

SIS. 106780

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

UNIDAD 151, TOLUCA MÉXICO



RESERVA



✓
**“UNA EDUCACIÓN EN LA ESCUELA PARA VER
TELEVISIÓN”**

TESIS: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

LICENCIADO EN EDUCACIÓN BÁSICA

P R E S E N T A

GABRIEL CRUZ GÓMEZ

RESERVA

Asesora: María Guadalupe Mendoza Ramírez

Toluca, México

Marzo 2001

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACION

Toluca, Méx., 24 de FEBRERO de 2001

C. PROFR. (A). GABRIEL CRUZ GOMEZ
PRESENTE

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales y después de haber analizado el trabajo de titulación, en la modalidad TESIS titulado "UNA EDUCACION EN LA ESCUELA PARA VER TELEVISION"

Presentado por usted, le manifiesto que reúne los requisitos a que obligan los reglamentos en vigor para ser presentado ante el H. Jurado del Examen Profesional, por lo que deberá entregar diez ejemplares como parte de su expediente al solicitar el examen.

ATENTAMENTE


LIC. MARIA DE LA LUZ OLGUIN MEJIA
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION



S. E. P.

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
UNIDAD 151 TOLUCA
DIRECCION



USE.-T-53

ASUNTO: Constancia de terminación
de trabajo para titulación.

Toluca, Méx., 14 de SEPTIEMBRE de 2000

C. GABRIEL CRUZ GOMEZ

PRESENTE.

Comunico a Usted, que después de haber analizado su trabajo de titulación, en la modalidad TESINA: ENSAYO, titulado UNA EDUCACION PARA VER TELEVISION EN LA ESCUELA.

se considera terminado y aprobado, por lo que puede proceder a ponerlo a consideración de la H. Comisión de Exámenes Profesionales.

ATENTAMENTE

MTRA. MA. GUADALUPE MENDOZA RAMIREZ

ASESOR PEDAGOGICO

TABLA DE CONTENIDO

- Educación para ver televisión ¿una necesidad?. Pág.3. - La relación entre mensajes televisivos, educación y cultura. Pág. 5. -Educación para ver televisión. Pág. 9. - Educación para ver televisión. ¿Para que?. Pág. 10.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

- Comunicación, cultura, tv. y educación. Puntos de confluencia. Pág. 14. - Lenguaje básico de la televisión. Signo Pág. 16. - El enunciado. Pág. 17. - Texto y discurso. Pág. 18. -Sintagmas en la televisión. Pág. 20. - La mujer en la televisión. Pág. 22. - El héroe. Pág. 27. - El sexo. Pág. 32. - La violencia. Pág. 34. - Mediación tecnológica. Pág. 35.

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO Y CONTEXTUAL

- La etnografía como instrumento para el análisis de las interacciones entre mensaje televisivo y elementos escolares. Pág. 38. - Recopilación de datos. Pág. 39. - Análisis y presentación de los datos. Pág. 44. Consumo cultural de la televisión en los alumnos: el caso de la telenovela. Pág. 62. - Estructura global de la historia. Pág. 68.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

- Sugerencias. Pág. 71. - Conclusiones. Pág. 79. - Anexos. Pág. 82. - Reseñas. Pág. 85. - Bibliografía. Pág. 87.

EDUCACIÓN PARA VER TELEVISIÓN ¿UNA NECESIDAD?

En la formación de un individuo existe una gran variedad de elementos que contribuyen a su educación. Esta multiplicidad ha aumentado con el avance de la ciencia y la tecnología en general y el de los medios de comunicación en particular. Los contenidos de estos medios de comunicación han respondido, naturalmente a los intereses del grupo que los controla. De manera general y sin pretender realizar una clasificación acabada, se puede dividir a la televisión en dos grandes grupos: televisión cultural y televisión comercial. En este trabajo se tratará sobre esta última.

La televisión comercial ha sido considerada, tradicionalmente como un medio de diversión, pero en este trabajo se juzga, además, como una fuente de formación. La televisión tiene un gran atractivo y aceptación entre los alumnos, tan así es que muchas de sus decisiones las toman en función de lo que en ella perciben; su forma de vestir, la canción que cantan, el actuar como un determinado personaje, el uso de un lenguaje específico, la aceptación o rechazo de ciertos valores etc. En este proceso se efectúa una interacción cuyo resultado es múltiple y está condicionado, por un lado, por el tipo de mensaje que entra en el proceso; y por otro lado, por el capital cultural* con el que cuenta el televidente.

En el proceso mencionado, puede suceder con frecuencia, que el mensaje esté cargado de una intención, de manera explícita o implícita, con el propósito de lograr en el televidente una determinada conducta, preferencia, forma de pensar, etc. Y puede suceder también que el capital cultural del que disponga el televidente no le permita discernir con claridad sobre “lo que tiene que hacer” con los mensajes televisivos. La consecuencia es la adopción de elementos como: identidad, ideología, gustos y, de manera general, de una

* Se entiende por capital cultural el conjunto de representaciones simbólicas que le permiten al individuo establecer relaciones con los demás miembros de la sociedad, ejemplo de ello puede ser las concepciones que del mundo se tengan a partir de las concepciones religiosas o aquellas que socialmente son aceptadas y compartidas al interior del grupo social en cuestión. También son parte del capital cultural las creaciones materiales que permiten la relación de los hombres con la naturaleza para la satisfacción de los satisfactores básicos.

cultura que es aceptada sin realizar una crítica sobre ello. Sin embargo, es necesario aclarar que estos mensajes televisivos, no caen de manera generalizada en el sentido mencionado; sin duda, los hay también, aquellos que permiten una identificación con los propósitos de una educación que, pudiera decirse, acorde con la identidad del televidente; pero aún estos requieren de una serie de estrategias mentales que permitan incorporarlos de manera satisfactoria al interior del individuo, realizar una interacción entre el televidente y el mensaje, que esté equilibrada, que permita realizar una discriminación, una reestructuración y una resignificación del mensaje. Todo ello resulta en un problema social y específicamente educativo; aunque se trate de procesos que no necesariamente ocurren dentro del espacio escolar pero en los cuales la escuela, como institución educativa por excelencia, tendrá un trabajo que realizar.

El aprendizaje en un niño está determinado por su desarrollo cognoscitivo, lo que marca la etapa o grado de desarrollo mental según las teorías basadas en los estudios de Piaget; así mismo el estímulo para aprender proviene de lo que en su ámbito social es asumido como relevante para ser aprendido de acuerdo con lo propuesto por Chomsky. Ante esta situación el niño, recibe la influencia socializante de diversas fuentes, como son la familia, la religión, la escuela, la Tv. entre otras. Ninguna de ellas ejerce una acción monolítica sobre el niño, están en constante competencia y en ocasiones actuando en el mismo sentido. De manera intencionada, la Tv. comercial ejerce una socialización sobre el televidente en general y sobre el alumno en particular para el consumo, tanto de tiempo efectivo, como de mensajes específicos, entendiendo por tiempo efectivo aquel que el televidente pasa frente al televisor y el de mensajes específicos como el consumo de productos anunciados. Pero teniendo el niño al mismo tiempo los roles de televidente, miembro de una familia y alumno escolar, es objeto de diversas estrategias de socialización y distintas intencionalidades.

LA RELACIÓN ENTRE MENSAJES TELEVISIVOS, EDUCACIÓN Y CULTURA

El consumo ha sido una característica de nuestra sociedad. Se identifican dos tipos; uno que se refiere al consumo en el sentido económico, que es aquel que se da mediante la adquisición de una mercancía con el objeto de satisfacer una necesidad real o imaginaria, así por ejemplo tenemos que la compra de una casa, comida, ropa o un aparato electrodoméstico cumplirían esta función, la cual está ligada a un uso material del objeto. Por otro lado, tenemos el llamado consumo cultural, relacionado con el uso simbólico de los objetos, los cuales tienen o se les adjudica una capacidad para significar algo; un uso en relación con necesidades sociales, políticas, psicológicas, etc.; estos dos tipos de consumo están muy relacionados entre sí. Por consumo puede entenderse la acción de usar determinado producto, pero también, el proceso de asimilarlo o apropiárselo en un sentido cultural, por lo cual una distinción entre estos dos tiene un carácter puramente convencional para efectos de análisis, pues en la práctica cualquier producto puede usarse en ambos sentidos. Es menester, realizar una distinción importante, pues en esta categoría recae el tema tratado. Dentro de los objetos que se utilizan para el consumo, están los bienes hechos expresamente para el consumo cultural, (aunque como se menciona arriba bien pueden ser utilizados en ambos sentidos), que generalmente son portadores y transmisores de información, conocimiento o significados sociales. De acuerdo con esto, los bienes culturales son todos aquellos aparatos e instrumentos que sirven para usar, desplegar, recuperar o producir información, entre otros, el que concretamente importa en esta labor, es la televisión. La cual es usada intensamente en el sentido de consumo cultural.

