se transmiten además programas de otros países en los cuales son muy naturales ciertas conductas que son ajenas a los principios morales de la sociedad mexicana.

Lo mismo puede decirse acerca de los comerciales en televisión ya que en ella, contrario a lo establecido en la ley, se incita a la población al consumo de productos que no son necesarios, exagerando sus usos, aplicaciones y propiedad

También se hace propaganda de productos alimenticios procesados químicamente, que distorsionan la información acerca de la buena nutrición poniéndolos por encima de cualquier alimento natural.

En cuanto al artículo que mencionan que las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias dedicadas a difundir temas

educativos y culturales, desafortunadamente esto se hace en horarios en los cuales el niño no tiene acceso a ellos.

En el Estado de Sonora, el Gobierno ha instrumentado una programación educativa, a través de TELEMEX, los días martes y jueves de 5:30 a 6:00 PM. y sábado de 7:30 a 9:00 AM., por lo que puede decirse que en este renglón el Gobierno del Estado está cumpliendo con su obligación de promover la enseñanza a través de la televisión; es tarea por lo tanto de padres de familia y maestros hacer uso y aprovechamiento de estos programas.

Por todo lo anteriormente citado puede decirse que el Consejo Nacional de Radio y Televisión no está cumpliendo con el cometido para el cual fue creado y por lo tanto las Secretarías por las cuales está integrado no están cumpliendo con su obligación de vigilancia y coordinación; a favor de ella se puede hablar de la ambigüedad en la elaboración de la ley, ya que mientras en una parte dice que deberá propiciar el desarrollo armónico, estimular la creatividad y solidaridad humana, etc., en su Artículo 58º. dice que el derecho de información es libre y no será objeto de ninguna inquisición judicial por lo que las cadenas televisivas aprovechan estos resquicios para en aras de los intereses económicos, deponer los intereses de la sociedad mexicana.

E. La televisión en la comunicación familiar

El televisor, como las madres, es el centro del hogar, una referencia segura, estable y clara, con elementos a favor de la televisión lógicamente, ya que responde

a las preguntas de los hijos y obedece en lo posible a sus deseos; sin embargo, la madre no está siempre disponible por sus variadas actividades y es a la televisión a quien se le han adjudicado ciertas actividades compensatorias.

Tanto psicólogos y pedagogos aconsejan controlar el tiempo que los niños permanecen frente al televisor, pero, en la familia el orden y la disciplina se alteran habitualmente para ver determinados programas. En algunos casos, los programas televisivos son al mismo tiempo referencia de hora para los niños que dividen el día y saben la hora en función de la imagen que habitualmente se presenta, es decir, los pequeños telespectadores identifican el horario de su vida cotidiana con la programación; por ejemplo: asocian la llegada del padre con la presentación de algún programa. En realidad, en la vida de un niño muchas de las cosas se ordenan en función de la televisión (el juego, el estudio, la vida familiar), de la misma forma que con anterioridad lo hacía la madre.

Desde el principio de los tiempos, la madre se ocupaba totalmente de su hijo, y a la vez que lo cuidaba, lo entretenía, construyendo su personalidad a través de la actividad y el juego. Es ella quien lo cuida y lo enseña y quien llena la soledad, en algunos casos; siempre ha sido la madre quien nos ha indicado lo qué es bueno o malo, lo que hay que amar y respetar, desear o rechazar.

Toda una escala de valores se fijan en los programas de televisión, y son los programadores los que definen según intereses ideológicos muy concretos, los que los niños deben querer o anhelar, destacando valores que les convienen a ellos, ya

que hoy lo mejor y lo más adecuado lo define y dicta la publicidad que nos llega a través de la televisión y que influye también en los padres de familia.

La producción de lo imaginativo y lo emocional llegaba del seno materno en forma de canciones, relatos de hechos sucedidos, narraciones de historias o simplemente de los cuentos, por tanto, la televisión ha conseguido que los niños adquieran convenientemente, un lenguaje más uniforme y despersonalizado que distorsiona su visión del mundo, así como su propia estructura mental.

A pesar de tan grandioso que ha sido la modernización y amplitud de los medios de comunicación, se dice que el cúmulo de información ha penetrado tan intensamente que tanto el niño como el adulto, forman parte de un proceso de incomunicación tan real como la actitud pasiva que muestran (específicamente con la robotización de la televisión) y sobre todo por medio de la persuasión manipuladora y enajenante.

F. Influencia de la televisión y los valores morales

El proyecto de la televisión en México ha permitido que la sociedad se enfrente e identifique a una sociedad con valores diferentes, como lo es la sociedad estadounidense, mostrando un modelo que permite que el individuo lo asimile con facilidad.

La mayoría de los programas presentados en la pantalla chica, disminuyen la capacidad de autonomía, es decir, a la persona se le da el valor de acuerdo a lo que posee, y considerando de valor mayor a lo que viene del extranjero.

La televisión contribuye a que los niños en su mayoría disminuyan sus capacidades creativas, fomentando la pasividad y el conformismo; refuerzan el pensamiento mágico con la presentación de una realidad fantasiosa e idealizando personajes ficticios y mostrando con ello formas de vida inalcanzables.

La televisión ha permitido que se le aprecie como un escaparate de diversos productos de consumo, que en su mayoría son superfluos, pero importantes para que las personas con su adquisición tengan mayor prestigio ante el grupo social al que pertenecen y no salgan de lo establecido por la moda o por el sistema de control televisivo. Los valores como la cooperación, amor y cuidado por los demás son poco reforzados; pero en cambio la violencia, sexualidad y competitividad son prioritarios para la realización de los actuales programas televisivos.

Se han incorporado y reproducido en los esquemas de operación, en sus formas y contenidos los valores sociales más extendidos y arraigados, los estereotipos más implantados, manteniéndose siempre dentro del sentido común. Algunos valores suelen ser muy convencionales pero revestidos de modernidad; otros como los valores tradicionales de la familia, el amor romántico, el matrimonio como aspiración suprema de la mujer, la pobreza como prueba, la vida como comprobación del destino, mezclados con aspectos como el azar y los seres sobrenaturales.

En la televisión se aprecian un sinnúmero de cosas aparentemente ideales que hacen que el niño se aleje del mundo real en el que vive, motivándolo a aceptar como metas a alcanzar lo que se muestra como mejor y único, es decir las niñas

serán más aceptadas si son más bonitas, sexis, mejor vestidas, según el prototipo que ellos muestran; los muchachos tendrán que ser fuertes, bien parecidos, provocando frustraciones en los individuos ya que de alguna manera acentúan sus defectos ante el modelo que se exhibe como ideal.

En toda sociedad existen normas, valores, costumbres, que se aprenden en forma diferente por cada uno de los integrantes, dependiendo de la edad, sexo, condición social y el control que los padres ejerzan sobre la exposición de sus hijos ante los medios de comunicación (específicamente la televisión), para no caer en el problema de la sustitución de valores que el medio aporta como mejores y propios de una educación moral bien fundamentada.

Una película puede hacer que la belleza tenga prioridad sobre la bondad y la inteligencia en la valoración femenina, puede influir para que la convivencia en unión libre de una pareja se vea como algo normal, puede presentar a un hombre honrado como si fuera un bobo; se tratan infinidad de cuestiones que pueden dejar mensajes no muy claros y pueden propiciar que los valores morales vayan desapareciendo o cambiando al ser considerados como pasados de moda. De ahí la importancia de presentar las situaciones lo más apegadas a la realidad y dirigidas de una manera conciente y cuidadosa.

G. Influencia de la televisión en la niñez

Las conductas que los individuos manifiestan en cada una de sus acciones son aprendidas a través de los diferentes modelos conductuales que se presentan.

Los medios de comunicación son formadores de conductas ya que los mensajes que emiten siempre tienen un significado; además, su influencia tiene un gran peso e incluso es mayor que las relaciones interpersonales pueden tener por sus fuertes y constantes estímulos audiovisuales.

Just

La televisión es la fuente de imágenes más importante del mundo hoy en día. Si la gente está ante el televisor a razón de 4 ó 5 horas diariamente, es conveniente decir que la televisión es la fuente de imágenes que forma parte del pensamiento de las personas.

La imagen, el color, la forma y el símbolo que presenta la televisión son concretos, físicos y reales capaces de influir a quienes las observen.