Dentro de la definición de comunicación están varios elementos, uno de ellos es el mensaje el cual es una

“Forma cifrada o codificada de lo que se intenta transmitir. La información total comunicada cuando un enunciado se emplea en

circunstancias determinadas... En un sentido más amplio, mensaje es sinónimo de contenido, o sea, lo que está dicho en un texto, en un discurso”¹

Trasladando esto en el ámbito televisivo se entenderá como mensaje televisivo todo aquel *contenido* que esté *expresado* a través de un *enunciado* en el contexto televisivo. Tendremos así, que un mensaje televisivo lo puede constituir un comercial, un noticiero, una telenovela, una serie, etc., pero también se aclara que en este trabajo se considera que cada uno de estos mensajes televisivos se componen a su vez, de otros mensajes, que se pudieran presentar como independientes, pero que están constituyendo un todo; todo esto de manera semejante a como un libro constituye una unidad que está compuesta de capítulos y estos a su vez da párrafos y a un nivel inferior de enunciados que por sí solos pueden representar un mensaje.

Los mensajes televisivos constituyen un constante referente para que el televidente construya significados; ellos no son de ninguna manera la única fuente de la cual el alumno obtiene su formación cultural, está la familia, la escuela, la lectura, los amigos etc., pero sí constituye una parte importante en lo que se refiere a su consumo cultural. La relación que los alumnos establecen con esta forma de consumo cultural es, como se constata en el desarrollo del ensayo, de gran asiduidad, de gran interés por los contenidos, de precisión en el manejo de los mismos, de comprensión, apropiación práctica y por lo tanto lo que más les resulta significativo. También se puede afirmar que en no pocas ocasiones los mensajes televisivos constituyen el centro de su interés, de lo que parten, para en muchas ocasiones, conformar sus disposiciones estéticas y sus prácticas culturales; de la misma manera forman también la materia de muchas de sus conversaciones y preocupaciones, la fuente de muchos de sus saberes y objetos de deseo. Los mensajes televisivos establecen pues una parte importante de su consumo y expresión cultural.

Es importante aclarar que los mensajes televisivos no sólo se constituyen como un medio de comunicación y entretenimiento, si no que también, como arriba se menciona,

¹ UPN *Expresión y Comunicación* SEP UPN. México 1984 Pág. 137

constituyen un agente educativo, pues al ser estos parte de los medios de comunicación colectiva, necesariamente tendrán una influencia determinada en la educación del individuo; es claro que la educación que promueve la televisión pertenece al tipo denominado educación informal, la cual se caracteriza principalmente en ser relativamente desorganizada y asistemática;

"Es responsable de que el individuo adquiera un buen número de actitudes, valores, habilidades y conocimientos por medio de la experiencia diaria, por la relación con los grupos primarios y secundarios o por la influencia del ambiente y de los medios de comunicación colectiva".²

Concretamente los grupos que controlan la televisión a través de sus mensajes informan, sugieren, proponen, invitan, presentan, etc., toda una variedad de contenidos que definitivamente participan en esta educación. La diferencia principal entre esta educación informal y la formal que propone la escuela es que aquella no constituye un currículum expreso para una formación específica, no van dirigidos a la constitución del conocimiento científico, pero si en la formación de valores y modelos de identidad en los que compite directamente con la escuela. Por ejemplo, la escuela tiene como algunas de sus funciones educativas

"Fortalecer la conciencia de la nacionalidad y de la soberanía, el aprecio por la historia, los símbolos patrios y las instituciones nacionales, así como la valoración de las tradiciones y particularidades culturales de las diversas regiones del país.

Promover el valor de la justicia, de la observancia de la ley y de la igualdad de los individuos ante ésta, así como propiciar el conocimiento de los derechos humanos y el respeto a los mismos.

² Ibid Pág. 83

Impulsar... el enriquecimiento y la difusión de los bienes y valores de la cultura universal, en especial aquellos que constituyen el patrimonio cultural de la nación”³.

De la misma manera los mensajes televisivos promueven una formación sobre valores, que en ocasiones no coinciden con los promovidos por la escuela. La escuela se propone dotar al alumno de una identidad congruente con sus propósitos; los mensajes televisivos también proponen una serie de modelos de identidad en los que se incluyen figuras, símbolos, objetos, prácticas que pretenden conseguir la identificación del televidente ya sea para “sumergirlos” en la trama del mensaje televisivo, o para persuadirlos de usar, hacer o pensar algo, por ejemplo: comprar un producto, cambiar su aspecto, su personalidad, o su opinión sobre algo, asistir a ciertos espectáculos o eventos, participar en algún, grupo, acción o institución.

Tanto la escuela como la televisión proponen al alumno modelos de identidad en lo individual como en lo colectivo. Por un lado la escuela intenta la formación del individuo basada entre otras cosas, en los símbolos patrios y en el pasado común; estos dos componentes tienen la intención de impulsar la identidad cultural del mexicano.

Por otro lado la televisión incide también en aspectos como el nacionalismo o la identidad cultural, sólo que lo hace a partir de elementos que para el alumno son más cercanos o por lo menos más atractivos; así la televisión conforma la identidad a partir de elementos como la selección nacional de fútbol o la identificación de las formas de actuar de personajes con los cuales el alumno siente una proximidad anímica.

Así pues, existe una contradicción entre la escuela y la televisión, sobre la forma en que se promueve la identidad. La escuela no ha podido superar formas acartonadas que por su ritualización han perdido su sentido, en tanto que la tv, por el dinamismo propio de su lenguaje atrae y atrapa la atención del alumno televidente.

³ SEP. Ley general de educación. Capítulo I, Artículo 7º, Incisos III, VI y VIII

De esta manera, la contradicción entre una manera y otra de promover la identidad cultural ha sido ganada por la televisión. En consecuencia es más fácil que un alumno se encuentre más cercano a los contenidos televisivos que a los escolares.

EDUCACIÓN PARA VER TELEVISIÓN

Pese a lo dicho, no se está en una posición en la que se considere a los mensajes de televisión como una calamidad para la educación escolar, ni siquiera como algo de lo que se debe mantener alejado los alumnos; pues esto sería completamente utópico y de ninguna manera resultaría en algo positivo para los fines educativos escolares. Se considera a los mensajes de televisión como una realidad en la que el alumno está inmerso y que la escuela tiene que atender como tal.

Por sus características y el contexto en el que se dan los mensajes de televisión pueden ser aceptados con facilidad y sin un mayor cuestionamiento por parte de los niños; sin embargo, esto no significa que necesariamente tenga que ser de esta forma. Si se pretende avanzar más allá de esta aceptación incondicional se tiene que construir una estrategia que le permita al alumno dar un tratamiento crítico a los mensajes televisivos, y por lo tanto se considera que la institución educativa por excelencia tiene que tomar posición frente a esta problemática.

Definitivamente la escuela no puede ignorar la realidad en la que vive el niño y la educación brindada en ella la debe tomar en cuenta. El niño aparte de alumno, y de otros roles que juega en la sociedad, es también televidente, rol que vive intensamente y que no tiene un espacio restringido para efectuarlo, es decir, no sólo interactúa con los mensajes de televisión mientras la está observando físicamente; por ejemplo un niño, en el recreo, juega representando situaciones que vio en la televisión, el mismo niño está condicionado por sus padres a no poder ver la televisión “hasta que haga la tarea”, de la misma manera el niño compite con sus amigos por ver quien es el que sabe que pasó o va a pasar en determinado

programa. Por ello se puede afirmar que el proceso mental y social está antes, durante y después del momento concreto de observar los mensajes televisivos; por lo que se puede decir que su rol de televidente lo “lleva” a otros espacios: a la calle, a las fiestas, a las visitas familiares y por supuesto a la escuela, por ello no es que el maestro tenga que llevar la televisión a la escuela, esta está ahí ya, además de que:

“Para cada generación es indispensable identificar los contenidos y sentidos específicos de la educación integral, aquellos que aparecen en los objetivos renovados por las leyes, pero que no alcanzan a traducirse en los planes y programas de estudio ni en los materiales de trabajo, y, sin embargo, se vuelven materia innegable de trato educativo por la manera en como envuelven a los niños y niñas por todos lados. Tal es el caso de los medios de comunicación en este fin de siglo”.⁴

EDUCACIÓN PARA VER TELEVISIÓN ¿PARA QUÉ?

La educación para ver televisión se convierte en una necesidad que no se puede aplazar, sobre todo si se toma en serio el precepto de una educación integral en los educandos. Pudiera pensarse que debido al tiempo transcurrido desde que apareció la televisión, así como a las investigaciones que al respecto se han realizado, a la creación y aceptación de otras tecnologías, los estudios sobre recepción televisiva han quedado superados y que ahora lo prioritario es la investigación con implicaciones educativas sobre temas como computación, Internet, videojuegos, etc., sin embargo, la realidad del entorno educativo de la mayoría de las escuelas mexicanas sigue reclamando, investigaciones sobre esas realidades que no han sido superadas, y que, como en este caso, constituyen una parte importante del diario acontecer del alumno. Por ello se realiza esta investigación en el que se pretende alcanzar los siguientes objetivos

⁴ Ibid. Pág. 4

- ❖ Conocer los procesos mediante los cuales el alumno-televidente se apropia culturalmente de los contenidos implícitos o explícitos en los mensajes de televisión.
- ❖ Contribuir, para que desde la escuela, se construya una recepción crítica de los mensajes televisivos.
- ❖ Contribuir en la concientización de los componentes del sector educativo en cuanto a la necesidad del tratamiento del tema dentro del ámbito educativo.
- ❖ Proporcionar elementos que permitan al docente abordar la educación para ver televisión

HIPÓTESIS.

Debido a la reciente expansión de los sistemas de transmisión-recepción de canales de tv., los mensajes que circulan en la comunidad han aumentado de una manera profusa, convirtiéndose en un nuevo elemento modelador de conductas que se refieren a diversos aspectos de la realidad (políticos, sociales, culturales, educativos). Este hecho es significativo, ante todo porque la percepción de los mensajes emitidos se realiza de una manera no sistematizada. Considerando lo anterior planteamos como hipótesis lo siguiente:

La exposición de los escolares a los mensajes de televisión, es un hecho, así mismo lo es la incorporación, total, parcial o nula de ellos a sus esquemas culturales. Esto último ocurre sin que la educación escolarizada, intervengan en dicho proceso.

Junto con otros factores la tv ha conducido a los televidentes-alumnos a un proceso de aceptación total, parcial o nula de los mensajes.

La aplicación de la teoría de la recepción crítica, vía práctica docente, puede desembocar en la adquisición de habilidades que permitan un proceso de percepción de los mensajes televisivos que busquen la formación integral de los alumnos provocando una

contextualización del individuo que se aproxime a una lectura objetiva de la realidad inmediata.

CAPÍTULO I
MARCO TEÓRICO

COMUNICACIÓN, CULTURA, TV Y EDUCACIÓN. PUNTOS DE CONFLUENCIA

La política, la cultura, la ciencia, el estado, la tecnología, son elementos de la sociedad a los cuales no tiene acceso de manera libre el hombre que desee hacerlo; y no se habla aquí de la simple voluntad para hacerlo o no; se está hablando de la formación que el individuo tenga para poder hacer uso de éstos en su propio beneficio. En esta perspectiva la educación representa un papel importante para lograr una plena democratización de la sociedad, la educación es esencialmente un proceso comunicativo, así pues, comunicación y educación debieran ser dos procesos inseparables que facilitaran al hombre la apropiación de la cultura, de la suya propia, entendida como las nociones que prevalecen en la comunidad donde vive y de aquella que con un carácter universal, es necesaria para lograr un desarrollo integral del individuo

Si bien es cierto que la mayoría de los logros de la ciencia, la técnica, así como de otros campos se han conservado y desarrollado a través del proceso educativo; éste, no a desempeñado su papel de una manera adecuada, si como objetivo se tiene la de formar individuos y sociedades reflexivas, cultas, conocedoras de la ciencia y sobre todo, democráticas, esto implicaría una realidad social diferente, pero sobre todo una importante disminución en las diferencias del nivel de vida de los individuos.

La comunicación y la propia educación son concebidas en muchas ocasiones como un proceso en el que se relacionan dos o más sujetos en el que se evoca un significado común y por lo regular asumen un significado vertical en la que el emisor, en el caso de la comunicación y el docente en la educación adquieren mayor importancia, ya que ambos desencadenan el proceso y establecen las características de la relación que en el caso de la comunicación se pretende reducir a un modelo simplista de emisor-mensaje-receptor, en el que la cultura, y en el caso de la educación se presenta un esquema semejante: profesor - contenidos educativos - alumno, convirtiendo a la educación en un proceso vertical y también negatorio a toda posibilidad de participación o aportación por parte del alumno. Para los fines que se pretenden lograr en el presente trabajo, es decir, la consecución de una

percepción crítica de los mensajes, debemos señalar que los procesos institucionales de comunicación, tanto los que se refieren a los medios masivos de comunicación como a la escuela revisten un centralismo y un monopolio que ejercen los polos emisores. (Empresas televisivas, profesores). de ésta manera la base de la educación para los medios debe atender a diferentes factores:

- ❖ *“La desmitificación de los programas y sus productores.*
- ❖ *La identificación de ideas y mensajes derivados de los medios.*
- ❖ *La ampliación de la información, con que cuenta el alumno, para analizar y evaluar los contenidos.”⁵*
- ❖ *La comprensión, por parte del docente, de su papel como comunicador.*

Tenemos así, que la comunicación, particularmente la de los medios masivos, es un fenómeno cultural, ya que la cultura abarca también los aspectos espirituales de las creaciones humanas, pero ha sufrido un proceso de mercantilización que la ha alejado del proceso educativo, si entendemos a ésta como un proceso mediante el cual el individuo se apropia de valores culturales que le permiten relacionarse con los demás miembros de la sociedad. Encontramos que el papel que desarrolla la escuela como espacio educativo puede ser ampliado, no reduciéndolo a los aspectos puramente descriptivos de los medios, si no proveyendo al alumno de las herramientas intelectuales que le permitan aprender de los medios en la escuela y en su comunidad, convirtiendo así la comunicación en el proceso conectivo entre educación y cultura para que se acreciente y sea reconocida y aquella se convierta verdaderamente en espacio de formación integral del hombre.

La interacción con la televisión es considerada en este trabajo, como uno de los varios elementos que configuran el consumo y las prácticas culturales de los individuos; pero éste ocupa un lugar predominante y muy significativo en el consumo cultural global de

⁵ Ibarrola de María. Educación para los Medios Básica. Año IV. Noviembre - Diciembre. No. 20. México 1997. Pág. 5

la población; pues el consumo televisivo no sólo se reduce al tiempo efectivo frente al televisor, si no que se prolonga con las interacciones que el individuo tiene con otras personas y consigo mismo al comentar, cuestionar, imitar, definir horarios, etc.

La relación que se identifica entre este consumo cultural y la educación se evidencia por la interacción que se da de manera cotidiana con símbolos y discursos más o menos estructurados (contenidos) su posición no sólo es de distracción, sino también de aprendizaje e identificación: se adquieren conocimientos sobre la estructura misma de los programas, sobre los diferentes géneros, sobre las figuras, personajes, situaciones y tramas; sobre temas de política, religión, bienes de consumo; sobre cierto léxico, etc. Pero al mismo tiempo se producen propuestas respecto a figuras y discursos de diversa índole que intencionalmente, o no, están "invitando" al televidente a que se identifiquen con ellos. En otras palabras, en su interacción con los contenidos televisivos, las personas son tanto sujetos cognoscentes como sujetos que aspiran a ser como las propuestas de los mensajes televisivos.

Por lo antes dicho se puede afirmar que el factor educativo de la televisión, no sólo está en los mensajes ideológicos, sino también en las prácticas culturales generadas por ella. Tal es el caso de la aceptación de modelos de conducta moral o ética que provienen de la televisión y ya no de los modelos que socialmente se habían construido de manera independiente.

LENGUAJE BÁSICO DE LA TELEVISIÓN. SIGNO

El signo es la unidad mínima, en cualquier forma de comunicación *"desde el punto de vista de la lingüística y la semiótica, el signo es la relación entre el significante y el significado"*⁶ El significante es una imagen acústica, visual, gestual u objetual y el significado es la imagen conceptual que se forma en la mente de la persona que recibe el

⁶ UPN *Expresión y Comunicación*. SEP UPN. México. 1984. Pág. 135.

mensaje. Significado y significante son indisolubles, a este le corresponde ser el soporte material del significado que siempre será mental. .