La televisión expone un conjunto complejo de estímulos, los cuales permiten que al verla, tanto la coordinación de los datos auditivos y visuales, la ausencia de respuestas por parte de quien las ve y la localización fija de la televisión al mirarla, son características que no cambian; pero, el contenido de los programas televisivos tiene muchas variaciones, que hacen que la realidad que muestra la televisión afecte la conducción de la vida y especialmente la de los niños, llegando incluso a condicionar el comportamiento que se presenta en determinados hechos, acontecimientos o personas que sólo hemos conocido a través de la pantalla.

dist
o
am

Por tal motivo es importante señalar que la televisión es capaz de distorsionar, dirigir o motivar el comportamiento de las personas, así como de condicionar sus opiniones públicas y manifestaciones.

Tanto los niños de educación preescolar como los de primaria son asiduos a la televisión y representa un "juguete muy importante", que puede convertirlo mayormente en un "teleadicto" que lo aleje del comportamiento típico infantil.

Como es sabido los niños pasan por diferentes etapas de desarrollo que es fácil de influencias, ya que ese proceso evolutivo lo van conformando todos los elementos tanto biológicos, psicológicos y sociales del medio en que vive. El niño por naturaleza tiende a imitar todo lo que ve y oye, y por consiguiente apropia diferentes patrones de conducta. Desde que se nace se va adquiriendo poco a poco, los rasgos de lo que constituirá el comportamiento frente a los estímulos que la vida proporciona.

El niño tiende a crear un mundo producto de sus vivencias y fantasías, y en el cual la televisión interviene con informaciones y hechos que carecen de verdadera fundamentación, y sí de un sentido ideológico y político de la nación con fines comerciales principalmente.

Se puede decir que es obvio que una sola película, anuncio o programación de televisión no cambiará las actitudes de los miembros de un público o auditorio, especialmente si éstos tiene raíces formativas relativamente profundas. Lo que no resulta de igual forma es que estas actitudes y predisposiciones, están activas antes y durante la exposición a la televisión y que de alguna manera determinan las comunicaciones a las cuales se está expuesto, lo que se recuerda de ello, cómo se interpreta el contenido y el efecto que ejerce esa comunicación.

Las personas tienden a leer, observar o escuchar las comunicaciones que presentan puntos de vista con los cuales sienten afinidad o simpatía y tienden a evitar algunas veces las comunicaciones de carácter diferente, además, las personas recuerdan el material que refuerza su punto de vista, mucho mejor que aquel que contrapone su modo de pensar, es decir, seleccionan el material informativo que está de acuerdo a sus intereses, Un niño, por el contrario carece de esa posibilidad, por eso no es capaz de juzgar en gran medida, y por sí solo, lo que está recibiendo sin la ayuda de un adulto. Cuando un niño ve la televisión, lo ve como niño y no como adulto, y recibe de ella diferentes efectos.

1. Usos que los niños hacen de la televisión

La mayoría de los hogares mexicanos tienen a su alcance los distintos medios de comunicación, productos de los avances tecnológicos de la era moderna; actualmente hasta en los lugares más humildes y apartados se cuenta con un televisor o por lo menos con una radio.

La televisión es un medio de comunicación que está al alcance de las mayorías y las personas que no tienen un televisor en sus hogares, buscan con sus vecinos o familiares la manera de poder ver algún programa que sea de su interés.

El niño de la época moderna ha estado en contacto con los medios de comunicación desde que tiene uso de conciencia y los ha llegado a considerar como algo muy importante en su vida diaria.

El uso preferente que un niño da a la televisión puede explicarse en términos de recompensa y esfuerzo, al hacer uso de la televisión se presenta una

conducta, que es verla y generalmente su uso es intencional. Los pequeños usan la televisión en términos de calidad y cantidad. La cantidad de recompensa recibida es algo que el receptor percibe como compensatorio o satisfactorio.

El ver la televisión requiere de un mínimo de energía y esfuerzo ya que está al alcance del niño en el momento requerido por él, además el horario escolar le permite contar con el tiempo necesario para estar en contacto con los distintos programas televisados.

Los padres influyen grandemente en el uso que los niños hacen de la televisión, los mayores marcan la pauta en la selección de los programas vistos en el hogar. Usualmente los hombres se inclinan por elegir programas deportivos, noticiarios y series policíacas; las mujeres tienen preferencias muy marcadas por las telenovelas donde se presentan situaciones tan increíbles como en la que la protagonista interpreta el rol de madre y hasta abuela, luciendo siempre joven; además ven con agrado los programas de entretenimiento de tipo musical, películas y noticieros.

Así los niños tienden a imitar los gustos del papá y las niñas inclinan sus gustos hacia los programas observados por la mamá; los hermanos mayores también influyen en el tipo de programas vistos en el hogar; pero también es cierto que cuando los pequeños pueden decidir sobre lo que pueden ver, eligen programas de aventuras y caricaturas.

2. Efectos y/o problemas afectivos

Son muchas las reacciones que una película puede despertar en niños y adolescentes, dependiendo fundamentalmente de las características individuales, se presentan diferentes tipos de conductas físicas o emocionales. Cada persona reacciona de diferente manera ante lo que recibe del medio ambiente en el cual está inmerso.

Los efectos emocionales son aquellos que dejan en el espectador fuertes impresiones manifestándose en la mayoría de las ocasiones con llanto, gritos, taquicardías y otras reacciones propias de cada individuo. Estas manifestaciones se dan generalmente entre los muchachos jóvenes hipersensibles.

Si un niño presencia escenas demasiado fuertes para su edad o simplemente que no están acordes a su formación individual, pueden dejar huellas muy profundas en la mente del pequeño llegando de esta forma a propiciar traumas y trastornos en el desarrollo de la personalidad.

Esta clase de efectos llevan al espectador a una plena identificación con los personajes que aparecen en la pantalla, aquí surge la llamada "historia paralela" que se da cuando la persona al observar una película vive intensamente los sucesos interpretados por el héroe. El espectador infantil o juvenil reproduce fielmente las vivencias de los actores, llevándolas a la práctica en la vida real.

Algunos pequeños llegan a confundir la ficción con la realidad, llevando a cabo acciones que ponen en peligro su integridad física y emocional.

Los niños cuando ven programas con inclinaciones agresivas están estimulando en cierto grado sus impulsos agresivos. Se ha descubierto que mientras más horas invierte el niño en ver televisión, más propenso está a manifestar impulsos agresivos.

La violencia que se presenta en la televisión no es un fenómeno aislado, ya que si éstos cuentan con un público numeroso, las estaciones televisivas no van a disminuir la frecuencia o la intensidad de la violencia en los filmes emitidos.

La violencia expuesta en la televisión causa gran impacto en los niños, ya que ofrece modelos de violencia que los niños pueden usar cuando se sienten frustrados o enojados, provocándoles desestabilización y estimulando respuestas violentas como reacción inmediata a sus impulsos.

Es importante aclarar que los estudios que se han realizado no demuestran que el hecho de ver programas agresivos sea la única causa de que los niños sean directamente agresivos con otras personas u objetos.

Cuando los niños ven programas educativos, en cierto grado, están siendo educados para los programas que ven, es decir, de estos programas obtienen información acerca de la forma en que se conducen las personas en diversas situaciones y, si las condiciones son adecuadas intentarán realizar dichas acciones, pero, si por el contrario se les presentan programas con cuestiones deformantes de la conducta, su reacción tendrá los mismos fines.

El hecho de que los niños permanezcan quietecitos, sin estímulos sensoriales aparte de los que emite la pantalla de televisión, es algo capaz de permitir que los

niños se salgan de la realidad consciente, permitiendo su sustitución por cualquier otra realidad que el televisor ofrezca. El niño (o individuo) puede quedar tan involucrado en su imaginación que toda alternativa de respuesta a otros estímulos desaparecen por determinados momentos, tal es el caso de los niños que se les hace un llamado y no responden por estar en un estado casi hipnótico.

La hipnosis es un estado en el cual se desestabiliza el estado normal de las personas y llega a ponerlas en un estado alterado que seguirá un estímulo particular mucho más fuerte y con mucha menos actitud crítica de lo que se haría normalmente.

La televisión parece crear adicción, debido a la forma en que la señal visual es procesada por la mente, es por eso que el psiquiatra infantil chileno Hernán Montenegro la llamó "la droga que se enchufa".

La televisión es capaz de causar desorientación y confusión dejando al espectador menos capacitado para distinguir lo real de lo irreal, lo interno de lo externo, además desorienta el sentido del tiempo, lugar, historia y naturaleza.

3. Tiempo que los niños se dedican a ver televisión

El tiempo que un niño pasa frente al televisor es un promedio de cuatro a cinco horas diarias, comparándose con el tiempo que pasa en la escuela, se aprecia que se destina el mismo tiempo a cada una de esas actividades. Conforme va pasando el tiempo empieza a declinar la preferencia observada por la primera actividad.