Es necesario aclarar que el significado siempre se entenderá como el concepto al cual nos remite el significante del signo y no a una cosa u objeto concreto. Por ejemplo, la palabra "gato" no nos remite a los gatos existentes en el mundo, sino al concepto que tenga el sujeto que se esté comunicando. Como consecuencia existen dos consideraciones acerca del signo:

1. - Los signos forman sistemas o códigos. En los sistemas, los signos se oponen entre sí de manera más o menos organizada, tienen significados diferentes o funciones diferentes.

2. - Los signos tienen un carácter social ya que el que un cierto significante le corresponda un cierto significado es producto de la cultura o de la ideología en que se desenvuelve el sujeto que se comunica.

La elaboración de mensajes complejos exige la utilización de varios signos, por lo que se debe de elegir con cuidado cual de ellos se utilizan y del mismo modo se deben de respetar las reglas de combinación, esto nos lleva a un nuevo elemento de la comunicación que es el enunciado.

EL ENUNCIADO

El enunciado es la unidad mínima de sentido en cualquier tipo de lenguaje; se compone por lo general de varios signos y debe de respetar una serie de reglas en su combinación, es común que se entienda, como enunciados aquellos que se refieren a la lengua escrita o hablada. Pero también existe, en el lenguaje de imágenes, como es el caso de la televisión en la que cada viñeta, o cuadro o logotipo constituyen enunciados.

Tradicionalmente se han distinguido dos partes en la constitución de los enunciados: el sujeto y el predicado. El sujeto es la persona de quien se habla y el predicado es lo que se predica del sujeto. Como señalamos, en el código escrito o verbal son fácilmente distinguibles éstas dos partes. Sin embargo, en los mensajes que utilizan imágenes no es posible separarlos o distinguirlos con precisión, pero es evidente, que siempre se dice algo de alguien, por ejemplo en la publicidad se afirma que x producto posee ciertas características.

Debido a la dificultad que se presenta para analizar los enunciados en los medios de comunicación, en lugar de hablar del sujeto a la manera tradicional de la gramática, se emplea el término *sujeto de la enunciación* ya que debido a las peculiaridades de la televisión no se puede hablar de un emisor aislado, si no que emite el mensaje desde sus valoraciones sobre el mundo, su clase social, su partido político y se apropia de la realidad para parecer como un comunicador de algo universal. Así, el sujeto de la enunciación se identifica como aquel que desde una posición institucional (televisión) les dice a los demás la verdad sobre una variedad prácticamente infinita de temas.

TEXTO Y DISCURSO

Una enunciación por sí sola puede ser considerada como un texto, pero por lo regular se considera que la combinación de varias enunciaciones forman un texto con un principio y un fin. Un programa de televisión es considerado como un texto y cada uno de sus componentes son enunciaciones.

Un texto televisivo se organiza bajo una serie de reglas entre las que podemos señalar secuencia de imágenes y su correspondencia con otros elementos como son la música, la alternancia en el diálogo, la forma de distribución del inicio, nudo y desenlace, la utilización de un plano u otro, etc.

Por discurso se entiende a una variedad de textos que de manera general emplean formas y lineamientos comunes en su organización, en este sentido se puede hablar de discurso político, científico, televisivo y dentro de éste se podrían hacer subdivisiones para clasificar al discurso televisivo en distintos géneros: dramático (telenovela), deportivo, musical, noticioso, infantil, educativo, serie, etc.

*"Las formaciones discursivas son maneras organizadas de describir y explicar el mundo social o porciones de él. Emergen en puntos particulares en el tiempo y tienen historias comprobables. Comprenden cuatro elementos principales: sistemas de clasificación, que definen afinidades y antagonismos; nombres e imágenes favoritas que concretizan y afirman las divisiones claves; formas de argumentación y razonamiento, que conectan los elementos medulares entre sí; y principios de evaluación, que convierten las diferencias en distinciones morales"*⁷

Desde el punto de vista de Daniel Prieto, los discursos son más o menos estables

*" No es posible violentarlos directamente, hacer como si no existieran. si alguien se dedica a la publicidad, por ejemplo, debe conocer la forma en que ésta se realiza, debe tomar en cuenta los lineamientos fundamentales de tal tipo de discurso"*⁸

De este modo, los discursos que se utilizan en los medios masivos y desde luego en la televisión se encuentran reglamentados por una serie de normas en cuanto a la combinación de los elementos que los constituyen.

⁷ Murdock Graham. La Investigación Crítica y Las Audiencias Activas. Culturas Contemporáneas No 10 Pág. 201

⁸ Prieto Castillo Daniel. Elementos Para el Análisis de Mensajes. ILCE. México 1982. Pág. 26

SINTAGMAS EN LA TELEVISIÓN

Para que la comunicación se dé entre quien formula el mensaje y quien lo percibe, debe existir un código; en el caso de la escritura, lo constituyen tanto el signo (alfabeto) como las reglas que determinan sus combinaciones. En el caso de la televisión también existen elementos de gramática que permiten un cierto orden mediante el cual se logra la comprensión del mensaje televisivo. Al igual que en otras formas de comunicación, en la televisión se dan distintas intenciones del emisor, formas de apropiación del mensaje por parte del perceptor, y desde luego diferentes niveles de dominio de la gramática televisiva lo que determinará la eficacia con que se comunique un conjunto de ideas y emociones articuladas; es decir, que se pueda seguir la anécdota sin que los cortes entre una toma y la otra, la composición de los encuadres y los movimientos de cámara le quiten comprensión al mensaje.

Al igual que los otros componentes de la televisión, conocer e identificar los sintagmas es importante tanto para el equipo de producción: director, personal de efectos especiales, ingeniero de sonido, iluminador camarógrafos etc.; como para que el perceptor pueda realizar el análisis de los mensajes, ya que mediante su articulación se pueden identificar las estrategias de un texto televisivo, pues en él se despliegan los argumentos y se presentan las relaciones con el telespectador.

La definición de sintagma televisivo nos dice que

*"Los sintagmas televisivos son unidades de significación conformadas por video y audio a través de cuya articulación se organiza el texto. Constituyen una asociación indisoluble entre la forma y el contenido y se hacen patentes en el texto en tanto éste es materialización de un lenguaje"*⁹

⁹ A. Poloniato Alicia. Géneros y Formatos Para el Guionismo en Televisión Educativa. ILCE-OEA. México DF. 19933. Pág. 190

A diferencia de los sintagmas en escritura, los televisivos no presentan siempre la misma estructura, lo cual pudiera representar una dificultad en su identificación así como en determinar donde empieza uno y termina otro, pues inclusive se pueden superponer, pueden ser el resultado de la combinación de varios planos o tomas, o también estar constituidos por uno solo. Algunos ejemplos de sintagmas televisivos los constituyen: los títulos, las introducciones, los avances, los repasos, etc. Es indudable que en la forma de presentación de ellos se puede identificar la naturaleza del mensaje.

En el lenguaje televisivo se recurre continuamente a la persuasión. De acuerdo con Prieto Castillo se puede identificar dos tipos de persuasión: una que actúa sobre la base de la razón y otra denominada retórica. La persuasión retórica es entendida como

" El arte de expresarse bien, para persuadir al público [... por medio de un discurso] inespontáneo, que se basa directamente en lo que todos dan por sabido y que apunta más bien a conmover mediante lo que resulta verosímil, que no a conmover según razón. "10

Siguiendo al mismo autor, se tiene que la persuasión tiene los siguientes recursos:

a.- Entinema: *"silogismo especial que parte de una premisa mayor no demostrada, aceptada como válida sin más."* Por ejemplo. " Las personas son pobres por que no trabajan". En esta frase se da una universalización que en un determinado momento se puede retomar para concluir que una persona o un grupo de ellas son pobres por ser flojos.

b.-El ejemplo: En los medios de comunicación aparecen infinidad de personajes con una función ejemplarizadora, en el deporte, la política, la diversión, la publicidad; en las que se nos muestran las acciones del personaje como modelo a seguir y con esto conseguir el éxito que muestra tener el personaje.