Las mismas demandas escolares, académicas y sociales determinan en cierto grado el tiempo que un niño dedica a ver televisión; de los puntos mencionados el que más influye para que poco a poco se vaya destinando menos tiempo a la actividad señalada es el aspecto de lo social y la edad. A medida que el niño va creciendo, sus intereses van cambiando y tiene otras expectativas para cubrir su tiempo libre.

Al irse desarrollándose busca relacionarse con sus iguales, de esta manera experimenta nuevas formas de vida como aprovechar el tiempo libre en otras actividades que no sea ver televisión.

Los niños que tienen la oportunidad de tomar cursos extraclase como cursos de pintura, natación, inglés y otras actividades propias de su edad están ocupados que no les queda tiempo para ver televisión.

H. Funciones y gratificaciones de la televisión

Los efectos de la televisión no son uniformes en todas las personas debido a que unos dedican más tiempo a ver los programas, mientras otras disponen de menos tiempo; además, los individuos eligen la programación que más les parezca.

Los programas elegidos por cada persona son diferentes, en ciertos casos se llega a depender de la televisión y es tomada como medio para satisfacer necesidades de compañía.

El ver televisión muchas veces se convierte en un hábito, pues al encender el televisor no se hace porque se espera ver programa en especial, sino por la simple costumbre de que esté encendida.

Al ver televisión se aprenden cosas que no son enseñadas en la escuela, entre ellas se pueden mencionar el conocer lugares con imágenes espléndidas y sonido a la vez, costumbres de diversos pueblos; modas, deportes, programas artísticos de la más variada índole, en fin cientos de cosas que un niño puede aprender por medio de este espacio. Algunas de las cosas aprendidas por medio de la televisión le sirven para relacionarse con otros niños, escogen personajes de los programas para incluirlos en sus juegos.

La información que se obtiene de los programas deportivos, de la moda y del mundo del espectáculo le sirven porque con ella amplía sus temas de conversación. Este material le sirve para que se de una interacción social que no implique ningún compromiso emocional.

Pero el fin principal de la televisión es la propaganda de bienes de consumo, por medio de la publicidad se transmite a los individuos el sentimiento de que el bienestar y felicidad están en relación directa con la adquisición de satisfactores materiales.

I. La televisión y la educación no formal del niño

A lo largo de su historia el ser humano se ha enfrentado a una serie de situaciones a las cuales les tiene que buscar una solución; en la búsqueda de

soluciones el hombre empieza a incorporar nuevos conocimientos a los ya existentes, los utiliza para solucionar otros problemas que se le presenten; así empieza a aprender de su propio entorno.

Los conocimientos que el hombre ha ido acumulando se han dado de situaciones de la vida cotidiana de toda cultura. Las relaciones interpersonales que se presentan dentro de cualquier grupo social hacen que se enriquezcan día con día el saber humano.

El aprendizaje no es privativo de una cultura, de un grupo social ni de un individuo, se da en cualquier cultura, en cualquier etapa del ser humano, en todo individuo.

El aprendizaje de todo individuo empieza desde que está en contacto directo con su medio ambiente y no está estipulada una determinada edad para que se dejen de adquirir conocimientos.

Desde el momento de su nacimiento el niño se pone en contacto con nuevas situaciones de las cuales va aprendiendo, por ejemplo surge la necesidad de alimentarse y busca la mejor forma de resolverla, así como otras situaciones de las cuales tiene que solucionar; a este tipo de aprendizaje que se presenta de una manera espontánea se le llama aprendizaje no formal.

La educación no formal se da en todo momento y en cualquier lugar; así, el aprendizaje se da en el hogar, en el trabajo, en lugares de esparcimiento, en actividades propias del juego, del ejemplo y actividades de la familia y amistades, por

medio de viajes, con la lectura de periódicos y libros, escuchando la radio, viendo películas o viendo programas de televisión.

La educación no formal a diferencia de la educación formal es asistemática, fragmentaria y no progresiva ni acreditada; influye directamente en la cultura de una sociedad.

1. Influencia de la televisión en la educación no formal del niño

El niño desde mucho antes de ingresar a la escuela ya cuenta con una educación no formal que adquiere del medio ambiente que le rodea; mientras más ricas sean las experiencias que tiene un pequeño, más sólido será su aprendizaje no formal que a su vez servirá de base para que se lleve a cabo la educación formal.

Los medios masivos de comunicación son un fuerte apoyo de la educación no formal debido a que ponen al niño frente a situaciones o lugares que no le serían posibles conocer en persona. Uno de los medios que más propicia la educación no formal es la televisión, porque tiene la ventaja de presentar las situaciones donde se unen la imagen y el audio, gracias a estas características se presentan hechos que ocurren en lugares muy distantes presentados de tal forma que hacen sentir al espectador que se encuentran en el mismo lugar de los hechos.

La televisión como institución político-cultural es una fuente importante de procesos de educación no formal, que aunque no tiene una intencionalidad explícita de educar, ni un grupo determinado de audiencia, ni mecanismo de evaluación, origina procesos definidos de aprendizaje en los espectadores.

El poder de penetración cultural de la televisión es extraordinario. Influye en la creación y reforzamiento de valores sociales, en la configuración de patrones de conducta, y constituye una especie de escuela para niños y adolescentes.

A través de la televisión sin duda alguna, el niño está recibiendo argumentos que lo hacen cambiar los valores sociales y morales que le inculcan en el hogar.

Los programas de televisión de origen extranjero marcan una serie de patrones de conducta muy distintas a los del pueblo mexicano y que en la mayoría de los casos el niño trata de imitar. Por medio de la televisión, el niño puede aprender cosas positivas o negativas.

J. Desarrollo cognitivo del niño

Para comprender mejor la forma de actuar y de pensar del niño, es necesario situarlo en la etapa de desarrollo en la cual se encuentra. A lo largo de su vida el ser humano va superando una serie de etapas que lo llevan a conformar la personalidad de cada individuo.

Piaget distingue cuatro grandes períodos en el desarrollo de las estructuras cognitivas íntimamente unidas al desarrollo de la afectividad y de la socialización del niño.

El primer período llega hasta los 24 meses, llamado como la inteligencia sensorio-motriz, anterior al lenguaje y al pensamiento formal.

El segundo período llamado estadio preoperatorio llega aproximadamente hasta los seis años. Para el niño el juego simbólico es un medio de adaptación tanto

intelectual como afectivo, el lenguaje juega un papel muy importante en el progreso del pensamiento del niño, Piaget habla del inicio del simbolismo.

En el tercer estadio llamado de las operaciones concretas situadas entre los siete y los once o doce años de edad trae consigo un gran avance en el aspecto de socialización y objetivación del pensamiento.

El cuarto período es el de las operaciones formales, la adolescencia; en este estadio Piaget atribuye la máxima importancia al desarrollo de los procesos cognitivos y a las nuevas relaciones sociales que éstos hacen posible.

Estos pequeños detalles de cada estadio por los que atraviesa el niño, dan una idea general de cómo se avanza poco a poco en el desarrollo de la personalidad de todo niño.

1. Desarrollo cognitivo del niño de 9 a 11 años

A continuación se analiza con más detalle el período de las operaciones concretas por ser el que interesa para el presente trabajo.

El niño de 9 a 11 años se encuentra en el período de las operaciones concretas, donde se presenta un gran avance en el aspecto social y en la objetivación del pensamiento.

Empieza a adquirir conciencia de su propio pensamiento con respecto al de los demás, mediante la confrontación de los enunciados verbales de distintas personas, no se limita a un cúmulo de informaciones, sino que las relaciona entre sí.

En este período el niño es capaz de una verdadera colaboración en grupo,

lentamente va quedando atrás la actividad individual aislada y así se empieza a abrir paso la conducta de verdadera cooperación.

Toma en cuenta las reacciones de quienes le rodean. Es capaz de distinguir claramente los hechos y fenómenos sociales o naturales, reales de los fantásticos; pueden expresar la comprensión de la mayoría de los conceptos de relación, tales como los de equivalencia, tamaño, cantidad, ubicación y distancia.

Comprende secuencias y puede lograr conclusiones, lo cual le facilita recordar hechos, recorridos, lugares y puede trazar rutas y planos. Genera explicaciones y soluciones de hechos y situaciones basándose en el análisis lógico y por medio del ensayo y error.

Empieza a comprender diferentes contextos, cuando sólo advertía elementos aislados, de tal manera que infiere sucesos anteriores y consecuencias futuras de una situación.

Durante esta etapa va incrementando su lenguaje que le va a servir de base para que conforme pase el tiempo pueda expresarse oralmente empleando un lenguaje discursivo. No se limita a participar únicamente cuando se le pregunta, sino que interviene en forma espontánea sobre temas que él conoce o pregunta sobre lo que necesita saber.

2. Desarrollo socio-afectivo

En esta etapa el aspecto socio-afectivo se caracteriza por la necesidad de establecer una relación de amistad estrecha con compañeros del mismo sexo; y a la vez empieza a interesarse por el sexo opuesto.

En los diversos grupos de amigos se llevan a cabo constantes muestras de rechazo y reconciliación entre ellos y son considerados dentro del proceso de desarrollo y organización de sus emociones.

Deja de ser egocéntrico, dándoles a los sentimientos y necesidades de otras personas tanta importancia como los propios; los códigos morales se fortalecen cada día más, la justicia cobra gran importancia dentro de este diálogo-código.

Durante estos años el niño representa repentinos cambios de estados de ánimo que son provocados por los estímulos recibidos de las situaciones de su diaria convivencia con los que le rodean. En algunos casos los estados de ánimo son desproporcionados a los estímulos que los provocan, debido tal vez, a los cambios físicos por los cuales está pasando o por situaciones conflictivas afectivas que se dan dentro del núcleo familiar.

Se recomienda estimular el desarrollo socio-afectivo del niño, mediante actividades organizadas que se pueden realizar tanto por niño y niñas; fomentar el diálogo para buscar soluciones a problemas que pueden estar presentes en su vida escolar, familiar y con su grupo de amigos.

Mediante el diálogo el niño se pone en contacto con las formas que sus iguales tienen para salir adelante de una situación problemática y cómo puede utilizar las experiencias de los demás para resolver situaciones similares que se le puedan presentar.

El niño se desarrolla por medio de la interacción de su medio ambiente. Su desarrollo comienza en el seno familiar y poco a poco se va ampliando;

paulatinamente recibe la acción de los elementos informales de la educación y éstos serán después sistematizados en la educación formal. En ambos casos está presente la televisión como un factor que influye constantemente en el desarrollo del niño.

K. La televisión y la educación formal

La televisión debe cumplir una función recreativa, informativa y principalmente educativa; pero en su mayoría los programas televisivos tienen un carácter de entretenimiento sin llegar a una verdadera labor informativa. Es decir, los programas son hechos para divertir y distraer la atención de sucesos, del acontecer nacional. No estimulan el análisis de los problemas económicos, sociales, educativo o políticos.

Con respecto a la función educativa que debe cumplir todo programa televisado, se considera que al estar orientado a un público lo más amplio y variado, el contenido manejado en ellos es pobre, porque al realizarse tienen que ajustarse a las demandas de grandes grupos pero con una mínima cultura.

Es uno de los medios masivos de comunicación que ha logrado poner al hombre en contacto con los demás seres del mundo, modificando con ello el medio cultural habitado por él, logrando así cambiar la forma de representar las cosas y por lo tanto, la presencia misma del hombre en el planeta. Gracias a la televisión el hombre se ha adueñado del espacio y el tiempo.

“El niño que se sienta por primera vez en los bancos de la escuela ya no es aquel niño tímido de principios de siglo cuya visión apenas si sobrepasa los horizontes de su barrio. Los estudiantes de hoy son los ciudadanos del mundo”.⁵

Esto se debe principalmente a los distintos medios de comunicación, pero en forma especial a la televisión, debido a que el niño está en contacto con una cultura mundial y no únicamente con la local. Al estar en contacto con diferentes formas de vida, hacen que su misma vida se vaya modificando, debido a las imágenes y estímulos recibidos a través de la televisión.

El niño de hoy es más despierto, menos cohibido y con más deseos de participar con sus ideas y opiniones, tanto en el salón de clases como fuera de él.

Cuando el niño llega por primera vez al salón de clases ya ha tenido contacto con los programas transmitidos por los canales de televisión, de los cuales ha tenido oportunidad de aprender ciertos conocimientos.

Los defensores de los medios de comunicación han optado por llamarla “aula sin muros”, es cierto que por medio de la televisión el niño tiene la oportunidad de ampliar sus horizontes y conocimientos, pero también es cierto que lo está apartando de la interrelación que se puede dar entre sus iguales llevándolo a la individualidad, debido precisamente al tiempo dedicado a la televisión.

La pantalla chica está provocando que el niño viva fuera de la realidad, pues de tanto observar programas, en algunas ocasiones confunde lo imaginario con lo real.

⁵ Universidad Pedagógica Nacional. Medios para la enseñanza. p. 92.

Paulatinamente está perdiendo la capacidad de observar lo que hay a su alrededor. Las experiencias personales tan necesarias para un mejor desarrollo físico y mental no son explotadas al máximo por la falta de tiempo, debido a que dedica mucho de él a ver televisión.

“Su capacidad crítica, de por sí poco desarrollada, se encuentra además neutralizada por el hecho de que no cuenta con las experiencias reales y personales con las cuales contrastar lo que se le propone desde la pantalla”.⁶

Algunos defensores de la televisión la ven como un instrumento educativo, afirman que los buenos programas le proporcionan al niño un amplio campo de experiencias para contrastarlas con las suyas propias. Sin embargo un niño que dedica mucho tiempo a ver televisión no cuenta con las experiencias personales suficientes como para contrastar lo que ve en ellas.

Para la psicología es muy importante la relación del niño con el medio ambiente para que se de el proceso de aprendizaje, si vemos que los medios de comunicación vinieron a cambiar bruscamente el ambiente donde se desenvuelve el niño, éste se enfrenta a situaciones que en ciertos casos no alcanza a comprender.

La escuela ha sido considerada como un factor importante para que se de la socialización del niño, lo mismo la familia proporciona elementos necesarios para ésta, hoy día la televisión se ha convertido en un competidor sumamente importante en las instituciones educativas, nunca como ahora un medio de comunicación ha logrado una audiencia tan amplia y determinante en el mundo infantil.

⁶ Universidad Pedagógica Nacional. Problemas de Educación y Sociedad en México. p. 232.

El niño dedica cinco horas diarias a las labores escolares, después de que cumple con el horario de clases regresa a su casa olvidándose por completo de los trabajos extraclase que se dejan para reforzar los contenidos vistos en las diferentes asignaturas del curso.

Fuera de la escuela el niño dispone de mucho tiempo libre que dedica principalmente a ver televisión, esto hace que no cumpla con los trabajos encomendados como reforzadores del trabajo escolar. El pequeño ve más divertido y gratificamente los programas de televisión que el simple hecho de realizar tareas escolares.

Algo más que está afectando la labor educativa es la falta de interés del niño para realizar lecturas. La lectura es algo que se está perdiendo poco a poco, debido esto a que en la televisión se presentan cientos de informaciones que el niño ve y oye sin necesidad de esforzarse por leer.

Es más llamativo ver noticias en la televisión que leerlas de periódicos o revistas, sin mencionar lo maravilloso que es poder presenciar un cuento o una historia en la televisión, donde puede percibir sonidos e imágenes vivas, los cuentos leídos les parecen menos atractivos.

La violencia con la que responden en los juegos que practican tanto en la escuela como en sus casas es producto de la influencia que se recibe de los programas cargados con muchas escenas violentas y el niño las pone en práctica en su vida diaria.

Telesecundaria

La telesecundaria en México surgió en la segunda mitad de la década de los '60s para responder a la necesidad de proporcionar educación secundaria a jóvenes de comunidades rurales, en donde resulta incosteable establecer secundarias generales y técnicas.

La telesecundaria es un servicio formal y escolarizado del sistema educativo nacional que continúa la educación básica iniciada en preescolar y primaria ofreciendo estudios de secundaria.

Este servicio se caracteriza porque un sólo maestro es el responsable del proceso educativo en todas las asignaturas de un grado, en forma similar al maestro de primaria. En la metodología de este servicio educativo se apoya el aprendizaje con programas de televisión y materiales impresos, ambos elaborados con sentido complementario. Los impresos constan de libros de Conceptos Básicos que presentan los contenidos esenciales del programa de cada asignatura y una estrategia didáctica establecida en las Guías de Aprendizaje; unas y otras especialmente dirigidas al alumno. Para apoyar al maestro se le proporciona una guía con señalamientos encaminados a lograr mayor eficiencia en su doble función de educador y de promotor de la comunidad.