¹⁰PRIETO CASTILLO DANIEL. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. Edicol México 1980 Pág. 15

c. - La división: *permite dar la sensación de engrandecimiento; la mención de las partes, en lugar del todo, lleva a fortalecer un argumento, y crear, dado el caso, una sensación mayor de patetismo*". Por ejemplo, en los comerciales en que se anuncia un refresco, el acto de beberlo se divide de manera muy marcada, en una secuencia de imágenes que, aunque nada tengan que ver con el acto de tomar refresco, (salud, conquistas amorosas, belleza...) se relacionan como partes de un todo, que sería el acto de tomar el refresco mencionado.

d.- La síntesis: La cual "*busca impactar en el mínimo de tiempo y con la máxima economía de recursos*" por ejemplo, las portadas de discos y revistas.

e- La ampliación: es, en cuando a un acontecimiento, "*exagerarlo, hacerlo más grande de lo que en realidad es, hacerlo parecer más grande*". Un ejemplo de esto es la exageración de los beneficios que se adquirirán con la obtención de un producto o servicio; un caso concreto es la exaltación que realizan los bancos de la adquisición de sus servicios.

f.- Atenuación. "Consiste en disimular, en aplacar un error, en hacerlo más "pasable" a los ojos de quien habrá de juzgar o sufrir tal o cual acción".

g.- Redundancia: "*consiste en la reiteración de algo, en el exceso de datos respecto de un tema que podría ser comprendido sin los mismos*".

Por otro lado en los mensajes televisivos existe una serie de prototipos de personas y de actitudes que se convierten en modelos a seguir por parte de los televidentes. Entre otros tenemos a los siguientes:

LA MUJER EN LA TELEVISIÓN

La televisión, por su inmediatez, capacidad de abarcar grandes públicos y por su liderazgo ante otros medios masivos, es una instancia privilegiada para crear y difundir

determinados roles sociales. Es justamente lo que pasa con la construcción de lo que debe ser la mujer en la sociedad; la televisión contribuye a formar una cultura femenina entendida como:

"... la visión del mundo, los valores, actitudes y prácticas sociales que permiten a la mujer relacionarse consigo misma, con los demás y con la sociedad en general, para dar cierta coherencia y significación a su existencia. Lo anterior implica la consideración de la manera como la mujer vive su vida, las funciones y la multitud de prácticas cotidianas que realiza así como sus sueños y utopías."¹¹

Con el impulso de la producción industrial surgió una superproducción de bienes de consumo, por lo que se buscó que todos los sectores de la sociedad se convirtieran en consumidores de esos productos; la mujer fue objeto de atención especial para estos fines, por lo que se inventó una serie de mensajes encaminados a la satisfacción femenina en cuanto a las actividades que realizaba, las labores de ama de casa y de madre empiezan a adquirir, para los sectores medios y altos, un tono "científico". Las madres reciben consejos de "expertos" en nutrición infantil y les aseguran que ni la papilla cocinada por ella en casa, tiene la calidad del producto anunciado; se le ofrece una gran variedad de electrodomésticos con los cuales su vida se hará más fácil.

Desde las primeras décadas de este siglo, la mujer empezó a ser considerada como consumidora, al ser responsable de las compras de su hogar, idea que fue explotada por los diversos medios de comunicación masiva y sobre todo, por la televisión.

La televisión hace circular en sus mensajes varios modelos femeninos en los que se presenta a la mujer con referencias ideales de su cuerpo, su ropa, su entorno, su actitud, conductas y relaciones. En la mayoría de las ocasiones estos modelos femeninos juegan un

¹¹ Estudios sobre las culturas contemporáneas No 10. Cultura femenina y medios de comunicación. Mercedes C. Universidad de Colima. México DF. 1990 Pág. 166.

papel en función y/o dependiente del rol masculino, lo cual tiene una raíz histórica de acuerdo con la interpretación de F. Engels.

" El derrocamiento del derecho materno fue la gran derrota histórica del sexo femenino en todo el mundo... la mujer se vio degradada, convertida en la esclava de la lujuria del hombre en un simple instrumento de reproducción. [...] y así el tipo de matrimonio que corresponde a la civilización, la monogamia (tiene) sus complementos: el adulterio y la prostitución"¹²

Así, el papel de la mujer queda dividido en dos funciones fundamentales, por un lado la del matrimonio y la maternidad y por el otro, la prostitución y el adulterio. La primera función caracterizó a la mujer "decente", que dentro del contexto de los modelos femeninos que circulan en los mensajes de la televisión se cataloga como la "buena" y la segunda le dio su función de objeto sexual que se caracteriza como la "mala", la que tiene una "libertad sexual", la que se le "ofrece" a los hombres.

Ambas figuras femeninas, "la buena" y "la mala" tienen un lugar preponderante en los espacios televisivos y son la base para otros roles femeninos. "La buena" se convierte en el prototipo de consumo de la "decencia y la procreación"; la "mala" para el placer.

Existe un tercer modelo femenino que viene a ser una amalgama de las dos anteriores en la cual se reconcilian los extremos, es la mujer moderna.

"Es un modelo imaginario, creado por la cultura de masas; es un tipo de mujer con apariencia de vampiresa, esbelta, ritualmente maquillada, con los labios perpetuamente sangrantes como una invitación a ese delirio de amor"¹³

¹² C. Marx. y F. Engels. Obras Escogidas. Progreso. URSS 1974 Pág. 246 y 262

¹³ Morín, Edgar, El Espíritu del Tiempo, Ensayo sobre la cultura de masas. Taurus S.A. Madrid 1966 Pág. 173.

En ella se conjunta la figura sexual de "la mala" con el corazón puro lleno de sentimientos nobles y siempre en busca del "verdadero amor" como en el caso de la mujer "buena". Esta mujer "liberada", es una versión combinada de ambas. Tiene derecho e inclusive la obligación de ser seductora, activa socialmente, es decir, tiene derecho a trabajar y ser "coqueta"; y la televisión, junto con otros medios ofrece una gran cantidad de recetas para que las mujeres parezcan "modernas".

Existen otros modelos femeninos promovidos en los mensajes de televisión que son una combinación o coexisten con los anteriores como por ejemplo la mujer seductora, la virgen, la ejecutiva, la ama de casa, etc. Todas ellas exaltan determinadas características y virtudes, mientras desechan y repudian otras.

Así, el común denominador de todas ellas; sean sirvientas, señoras de sociedad, estudiantes, amas de casa, madre, esposa, amiga, amante o empleadas, es que por lo general actúan y/o dependen de la actuación de un personaje masculino

El ideal de la figura femenina es un tópico tratado ampliamente en los mensajes televisivos. Este ideal no ha sido el mismo históricamente, pues aún a principios de este siglo se consideraba que una mujer debía ser robusta, lo cual se relacionaba con una buena fertilidad, con lo que se podía lograr suficiente mano de obra para trabajar en el campo, en el núcleo familiar. En este contexto las dietas para perder peso no mostraban su carácter obsesivo como en la actualidad, el atractivo de las mujeres delgadas era inexistente, el peso corporal no había surgido como problema por resolver, el cuerpo delgado de una mujer era considerado como signo de debilidad física o mala salud.

En el cambio de este ideal, intervienen varios aspectos, quizás el más importante fue la incorporación de la mujer en el trabajo en un nuevo sistema de vida: el capitalismo.

"Desde mediados de la primera década del siglo XX. La sustancia corporal se identificó con un exceso molesto, un signo interior de las

*tendencias fuera de moda del viejo mundo. La "nueva mujer", como fue llamada a menudo en las revistas masivas de la época era delgada, alta, vigorosa, parecida a una pantera."*¹⁴

Es así, como en los medios masivos de comunicación aparecen una gran cantidad de mensajes con el objeto de difundir el estereotipo de la figura femenina. Basta con realizar una breve observación de la programación televisiva para identificar "invitaciones" constantes hacia las televidentes para compararse con las modelos esbeltas, satisfechas y fotogénicas; pero sobre todo es fácil identificar los mensajes retóricos en los que se les promete lograr conseguir la figura de la modelo mediante la utilización del producto anunciado.

Con todos estos cambios en el estereotipo de la figura femenina y con el papel protagónico de los mensajes televisivos se ha creado una visión acerca de la belleza femenina que en el contexto de nuestra sociedad ha provocado un rechazo a la apariencia física común de las mujeres creando la necesidad de aproximarse al ideal televisivo mediante el consumo de los productos anunciados.

"La revista Glamour... [realizó] la encuesta titulada "sintiéndose gorda en una sociedad delgada: treinta y tres mil mujeres dicen como se sienten respecto a su cuerpo". Glamour, febrero 1984. revela mujeres atormentadas por las imágenes que consumen

*Entre 73 y 75 por ciento de las mujeres encuestadas sentían que eran "demasiado gordas". Excedían con mucho al 15 por ciento que pensaban estar "bien" o al 3 por ciento que se veían a si mismas como "demasiado delgadas"*¹⁵

¹⁴ Stuart Ewen. Todas Las Imágenes del Consumismo. CNCA-Grijalbo. 1991. México DF: Pág. 209

¹⁵ *Ibíd.* Pág. 212

De esta forma los medios de comunicación, entre ellos los mensajes televisivos, contribuyen en la conceptualización de lo que debe ser la mujer, esta figura de la mujer se convierte en el elemento educativo (informal) que difunde la televisión. Se está dando, pues una educación para que las mujeres se identifiquen o anhelan ser como los prototipos que se ha promovido en los medios de comunicación.