La televisión educativa se esfuerza en presentarle situaciones problemáticas e informaciones de acontecimientos o fenómenos interesantes que enriquecen la experiencia, provocan la reflexión y orientan la conducta individual y social. Este medio electrónico es sumamente eficaz para lograr que el educando tome conciencia

de una realidad, motivándolo para que se comprometa solidariamente a tratar de mejorar las condiciones de vida. La imagen a color dotada de audio y movimiento, informa en pocos momentos y con perfecta claridad de sucesos pasados y futuros y de las características de los objetos distantes o próximos. Las obras de arte se encuentran también un magnífico exhibidor en la pantalla del televisor. Pero la televisión educativa debe provocar el intercambio de opiniones y puntos de vista que aclaren las ideas, propicien la adquisición de actitudes positivas e impulsen a tomar decisiones. Una televisión que no oriente y motive la acción responsable no merece llamarse televisión educativa. La televisión que presente estas características contribuirá a la formación de los educandos, tal es la intención de los programas televisivos que se transmiten en telesecundaria y que forman parte del proceso educativo de cada sesión de aprendizaje.

Educación primaria

La medida en que la televisión puede emplearse en el salón de clases es un tema de discusión frecuente en todos los sistemas educativos. Lo que no se debe de olvidar nunca es que se debe considerar siempre como un medio de comunicación y no como un método de enseñanza.

Si se utiliza en forma adecuada, implica una mayor economía en cuanto a tiempo e inversión y su principal ventaja radica en el hecho de que permite una comunicación gráfica y verbal en forma simultánea.

Es así que en las instituciones de educación superior es utilizada en sus dos formas de transmisión: el circuito abierto y el circuito cerrado lo cual permite al

alumno escuchar conferencias a las cuales no tendría acceso de otra manera. Asimismo al igual que las empresas, las instituciones de educación superior la utilizan para observaciones y demostraciones remotas como el manejo de material peligroso. Sin riesgo alguno para los aprendices, se pueden observar actividades tales como la fabricación de explosivos, el fundido de metales, la manipulación de materiales radioactivos, la construcción de una presa, la realización de una operación quirúrgica, etc.

Muchas formas de relaciones humanas que se manejan en las empresas pueden ser televisadas con el propósito de entrenar o instruir a alumnos de las universidades. En estas situaciones, un conjunto de cámaras interconectadas por medio de un circuito puede presentar de un solo vistazo una serie de situaciones que se realizan en lugares diferentes. Sin estar presente el alumno ni interferir con la actividad que se realiza, puede ir de una parte a otra, repetir observaciones y hacer preguntas.

Actualmente la Universidad Pedagógica Nacional está impartiendo una maestría a asesores, utilizando este medio de comunicación como recurso.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

A. Elección del tema

El presente trabajo surgió como una inquietud a los diferentes problemas que se presentaron por las formas de conductas inadecuadas de los alumnos; se investigaron las causas que originan lo anterior para crear estrategias y solucionar en lo posible estas situaciones; se encontró que la mayoría de los niños coincidían en que es producto del tiempo que pasan frente al televisor.

Este trabajo busca analizar como está influyendo la televisión en los niños en su aprendizaje no formal obtenido de los programas televisados y cómo este se relaciona con la educación formal, adquirida en las escuelas.

B. Plan de trabajo

Al realizar este trabajo se basó en la investigación documental y en la observación. Los medios materiales para la investigación fueron bibliográficos. Se consideró el nivel académico y cultural que se tiene y sobre esa base se determinó el nivel de los documentos con los que se trabajó.

Encontrándose suficiente información sobre el tema, surge la necesidad de analizar hasta que punto es vulnerable la niñez ante las distintas situaciones planteadas día con día por la televisión.

En relación a este medio de comunicación masiva se planteó la siguiente problemática:

“Repercusiones de la televisión comercial en la educación no formal en los niños de 9 a 11 años de edad que cursan la educación primaria”.

Las observaciones se hicieron en cuatro escuelas primaria ubicadas en los municipios de Guaymas y Empalme.

C. Recopilación del material

Se empezó a hacer una selección bibliográfica relativa al problema propuesto. Cada integrante del equipo, leyó determinados libros, revistas, folletos, textos de UPN, etc., para presentar fichas de trabajo en las que se concentró y resumió la información contenida en las fuentes documentales.

D. Organización y análisis

Por medio de la técnica de fichero se procedió a organizar y analizar el material recopilado, comparando entre sí las fichas de un mismo tema, realizando la selección de contenidos con base en el análisis minucioso de cada una.

Se ordenó y clasificó el material recopilado lo cual permitió tener prácticamente a la vista y debidamente clasificada toda la información que se consideró de interés sobre el tema facilitando el trabajo de redacción y que el manejo de información fuera más rápido por estar mejor sistematizado.

Se hizo un análisis crítico de contenido y correlación para organizar los temas que forman el marco teórico conceptual.

E. Redacción y presentación

Es una investigación documental porque está basada y apoyada fundamentalmente en la consulta de documentos escritos. Se recopiló y analizó, con el fin de probar nuestra argumentación, que la televisión comercial percute en la educación no formal del niño deformando su desarrollo integral.

Se encontró que existe mucha bibliografía referente al tema que se trata, llegando la mayoría a las mismas conclusiones.

La presentación se realizó tomando en cuenta los elementos formales de un escrito tales como la organización, la limpieza, ortografía, orden e impresión, ya que una adecuada presentación es benéfica para los lectores que podrán recibir con mayor claridad las ideas expuestas en el presente estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Sin duda alguna, uno de los medios de comunicación masiva que ha logrado mayor penetración en los hogares mexicanos es la televisión, la aceptación que ha tenido del público en general es sumamente alta.

En la actualidad la televisión está influyendo en la formación y reforzamiento de los valores de la sociedad, está formando patrones de conducta tanto en el adulto como en el niño. Los espectadores que más tiempo se dedican a ver televisión son los niños, debido a que ellos son los que disponen de más tiempo libre después del horario de clases.

Así el niño está expuesto a recibir una gran variedad de programas, donde se tratan una amplia gama de temas que en ocasiones el niño no puede comprender, por no estar de acuerdo a su edad o nivel cultural.

Los niños de 9 a 11 años son capaces de comprender secuencias y llegar a conclusiones, es en esta edad donde se empiezan a inferir contextos anteriores y consecuencias futuras de una situación determinada. Durante esta edad los niños aumentan su preferencia por los programas de televisión.

En la mayoría de los hogares son los mayores los que eligen los programas que la familia disfruta, de esta manera el niño tiende a ver los programas que los adultos observan; de ahí la necesidad de que se haga una selección cuidadosa de lo visto por los adultos.

Cada día son más los programas televisivos donde se incluyen escenas violentas, propiciándose de esta forma que los niños tiendan a reproducir las conductas agresivas observadas. Las conductas violentas que el niño copia pueden afectar las relaciones interpersonales que tiene con los demás; en el aspecto educativo la imitación de conductas agresivas puede ocasionar serios problemas de indisciplina, afectando con ello el proceso de aprendizaje.

La violencia exhibida en televisión está llevando al niño a perder la sensibilidad ante el dolor de los que le rodean; la capacidad de asombro se está perdiendo debido a tantos acontecimientos vistos en la pantalla.

La televisión ocupa mucho tiempo libre que el niño podría dedicar al juego, tan necesario en el enriquecimiento de experiencias y habilidades.

Otro aspecto que está recibiendo una influencia negativa de los programas extranjeros transmitidos por los diversos canales es el uso que se está haciendo de expresiones que no son propias del idioma español, trayendo consigo el deterioro del mismo. Cada día son más frecuentes las expresiones americanizadas escuchadas a través de la televisión.

Los programas culturales que requiere el niño para ampliar su aprendizaje informal son muy escasos, debido a que no reciben el apoyo económico necesario para ser producidos de una manera atractiva destinados a cubrir las necesidades de los pequeños. Estos programas generalmente son para los adultos.

Los distintos canales de televisión destinan grandes espacios de sus programaciones a la publicidad de productos de diversas empresas transnacionales,

buscando principalmente que el espectador consuma lo anunciado, aunque los productos no sean verdaderamente necesarios.

La publicidad es algo que está influyendo mucho, tanto en el adulto como en el niño, presentando modelos o formas de vida dadas en otras sociedades muy distintas a la sociedad mexicana, pero que la televisión trata de imitar.

La mayor parte de los programas televisados buscan entretener a los espectadores, además no se está cumpliendo con una verdadera función informativa, debido a que la información es manipulada de acuerdo a los intereses de cada una de las cadenas de televisión.

La televisión realmente no cumple con el aspecto educativo, pues se manejan contenidos pobres en algunos programas que no satisfacen las demandas de una verdadera educación.

Un aspecto positivo de la televisión es que pone al niño en contacto con lugares que no tendría oportunidad de conocer personalmente, aumentando así la cultura que ya posee; de esta manera puede comparar las costumbres de otros lugares con las propias.

La educación no formal que el niño adquiere de los medios televisivos y de otros aspectos de su vida diaria son factores muy importantes para que se logren mejores resultados en la educación formal que el niño recibe en las instituciones educativas. Por medio de la educación no formal se desarrollan habilidades y se acumulan experiencias que en un futuro podrán ser de utilidad para el niño.

Los conocimientos que el niño adquiere de manera no formal son la base para que pueda acceder con mayor facilidad a la educación formal brindada en las escuelas.

De esta manera, se busca estimular positivamente las conductas que el niño aprende de manera no formal.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

A. Conclusiones

Después de analizar el presente trabajo, se concluye lo siguiente:

La comunicación humana es un fenómeno social que se da en diversos niveles y se transmite por medio de diversas formas o canales de recepción que ponen en contacto al individuo con la necesidad de la comunicación, al destinatario y al objetivo de la comunicación en el medio apropiado para ello.

Existen tres tipos generales de comunicación: de masas, social e interpersonal, que establecen contactos directos con una fuente emisora y una receptora, pero con una forma particular que abarca diferentes magnitudes de acción.

La forma de expresión que resulta más familiar en las generaciones jóvenes, para adquirir el lenguaje, la interpretación y el significado de la cultura contemporánea es la de los medios de comunicación. De este fenómeno cultural surge la necesidad de relacionar la educación y la comunicación como aspectos que requieren complementarse y enriquecerse mutuamente a fin de construir una teoría pedagógica. Actualmente se reconoce que cualquier situación educativa implica procesos de comunicación e interacción social.

Los medios de comunicación, con su acelerado avance tecnológico, producen, seleccionan y transmiten infinidad de mensajes de contenidos diversos pero con el fin prioritario de apoyar al comercio y a la política existente.

Es notorio en México, que los medios de comunicación favorecen la dependencia económica con Estados Unidos, remarcando en todo sentido su ideología capitalista y sus intereses propiamente dirigidos por grupos minoritarios carentes de toda transmisión de intereses éticos, sociales y culturales de la mayoría.

Un sistema de comunicación es un conjunto de elementos unidos que establecen relaciones de comunicación entre los individuos con el fin de transmitir y amplificar mensajes. Están constituidos por una fuente de información, un emisor, un canal, un receptor y un destinatario.

Los sistemas de comunicación masiva que mayor desarrollo tienen en nuestro país son la radio, la televisión y la prensa. De éstos la televisión es el de mayor penetración a nivel nacional; la prensa y la radio son menos homogéneos debido a su multitud de estilos.

Dentro de los grandes consorcios de la comunicación en México, Televisa es la empresa televisiva más importante del idioma español y que generalmente opera en base a programación adaptadas o copiadas de otros países.

Por otra parte, la televisión tiene tres funciones esenciales: social-informática, educativa-cultural y recreativa, las cuales carecen en gran medida de su verdadera esencia, ya que dichas funciones no son cumplidas con verdadera responsabilidad. La función social no se lleva a cabo, ya que no se refuerzan los valores nacionales,

no se integra al individuo a la sociedad para que éste pueda comprender el sentido nacional, su historia, sus tradiciones y logren con ellos su propia identidad.

La televisión en México se ha dedicado a servir al poder tanto económico como político, fungiendo como emisor de la falsedad y la demagogia que dominan a la nación, por tanto, la información que se transmite no es muy confiable ya que existen infinidad de carencias y deficiencias en los procesos, mecanismos, elementos y demás aspectos de la comunicación.

La función recreativa de la televisión es específicamente de entretenimiento tanto para los adultos como para la misma niñez, alejándolos de otras actividades lúdicas, deportivas o artísticas, además de ser el medio recreativo más práctico que generalmente la familia prefiere.

En el aspecto educativo, la televisión ha cubierto en parte su propósito, pero tanto los programas nacionales, regionales y estatales, carecen de una planeación adecuada que permitan que los resultados en la audiencia sean positivos, con lineamientos apegados a las necesidades reales y objetivas que requiera la sociedad.

La televisión ha contribuido enormemente al consumismo y a la apropiación de símbolos, ideologías, fanatismo (ídolos) de diversa índole, alejando a los individuos, principalmente a la niñez, de sus verdaderas raíces nacionales.

El contenido de los programas que transmite la televisión es variado, ya que va desde lo más afectivos hasta lo más violentos y fuertes que afectan el sentir de

cada persona, distorsionando sus acciones y apropiando diferentes patrones de conducta.

La televisión no sólo influye en los niños sino en las propias instituciones y en los mismos maestros quienes refuerzan algunas conductas dadas por este medio, además, en las instituciones primarias y preprimarias se distribuyen a la venta diversos artículos ilustrados con personajes televisivos llevando al niño al consumismo de productos de una propaganda bien planificada. Además, tanto en festivales escolares como en desfiles conmemorativos se puede apreciar esa marcada influencia de personajes ficticios y de otras culturas, logrando que el niño se aleje de sus verdaderas raíces y retome otras consideradas como mejores.

De acuerdo a lo que se dice en la Ley Federal de la Radio y Televisión, se puede concluir que las personas que están al frente no cumplen con sus responsabilidades.

Al televisor, en la familia se le adjudica una gran importancia; es el centro el hogar, responde a las preguntas de los niños, orienta, obedece a sus deseos, sustituyendo en parte a la acción de la madre, pero alterando el orden y la disciplina del hogar, ya que los programas televisivos son referencia de hora, de momento para realizar sus tareas, de indicadores de lo bueno y lo malo, cuidan y enseñan a los niños, destacando según intereses ideológicamente muy concretos lo que los pequeños deben querer o anhelar con un lenguaje más uniforme y despersonalizado que lo traslada a una actitud pasiva, bajo ciertos procesos de incomunicación real.

Los programas televisivos disminuyen la capacidad de autoestima, contribuyendo a que los niños limiten sus capacidades creativas, fomentan la pasividad y el conformismo, refuerzan el pensamiento mágico-fantásico, la violencia y competitividad, más que otros valores como la cooperación, el amor y el cuidado, además muestran formas de vida inalcanzables que crean frustraciones por remarcar con ello sus propios defectos o diferencias respecto a los modelos a seguir que se presentan como ideales.

La televisión tiene gran influencia sobre la niñez ya que la conducta que manifiestan los niños son aprendidas y muchas de ellas son dadas en este medio de comunicación con constantes estímulos audiovisuales que permiten que el niño retome lo expuesto en cada uno de esos mensajes.

Generalmente los niños y adultos pasan un promedio de 4 a 5 horas al día frente al televisor recibiendo toda clase de información que forma parte del pensamiento de cada individuo hasta llegar al extremo de convertirlo en un "teleadicto" condicionando alguna de sus actitudes.

La televisión interviene en el mundo de la niñez creando un panorama carente de verdadera fundamentación y distorsionando las vivencias y fantasías de los niños en cada una de sus etapas de desarrollo.

El uso preferente que los niños hacen de la televisión puede explicarse en términos de recompensa y esfuerzo donde se presenta una conducta que es verla, generalmente su uso es intencional, los pequeños usan la televisión en términos de cantidad y calidad.

La televisión parece crear adicción, debido a forma que la señal visual es procesada por la mente, se le ha denominado por diversos autores "la droga que se enchufa".

Con la exposición de los programas violentos, la televisión expone a la niñez a manifestar impulsos agresivos, hace que el niño se salga de su propia realidad consciente hasta pasarlo a un estado hipnótico causando desorientación y confusión y dejando al espectador menos capacitado para distinguir lo real de lo irreal, lo interno de lo externo, además, desorienta el sentido del tiempo, lugar, historia y naturaleza.

Los programas elegidos por cada persona son diferentes, en ciertos casos se llega a depender de la televisión y es tomada como medio para satisfacer necesidades de compañía.

Al ver televisión se aprenden cosas que no son enseñadas en la escuela, como conocer lugares con imágenes espléndidas y sonido a la vez, costumbres de diversos pueblos, modas, deportes, programas artísticos de la más variada índole; son muchas las cosas que un niño puede aprender por medio de este espacio.

Los medios de comunicación masiva son un fuerte apoyo de la educación no formal, debido a que ponen al niño frente a situaciones o lugares que no le sería posible conocer de otra manera.