EL HÉROE

Un papel protagonista en los mensajes de televisión es el del héroe, al igual que otros prototipos, este tiene una función específica que es una especie de justificación de los acontecimientos de la realidad, pues

"son los emisarios de la clase dominante los que decide el destino de las mayorías no sólo en el ámbito político y económico, sino mediante la imposición de su cultura que presenta, como utopía de todos, la ensoñación paradisíaca de una clase"¹⁶

De la misma manera, en la acción del héroe, que por lo general es de lucha, se encuentra una necesidad de que lo haga, pues por medio de ella se permite la salvación de un estilo determinado de vida, el héroe siempre sale victorioso, lo cual se constituye en una especie de mensaje, para los transgresores del "statu quo": siempre existirá un héroe que luche y salga victorioso ante el trasgresor.

Existen varias características que siempre acompañan al héroe y que nos permiten identificarlos de manera clara.

¹⁶ Herner Irene, Tarzán, El Hombre Mito, SepSetentas, No. 139 1973, México Pág. 71

- Un héroe siempre cuenta con un atuendo, actitud o accesorio que lo diferencia de los demás. Ejemplos característicos, es la vestimenta de los llamados "súper héroes"; las placas de los "superpolicías"; la motocicleta de "renegado"; en general el tipo físico que responde al ideal estereotipado; entre otros.

- Los héroes de la televisión son personajes de fantasía, pues sus actuaciones están fuera de la realidad, sus acciones están fuera de las habilidades reales de un humano y en sus actuaciones no realizan las actividades comunes que las personas realizan como lavarse, o trabajar.

- Aunque siempre son poseedores de fuerza, talento, valentía y belleza, tienen puntos vulnerables que los ponen en serios aprietos, pero, a pesar de que se presentan situaciones angustiantes el telespectador sabe a conciencia que el triunfo del héroe es seguro pues el héroe siempre tiene la razón y sus adversarios son pretextos que le permiten hacer un despliegue de poderío, perfección y hasta de sufrimiento.

- El ritmo de vida de los héroes, está marcado por el suspenso y la acción, generalmente como lucha encaminada a solucionar conflictos entre el bien y el mal¹⁷

Es importante, en el análisis de mensajes televisivos, que se tomen en cuenta las categorías mencionadas por Daniel Prieto, en cuanto a las acciones que realizan los héroes, acciones retóricas pues:

"no hay misterios en un mensaje de este tipo, no hay casi posibilidad de que el perceptor ponga algo de sí para completar el mensaje, participe dudando de un personaje, esperando algo inesperado de otro [y en cuanto al

¹⁷ Herner Irene. Mitos y Monitos. Universidad Nacional Autónoma de México- Nueva Imagen. México DF. 1976.

héroe que] es invencible, [porque]... la razón siempre ésta de su lado,... no hay enemigo suficiente para él... "18

Estas acciones son estereotipos considerados ejemplares en la sociedad, y por ello responden a una determinada ideología se convierten en enseñanzas para que el televidente retome las de los héroes y rechace las del antagonista. Algunas de esas acciones son:

- Prohibición-Trasgresión

En ésta categoría de acción se considera cuatro variantes: El tabú de lo ajeno; el sexual; la transgresión del terror y los tabúes científicos.

A) En cuanto a la primera variante los ejemplos abundan y el papel del héroe es prohibir, evitar que se efectúe la trasgresión. Es una generalización que la acción del héroe se dirija hacia la protección de la propiedad privada, como por ejemplo bancos o joyas: acciones que permanecen en series policíacas o de las del tipo de superhéroes.

B) Por otro lado el tabú sexual consiste en que, por lo general, la heroína (héroe trasgresor) comete una trasgresión de tipo sexual, pero siempre es justificada, pues lo hace "por amor" o por un "engaño"; la heroína sufre mucho por la transgresión cometida; pero sus acciones anteriores y posteriores son consideradas, dentro de la trama, como ejemplares. Las telenovelas retoman, casi permanentemente, este tipo de acciones.

C) La trasgresión del terror. En los mensajes televisivos, no es tan abundante como los anteriores pero no dejan de existir, sobre todo cuando las películas con este contenido son programadas en la Tv. . Básicamente tienen lugar cuando un personaje humano se involucra con seres demoníacos por casualidad o con intención.

¹⁸ Prieto Daniel. Retórica y Manipulación Masiva. Ediciones Coyoacán México DF. Pág. 61.

D) La última de éstas variantes, la de los tabúes científicos se refiere al uso de la ciencia-ficción para provocar grandes males a la humanidad.

- Daño-Reparación del daño

Esta acción es realizada por lo común por el héroe represor, aunque en ocasiones también por el héroe trasgresor. En los mensajes retóricos se presenta el daño como algo general, algo que afecta a la sociedad; aunque el daño lo sufra un personaje, se trata de presentarlo, como un mal social y en consecuencia cuando el héroe realiza la reparación del daño, los beneficiados no son solamente los que recibieron el daño, sino toda la sociedad.

Lucha-Victoria

Esta es una de las acciones más retóricas dentro de los mensajes televisivos; pues cuando tiene lugar, todo mundo sabe de antemano que el triunfador será el héroe, sobre todo el héroe represivo. Es prácticamente impensable dentro de la lógica de dichos mensajes que triunfe el "mal". Se juega constantemente a que el héroe se ve ante apuros que "ponen en riesgo" su triunfo, pero finalmente él triunfa siempre.

-Prueba y cumplimiento de la prueba.

Esta acción parece ser la favorita de los mensajes, el héroe es sometido a pruebas que invariablemente supera. También aparece en los relatos cuando el héroe tiene que pasar las pruebas que se le presentan para mantener su estatus de protagonista.

Para una identificación más precisa del héroe se retoma la subdivisión que Daniel Prieto realiza: héroes transgresores, héroes represores y héroe benefactor.

"El héroe (represor) ejerce la tarea de reprimir al antagonista, de eliminarlo o de llevarlo a la cárcel. A pesar de aparecer siempre como un

individuo excepcional el héroe es un agente del sistema social que trata de mantener con todas sus fuerzas el orden establecido... (se puede) justificar todo tipo de acciones por parte del mismo. Puede protagonizar cualquier tipo de violencia, cualquier atropello"¹⁹

Este tipo de héroe es el más recurrente en los mensajes televisivos, también predomina en los personajes masculinos, es frecuente encontrarlos en las series policíacas de origen estadounidense.

El héroe transgresor por lo general es un papel femenino; es transgresora

"porque alguien la lleva a eso o por la fuerza o por necesidad o por una pretendida inocencia... (esto es) una verdadera constante en los mensajes dirigidos a la mujer, en especial a las de clase baja"²⁰

Este papel de heroína transgresora se encuentra de manera constante en las telenovelas, y en programas como "Casos de la vida real" en donde la heroína comete actos socialmente reprobables, como por ejemplo, tener relaciones sexuales fuera del matrimonio, pero éstas acciones la convierten en heroína justamente por efectuarlas de una manera especial en la que se justifica, por ejemplo, por amor a sus hijos, por obtener comida, inclusive por ser engañada.

"(Él) héroe benefactor (no) se enfrenta a antagonistas si no a calamidades sociales, o bien se alza como conductor de la humanidad, se trata en general de personajes dotados de una inagotable sabiduría, dueños de

¹⁹ Prieto Daniel. Retórica y Manipulación Masiva. Ediciones Coyoacán México DF. Pág. 66.

²⁰ *Ibid.*

*conocimientos que poseyeron los antiguos o que recibieron desde otros planetas*²¹

Al efectuar un análisis de la programación televisiva, se puede constatar que este prototipo de héroe, es el menos constante, ya que por sus características, por lo general anciano o con poca musculatura, se presenta como un papel secundario, en una generalidad donde lo dominante es la violencia y la competencia física

EL SEXO

El sexo es el ejemplo clásico de los tabúes mexicanos, y la televisión mexicana incorporó esta característica en su idiosincrasia. Como todo buen tabú que se precie de serlo, la sexualidad aparece en la sociedad mexicana y en su televisión de manera encubierta, todos saben que esta ahí pero nadie dice que está, es tabú por esta característica, por no ser tratada de manera académica o científica, se le da un sentido morboso y se utiliza como gancho para programas supuestamente serios como “Cosas de la Vida”, y “La hora Familiar de Cristina”, y en cuanto a los comerciales basta con analizar algunos para darse cuenta de las alusiones sexuales a los que hacen referencia

Sin embargo, es preciso reconocer que recientemente existe una apertura en este sentido, por ejemplo hay en la televisión campañas para el uso del condón y de planificación familiar lo que conlleva un tratamiento de la sexualidad dentro de lo que se pudiera llamar científico.