La televisión como instrumento político cultural es una fuente importante de procesos de educación no formal, que aunque no tiene una intencionalidad explícita

de educar, ni un grupo determinado de audiencia, ni mecanismo de evaluación alguna, origina procesos definidos de aprendizaje en los espectadores.

El niño de 9 a 11 años se encuentra en el período de las operaciones concretas, donde se presenta un gran avance en el aspecto social y en la objetivación del pensamiento, comprende secuencias y puede lograr conclusiones; durante esta etapa va aumentando su lenguaje.

En esta etapa el aspecto socioafectivo, se caracteriza por la necesidad de establecer una relación de amistad estrecha con compañeros del mismo sexo y a la vez comienza a interesarse por el sexo opuesto. Deja de ser egocéntrico; sus códigos morales se fortalecen cada día más, la justicia cobra gran importancia dentro de este diálogo-código.

El niño de hoy es más despierto, menos cohibido, con más deseos de participar con sus ideas y opiniones, tanto en el salón de clases como fuera de él. Cuando el niño llega por primera vez a su salón de clases, ya ha tenido contacto con los programas transmitidos por la televisión, de los que ha tenido la oportunidad de aprender ciertos conocimientos. Esto ha provocado que el niño viva fuera de su realidad pues de tanto observar programas, en algunas ocasiones confunde las imágenes con lo real, paulatinamente está perdiendo la capacidad de observar lo que hay a su alrededor.

Fuera de la escuela el niño se dedica a ver televisión, haciendo que no cumpla con los trabajos encomendados como reforzadores del trabajo escolar. A la vez está afectando la falta de interés del niño para realizar lecturas, puesto que en la

televisión se presentan cientos de informaciones que el niño ve y oye sin necesidad de esforzarse por leer.

Como un apoyo a la educación formal se ha establecido un servicio amplio de telecomunicación educativa que hizo posible el proyecto de telesecundaria.

La influencia de la televisión se da en todas las clase sociales, con mayor o menor incidencia pero se da, por tal motivo si no se sigue llevando un control por parte de los padres de familia acerca de las horas y de los programas a los que están expuestos los niños, se puede afirmar que la niñez mexicana está destinada a mediatizar su vida, por consiguiente a perder su propia identidad, imposibilitándola de toda integración a la sociedad y a la resolución de los problemas que se le presentan como ser humano y como ciudadano partícipe de la nación a la que pertenece.

La televisión no tiene retroalimentación, es unidireccional, el receptor o codificador no puede contradecir, los programas ya están dados convirtiéndose en un bombardeo de mensajes y programas, en algunos incipientemente se han abierto teléfonos al público que siempre están saturados debido a la cantidad de espectadores que los ven.

Se puede concluir que las repercusiones de la televisión comercial sobre los niños de 9 a 11 años son nocivas.

B. Sugerencias

Es conveniente que se realicen algunos cambios con respecto al seguimiento que tiene la televisión en nuestra sociedad para lograr una verdadera razón

educativa, recreativa y cultural que integre a la niñez a la sociedad y le de pautas seguir, para enfrentarse a los retos que presenta el siglo XXI, para tal efecto se sugiere que:

El Gobierno de la República realice una política de comunicación social que dé apertura a una sociedad más integra, fomentando y motivando valores cívicos y culturales mediante el desarrollo armónico del ser humano, el respeto a la patria para servir de puente hacia el mejoramiento sociocultural de la nación.

Que la televisión no sea exclusivamente el escaparate del poderío económico de empresas extranjeras y transnacionales, sino el emisor de mensajes fielmente planeadas con carácter informativo, social y cultural que sufrague las necesidades que requiera la sociedad.

Se eduque si es posible a la sociedad a través de los mismos medios, aclarando que lo que se exponga en la pantalla de televisión sea algo productivo y respete la sensibilidad de la audiencia.

Que la información que se trasmita por medio de la televisión sea veraz y oportuna; presentando los hechos de forma real y objetiva, resaltando la importancia siempre y cuando sea relevante y sobre todo sensibilizar a toda comunidad ante la problemática existente sin imposición ni condicionamiento alguno.

Que la comunicación sea popular, abierta, con una sola dimensión: la de rescatar nuestra cultura, lograr la identidad nacional y la verdadera conciencia social en el país, con la estructuración de una política bien cimentada en los intereses nacionales, con un órgano responsable que vigile el cumplimiento de las leyes y la

calidad de la información que se da, así como a las personas encargadas de manejar los medios de comunicación.

Que se estructuren programas realistas para la alfabetización, educación básica, con metas permanentes, especialmente para la regiones más marginadas del país, y sobre todo, que la Secretaría de Educación Pública vigile cuidadosamente estos programas.

Que los programas de entretenimiento y telenovelas sean utilizados para integrar en ellos temas sociales como enfermedades contagiosas, explosión demográfica, entre otros, y dejar por completo toda fantasía e ideal inalcanzable que presenta la televisión.

Que se transmitan programas regionales y estatales que difundan aspectos relevantes de su cultura con más frecuencia.

Que la función de la televisión dentro de los objetivos de educación nacional cuide el uso adecuado del propio idioma como parte de esa instrucción educativa que se pretende.

Que tanto padres de familia como maestros orienten a las generaciones de niños hacia aspectos positivos que conforman su propia personalidad y no den cabida a factores externos que limiten esas posibilidades de crecimiento y madurez interior, importantes para enfrentarse a las diferentes circunstancias que se le presenten en su vida.

Que los padres de familia y maestros ayuden a los niños a adquirir un espíritu crítico sobre lo que ven, mediante la creación de un diálogo abierto, donde los niños

manifiesten sus sentimientos; a partir de ese intercambio de opiniones se les puede ir enseñando a reflexionar sobre los programas que ven de modo que aprendan a aceptar lo positivo y rechazar lo negativo.

Que los padres de familia deben tratar de inculcar en el niño el gusto por los programas de televisión tendientes a desarrollar de manera positiva la educación no formal de sus hijos. Abstenerse en emplear la televisión como niñera. Deben pasar más tiempo viendo la televisión en compañía de sus hijos y solamente apagar el aparato cuando hay programas no aptos para los niños.

Que los padres de familia les asignen a los niños tareas específicas en el cuidado del hogar haciéndoles ver la importancia de realizarlas bien. Utilice el juego organizado como una alternativa para llenar el tiempo libre del niño, reduciendo así a un mínimo de horas el tiempo destinado a ver televisión.

Que los padres de familia inscriban a los niños en clubes deportivos o en actividades que les agraden y puedan despertarles sus talentos ocultos. No conviertan la televisión en premio o castigo. El niño debe aprender a valorar las cosas como son sin necesidad del chantaje. Les ayuden a crear hábitos de lectura de manera que el niño aprenda a valorar la buena lectura sin imponérselas.

Que las instancias adecuadas establezcan el desarrollo de métodos para educar a los padres y niños acerca de cómo ver televisión. Del mismo modo que hay técnicas para leer libros y periódicos deberían escribirse guías para ver televisión de modo efectivo, esto podría servir como herramienta útil en la educación.

Que al igual que algunos países, sea incluida la educación sobre los medios de comunicación como asignatura obligatoria en la educación básica.

Que se de difusión a los organismos cuyas experiencias se han orientado fundamentalmente a la recepción crítica del medio televisivo como: Mejor televisión para niños, A.C., Taller de Metodología en Lectura Crítica del Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario (IMDEC), Televidentes Alertas, A.C., La Televisión y los Niños, Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Que los maestros piensen en la televisión como en algo que definitivamente es parte de la vida del niño. Puede escoger un programa de televisión que sirva para ilustrar uno de los contenidos del programa. Podría dejar de tarea que los niños vieran una película sobre un hecho histórico y ésta podría discutirse en la clase. Podrían ver también noticias y organizar discusiones sobre tópicos de actualidad. El objetivo aquí es enseñar a los niños a utilizar la televisión con repercusiones en su hábitos de búsqueda de información. Asimismo se puede organizar en la escuela un seminario donde por un determinado período de tiempo los niños analizarán sus propios patrones de ver televisión: cuánto tiempo la ven, cuáles son sus programas favoritos, etc., y que discutieran bajo la dirección del maestro cuáles son las diferencias entre los contenidos reales y fantasiosos, entre conductas deseables e indeseables, etc. El objetivo es enseñar al niño a ser crítico ante la televisión, el de proveer al niño con herramientas de análisis que le lleven a discernir que la televisión no siempre se ajusta a la realidad. En resumen es labor del maestro -al igual que aquellos que trabajan para hacer del niño un

ciudadano informado- el contribuir para hacer de él un consumidor de la televisión informado.

GLOSARIO

1. **Aula sin muros:**
Los defensores de la televisión la llaman así porque dicen que a través de ella el niño tiene la oportunidad de ampliar sus horizontes y conocimientos.
2. **Educación no formal:**
Es el proceso que se lleva a cabo en forma permanente y por medio del cual todo individuo obtiene un cúmulo de conocimientos, actitudes e introspecciones de las experiencias cotidianas.
3. **Educación formal:**
Tiene lugar en las escuelas con planes y programas de estudio, recursos didácticos y mecanismos de evaluación y acreditación ordenados de acuerdo a objetivos sistemáticos, progresivos y sancionados públicamente.
4. **Gancho:**
En el presente trabajo es aplicado como sinónimo de que es utilizado para jalar clientes.
5. **Historia paralela:**
Que se identifica con el personaje televisivo, con su problemática y cree vivir la misma situación.
6. **Juguete importante:**
Aunque la televisión no es propiamente un juguete el niño la considera así porque la utiliza para su diversión.
7. **Teleadicto:**
Según psicólogos es una persona que pasa o llena todo su tiempo libre con la programación televisiva, que contesta con evasivas cuando se le recuerdan sus deberes, que evita salir de su casa o está impaciente por regresar a ella para ver la televisión, sabe con precisión el día y la hora de su inmensa lista de programas favoritos y siempre prefiere la televisión a otros juegos.

BIBLIOGRAFÍA

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN. Ley Federal de Radio y la Televisión. México, Ed. ATATIRSTIRT, México, 30 p.

ENCICLOPEDIA DE LA MUJER. V olumen. 10. París, Ed. Pamplona, 1973,

FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. et. al. La televisión y el niño. México, Ed. Oasis 1986, 145 p.

GENOVÉS, Santiago y Passy, Jacques. Comportamiento y violencia. México, Ed., 1976, 156 p.

GODED, Enrique. 100 puntos sobre la comunicación de masas en México. Ed. Culiacán, U.A.S., 1979, 179 p.

MACROPEDIA. V. 13, México, Ed. Británica, 1991,

MANDER, Jerry. Cuatro buenas razones para eliminar la televisión. México, Ed. Gedisa, 1987, 367 p.

NOVOA Bodet, José. Mi hijo no quiere comer. México, Ed. Diana, 1979, 130 p.

PAPALIA E. Diane y Wendhos Olds Sally. El mundo del niño. Volumen 1,2,3. México, Ed. Mac Graw-Hill, 1987,

RAPOPORT, Rhona y Robert. La psicología y tú. México, Ed. Tierra Firme, 1987,

PIAGET, Jean. Seis estudios de psicología. Barcelona, Ed. Seix Barral, 1981,

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Libro para el Maestro de Cuarto, Quinto y Sexto grado. México, 1991.

TREJO Delarabe, Raúl. Las redes de televisa. México, Ed. Claves Latinoamericanas, 1991, 310 p.

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL. Desarrollo del niño y aprendizaje escolar. Antología. México, 1988, 366 p.

_____. Medios para la enseñanza. Antología. México, 1986, 321 p.

_____. Problemas de Educación y Sociedad en México I.
Antología. México, 1988, 266 p.

VALLEJO Nájera, Alejandra. Mi hijo ya no juega sólo ve la televisión. 5ª. ed. México,
Ed. Plantea, 1992, 154 p.

WHITE, Sheldon y Notkin. La psicología y tú. México, Ed. Tierra Firme, 1980.

BIBLIOGRAFÍA

- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN. Ley Federal de Radio y la Televisión. México, Ed. ATATIRSTIRT, México, 30 p.
- ENCICLOPEDIA DE LA MUJER. Volumen. 10. París, Ed. Pamplona, 1973,
- FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. et. al. La televisión y el niño. México, Ed. Oasis 1986, 145 p.
- GENOVÉS, Santiago y Passy, Jacques. Comportamiento y violencia. México, Ed., 1976, 156 p.
- GODED, Enrique. 100 puntos sobre la comunicación de masas en México. Ed. Culiacán, U.A.S., 1979, 179 p.
- LUVIANO, Guadalupe H. y Aurora Alonso del C. Comunicación y educación. Ed. SEP, México, 1994, 45 p.
- MACROPEDIA. V. 13, México, Ed. Británica, 1991,
- MANDER, Jerry. Cuatro buenas razones para eliminar la televisión. México, Ed. Gedisa, 1987, 367 p.
- MARTÍNEZ, Emiliano. et. al. Enciclopedia Técnica de la Educación. Vol. V. Ed. Santillana, España, 1975, 325 p.
- NOVOA Bodet, José. Mi hijo no quiere comer. México, Ed. Diana, 1979, 130 p.
- PAPALIA E. Diane y Wendhos Olds Sally. El mundo del niño. Volumen 1,2,3. México, Ed. Mac Graw-Hill, 1987,
- RAPOPORT, Rhona y Robert. La psicología y tú. México, Ed. Tierra Firme, 1987,
- PIAGET, Jean. Seis estudios de psicología. Barcelona, Ed. Seix Barral, 1981, 169 p.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Libro para el Maestro de Cuarto, Quinto y Sexto grado. México, 1991.

TREJO Delarabe, Raúl. Las redes de televisa. México, Ed. Claves Latinoamericanas, 1991, 310 p.

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL. Desarrollo del niño y aprendizaje escolar. Antología. México, 1988, 366 p.

_____. Medios para la enseñanza. Antología. México, 1986, 321 p.

_____. Problemas de Educación y Sociedad en México I. Antología. México, 1988, 266 p.

VALLEJO Nájera, Alejandra. Mi hijo ya no juega sólo ve la televisión. 5ª. ed. México, Ed. Plantea, 1992, 154 p.

VELÁZQUEZ, José de Jesús. Vademecum del maestro de la escuela primaria. Ed. Porrúa, México, 1985, 507 p.

WHITE, Sheldon y Notkin. La psicología y tú. México, Ed. Tierra Firme, 1980.

BIBLIOGRAFÍA

- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN. Ley Federal de Radio y la Televisión. México, Ed. ATATIRSTIRT, México, 30 p.
- ENCICLOPEDIA DE LA MUJER. Volumen. 10. París, Ed. Pamplona, 1973,
- FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. et. al. La televisión y el niño. México, Ed. Oasis 1986, 145 p.
- GENOVÉS, Santiago y Passy, Jacques. Comportamiento y violencia. México, Ed., 1976, 156 p.
- GODED, Enrique. 100 puntos sobre la comunicación de masas en México. Ed. Culiacán, U.A.S., 1979, 179 p.
- LUVIANO, Guadalupe H. y Aurora Alonso del C. Comunicación y educación. Ed. SEP, México, 1994, 45 p.
- MACROPIEDIA. V. 13, México, Ed. Británica, 1991,
- MANDER, Jerry. Cuatro buenas razones para eliminar la televisión. México, Ed. Gedisa, 1987, 367 p.
- MARTÍNEZ, Emiliano. et. al. Enciclopedia Técnica de la Educación. Vol. V. Ed. Santillana, España, 1975, 325 p.
- NOVOA Bodet, José. Mi hijo no quiere comer. México, Ed. Diana, 1979, 130 p.
- PAPALIA E. Diane y Wendhos Olds Sally. El mundo del niño. Volumen 1,2,3. México, Ed. Mac Graw-Hill, 1987,
- RAPOPORT, Rhona y Robert. La psicología y tú. México, Ed. Tierra Firme, 1987,
- PIAGET, Jean. Seis estudios de psicología. Barcelona, Ed. Seix Barral, 1981,
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Libro para el Maestro de Cuarto, Quinto y Sexto grado. México, 1991.
- TREJO Delarabe, Raúl. Las redes de televisa. México, Ed. Claves Latinoamericanas, 1991, 310 p.

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL. Desarrollo del niño y aprendizaje escolar. Antología. México, 1988, 366 p.

_____. Medios para la enseñanza. Antología. México, 1986, 321 p.

_____. Problemas de Educación y Sociedad en México I. Antología. México, 1988, 266 p.

VALLEJO Nájera, Alejandra. Mi hijo ya no juega sólo ve la televisión. 5ª. ed. México, Ed. Plantea, 1992, 154 p.

VELÁZQUEZ, José de Jesús. Vademecum del maestro de la escuela primaria. Ed. Porrúa, México, 1985, 507 p.

WHITE, Sheldon y Notkin. La psicología y tú. México, Ed. Tierra Firme, 1980.