El sexo, como fue descrito líneas arriba, es otra de las constantes que se presentan en los mensajes televisivos, y si bien es cierto que no aparece de manera extrema, como la pornografía, su presencia es reiterada, por ejemplo, en la publicidad de jugos, bebidas

²¹ *Ibíd.*

alcohólicas, maquillajes, entre otros, el asunto sexual siempre está presente, en el cual se sugiere que mediante el consumo del producto anunciado se pueda tener éxito sexualmente.

Las telenovelas son todo un compendio de actuaciones sexuales; desde la pobre sirvienta que puede escalar a la siguiente clase social mediante el sexo; hasta la rica señora con sus aventuras sexuales; y tanto en las telenovelas, los comerciales y el resto de los mensajes televisivos aparecen constantemente porque el sexo funciona como evasión y olvido momentáneo de los problemas de la vida cotidiana pues distrae además de ser un sustituto del amor.

Una forma más de la presencia del sexo en la Tv. son los "albures"; esa forma dialogada de sexo, consiste en una construcción de frases con doble sentido, con un trasfondo sexual. Su objetivo es forzar al interlocutor a quedar "como la parte femenina" en una figuración del acto sexual. Al albur, aunque inefablemente ha sido parte de la cultura mexicana, se le considera como una práctica entre amigos o para ofender gravemente al enemigo; pero nunca como un diálogo familiar o como práctica pública. Los mensajes televisivos han venido a trastocar esta consideración, pues han convertido el albur, en una forma de diversión familiar

"Pues más que nada me apego a ver algo, cosas de reír, claro, el problema está en que los programas que... que ve uno a veces, no es apto que lo vean los niños, pero ya estamos tan enajenados que ya los vemos junto con ellos, o sea, tengo que aceptar que por ejemplo si me pongo a ver "el que nos pasa" donde muchas palabras son de doble sentido o hasta a veces hasta albureando, ahí están mis hijos también riéndose junto conmigo viendo el televisor. La ésta... como se llama, los viernes en la escuela, que apenas entro al aire, que también cuenta cosas divertidas, pero todo en doble sentido..(sic)."²²

²² Entrevista con padre de familia.

Este tipo de mensajes, ha hecho, de esa forma de diálogo sexual, su contenido principal, su forma de divertir, forma en la que las más de las veces se denigra a grupos sociales como las mujeres o los homosexuales. Esto también constituye una forma de educación que se está dando a través de los mensajes televisivos y que obviamente va en dirección opuesta a lo postulado en la escuela

VIOLENCIA

En la historia de la humanidad, la violencia ha sido una constante, la gran mayoría de los cambios sociales ha ocurrido con un importante ingrediente de violencia, aún en los que se utilizó a la no-violencia como método de lucha, (la independencia de la India o la lucha civil por el reconocimiento de derechos de personas negras en Estados Unidos) se presentó una gran cantidad de ésta. Sin embargo, toda esa violencia ocurre a partir de causas concretas

Por el contrario, la violencia que, por lo general aparece en los mensajes de Tv. no siempre aparece con explicaciones reales, aún, por ejemplo, en los mensajes informativos clasificados como de nota roja (Duro y directo, Cd. Desnuda etc.) donde los mensajes utilizan la violencia como centro de atracción para el televidente a partir del morbo, el chisme y el sensacionalismo.

Otros muchos mensajes televisivos serían impensables sin la violencia; las series policíacas, las caricaturas, películas, telenovelas, programas deportivos y hasta comerciales tienen como hilo conductor a la violencia.

Cada una de las categorías analizadas (por supuesto que no son todas las existentes) tienen un peso específico sobre la educación informal del televidente, ellas contribuyen en la formación de valores, gustos estéticos, nociones de la estructura de la sociedad, etc., por lo cual, los mensajes televisivos, efectivamente, están educando en un sentido determinado.

MEDIACIÓN TECNOLÓGICA

Todo mensaje exige un canal para su transmisión, este canal afecta al mensaje. El canal primario se puede considerar el aire por el cual viaja la voz humana, en la historia de la humanidad, la inteligencia humana ha hecho posible, la utilización de diversos canales, pero esto ha implicado el uso de tecnologías que son inventos del hombre, el papel y la escritura manual, posteriormente la imprenta y la masificación del texto escrito, la radio y sus posibilidades de grabación y transmisión del mismo mensaje repetidas veces, el cine con sus efectos de cámara, y desde luego la Tv. Con posibilidades combinadas de prácticamente todos los canales que el hombre ha inventado. A esta manera de presentar los mensajes, con sus posibilidades y restricciones es lo que se denomina mediación tecnológica.

Los mensajes televisivos tienen una manera específica de ser tratados, las diferencias tecnológicas con otras formas de comunicación visual (cine, cartel, pintura) tienen repercusiones en la forma de elaborar los textos y en la manera de percibirlos.

El cine ofrece alta definición en la imagen y color, posibilidad de manejo en la profundidad de campo, contrastes de luz, entre otras cosas, la televisión no posee la misma calidad en definición, comparándola con el cine es muy inferior, por lo que no puede producir, con la misma calidad, por ejemplo, el paisaje con su tonalidad definida, grandes grupos de seres humanos en movimiento o tomas microscópicas. Con esto, la televisión ha tenido limitantes, aunque se mejore la recepción, aumente el tamaño de pantalla o se ayude con el color, su calidad ha sido menor que la del cine. Esta característica tecnológica aparece como una primera mediación, por ello los productores de televisión eligen aquellas escenas donde la falta de definición no afecte la calidad de imagen.

En cuanto a su público, la televisión no cuenta, a diferencia del teatro, con una interacción inmediata y "viva" que le permita capitalizar las reacciones y participaciones del público dentro del ambiente de la escenificación; ante esta desventaja, la televisión ha

optado por estrategias que le permitan salvarla con diferentes resultados. Así, por ejemplo, los programas cómicos se presentan ante públicos a los que se les indica cuando reírse o aplaudir o, incluso, se usan risas grabadas para dar la idea de que existe un público que se está divirtiendo. Otra forma que ha utilizado la televisión para este propósito es la comunicación por medio de cartas así como las llamadas telefónicas en programas en "vivo".

Las condiciones de recepción de la televisión son distintas a las del cine ya que éste exige, por lo regular un traslado, supone una elección previa y opcional del espectador. Es necesario hacer una distinción entre los términos televisión y video, pues si bien es cierto que en ocasiones estas tecnologías coexisten, lo es también que son en realidad dos cosas diferentes, lo cual es necesario tener presente en los análisis de mensajes televisivos. Así, técnicamente televisión es "... la transmisión sincrónica de sonidos e imágenes y su repetición simultánea"²³ mientras que video es "la manipulación y/o registro y/o reproducción de sonidos e imágenes por procedimientos magnéticos de forma sincrónica y simultánea"²⁴. De ésta manera tenemos, por ejemplo que la transmisión televisiva de un partido de fútbol, con sus correspondientes repeticiones intercaladas sobre el tiempo real, es una utilización tecnológica del video en la televisión, pues implica el registro y la reproducción magnética sincrónica.

²³ Bonet Eugeni et. al. En Torno al Video. Ediciones G. GILI, S. A. Barcelona 1980 Pág. 13

²⁴ *Ibid.*

CAPITULO II
MARCO METODOLÓGICO Y CONTEXTUAL

LA ETNOGRAFÍA COMO INSTRUMENTO PARA EL ANÁLISIS DE LAS INTERACCIONES ENTRE MENSAJE TELEVISIVO Y ELEMENTOS ESCOLARES

Se debe entender que la etnografía es una metodología de investigación que se encuentra totalmente opuesta a la concepción positivista, se entiende por etnografía en educación a una forma particular de hacer investigación cuyo objetivo es la construcción de conocimientos nuevos, de conceptos teóricos que expliquen de una manera cualitativa los fenómenos que ocurren en el interior del aula, igualmente se trata de entender los procesos educativos en un contexto particular que se encuentra condicionado por la historia social de los que intervienen; maestros, padres de familia, autoridades y desde luego los propios alumnos.

La forma de exponer los resultados en este tipo de investigaciones es la descriptiva, se debe de aclarar que la descripción no es la repetición de la realidad, la descripción etnográfica se propone ante todo construir la realidad desde el punto de vista del investigador, la interpretación de los hechos y características sociales es lo que caracteriza de manera esencial a la etnografía.

Una de las características metodológicas de la etnografía es que no se parte de conceptos establecidos de una manera fija, sino que en este tipo de investigación, los conceptos y las interpretaciones se reelaboran y reconstruyen a lo largo de la realización del trabajo a través de sucesivas interpretaciones que surgen de nuevos datos o de nuevas lecturas de carácter teórico.

La etnografía, es una manera de aproximarse a la vida cotidiana de las escuelas, con la intención de analizar y reconstruir los elementos que intervienen en la educación. Los procesos que se pueden investigar en esta perspectiva son, los institucionales, los curriculares, los psico-pedagógicos, los didácticos y los socioculturales, el eje central a partir del cual se realizan las interpretaciones, es la interacción social, entendiendo a esta como la manera o

maneras particulares en la que las personas que intervienen en un proceso determinado se relacionan entre sí. También se analiza la interacción entre televidentes y televisión.

RECOPILACIÓN DE DATOS

Considerando lo anteriormente expuesto, se describe de manera general la manera en que los datos fueron recabados, señalando las características generales de cada uno de los diferentes momentos de la investigación y de cada uno de los instrumentos utilizados.

El primer paso para la realización de una investigación de tipo etnográfico, en lo que se considera ya el trabajo de campo es el problema del acceso al medio que se pretende conocer. El acceso al grupo de investigación no es simplemente meterse a la escuela o al grupo escolar en cuestión, se puede considerar que un maestro siempre esta dentro del grupo, pero está como maestro, cuando se pretende investigar, el docente tiene que aprender las formas específicas en las que se relacionan los grupos sociales existentes en el interior de la misma; una de las principales dificultades por las que se atraviesa es el conocimiento de la cultura informal que los alumnos y padres de familia utilizan en sus relaciones cotidianas, ciertamente la diaria convivencia entre maestros y alumnos facilita las cosas²⁵, esto implica que de entrada tiene que conocer por lo menos algunas de las costumbres, los valores y el lenguaje que utilizan de manera normal los sujetos a investigar.

En el caso de esta investigación, fue de gran ayuda la relación previa entre el investigador y el grupo social investigado, que no solamente se limitó a los alumnos, sino que abarcó a padres de familia y maestros de la comunidad. Esta relación previa permitió inclusive el involucramiento, principalmente de alumnos, en el desarrollo de la investigación, por ejemplo al tomar datos directamente del lugar de los hechos sin la presencia del investigador.

²⁵Wood, Peter. La escuela por dentro. La etnografía en la investigación educativa. Paidós. España 1998 p. 40

El método más importante en la etnografía es la observación participante, que en la práctica tiende a ser un modo de investigar en el que se mezclan diversos instrumentos. A diferencia de otras formas de investigar, como podrían ser los cuestionarios o las encuestas, la observación participante adquiere características de intuición,²⁶ la práctica ayuda al investigador a establecer sus propias particularidades en la misma, a encontrar lo que le podría ser útil y a desechar lo que no representa ayuda alguna.

Las técnicas de observación requieren de condiciones mínimas, aunque cada una de ellas adquiere formas que cada investigador le imprime, es necesario relacionarse perfectamente con los miembros del grupo y ocasionar la menor interferencia posible, la aparición misma y el lugar que se ocupa debe ser el menos notorio, de preferencia un rincón en el fondo del salón. Los principales requisitos de la observación son desde luego el desarrollo de una visión especial que permita detectar los fenómenos importantes, un oído entrenado para escuchar lo más posible, y una buena memoria. En la presente investigación se utilizaron como auxiliares las grabaciones y la realización de diagramas, (ver anexo), el registro magnetofónico es el recurso más extendido en el uso de las investigaciones etnográficas, en su transcripción se adopta la notación utilizada en los diálogos teatrales.

Mapa topológico. (Ver anexo I) Este instrumento consiste en la designación gráfica de un espacio físico. Por medio de él se recabaron datos como la visualización de los muebles dentro de la vivienda, lo cual es importante pues

“... los muebles y los objetos tienen como función primordial personificar las relaciones humanas, poblar el espacio que comparten sus miembros(...) el hogar hay que entenderlo como un espacio en el que personas y objetos están ligados y estos últimos cobran sentido y valor afectivo para quienes lo habitan”²⁷

²⁶ibíd. p. 50

²⁷ Sánchez Rosalva. Formas de organización y relaciones familiares en Manizales. Citado por Guadarrama Rico L. Alfonso. En dinámica familiar y televisión UAEM Toluca México 1998 Pág. 61

Además de lo anterior, se obtuvieron datos como: el nombre del programa, la hora en que se vio, el canal televisivo, la fecha en que se levantó el dato, el número de personas que vieron el programa, su sexo, su edad aproximada y los desplazamientos e intercambio de diálogos; en estos últimos no se registra el dialogo en sí, lo que se denota es sólo si hubo dicho intercambio. De este tipo de instrumento se tomaron 35 muestras de las que se extrajeron interpretaciones que aparecen a lo largo del trabajo. Con este instrumento también se recopiló información que no corresponde necesariamente a datos de los alumnos, pues también se están considerando datos de sus familiares o de las personas que en ese momento estaban presentes viendo la televisión, lo cual es importante por el contexto en que el alumno realiza el acto de ver la televisión.

El sociograma topológico es un instrumento de investigación que centra su atención en el registro de las interrelaciones que suceden entre los diversos actores de la clase, registra principalmente el movimiento que se realizan en un determinado espacio al interior de la clase o del hogar las observaciones se pueden reducir a un tiempo limitado, por lo regular de quince minutos. Para facilitar el registro se utilizan abreviaturas o notaciones especiales que facilitan la lectura posterior.

Cuestionarios de respuesta cerrada: (ver anexo II) este instrumento cuantitativo permitió la recopilación y graficación de algunos elementos importantes en la investigación, por medio de él se llegó a conclusiones claves que guiaron la conducción del trabajo. Se aplicaron 73 cuestionarios con ocho preguntas de este tipo, exclusivamente a los estudiantes que comprendieron la muestra de la investigación.

Observaciones y pláticas informales. Estas se realizaron a lo largo de toda la investigación, en algunos casos se efectuaron registros de ellas como la grabación en cinta magnetofónica y las notas sobre hechos trascendentales, cuya transcripción seleccionada aparece en varias partes del trabajo.

Entrevista en profundidad. Para obtener ésta y algunas otras informaciones en las que se dificultaba la obtención directa de los datos se obtuvo auxilio de lo que se conoce como entrevista en profundidad a informantes clave. Este tipo de entrevistas está dirigido

“Al aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente. En este tipo de entrevistas nuestros interlocutores son informantes en el más verdadero sentido de la palabra. Actúan como informadores del investigador, son sus propios ojos y oídos en el campo. En tanto informantes su rol no consiste simplemente en revelar sus propios modos de ver, sino que deben describir lo que sucede y el modo en que otras personas lo perciben.”²⁸

La selección de estos informantes se dio en dos niveles de acuerdo a criterios del investigador. En primer lugar se realizó una selección (entre estudiantes y personas de la comunidad) a los cuales se les dieron lineamientos mínimos que les permitieran registrar los datos solicitados, de acuerdo con los intereses que guiaron la aplicación de este instrumento. Al término de un primer registro se realizó una nueva selección de entre los mismos participantes a los cuales se les solicitaron descripciones detalladas de algunos otros temas que no fueron registrados en el mapa, como por ejemplo: de que hablaban los televidentes mientras observan la Tv., la forma en que se obtuvo el televisor, como se marcaba los horarios para ver la Tv. y en general las rutinas familiares y sus opiniones sobre la Tv.

Entrevistas. Aunque se puede considerar que la observación es la herramienta por excelencia de la investigación etnográfica, las entrevistas son el medio por el cual el investigador puede descubrir las diferentes posiciones que las personas involucradas tienen respecto a un evento determinado. Las entrevistas permiten la confirmación de los datos obtenidos a través de otros instrumentos, por lo que se recomienda su utilización conjunta.

²⁸ Taylor, s y r, Bogdan. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. México. Paidós

Las principales características que son necesarias a todo entrevistador etnográfico son: La confianza, la naturalidad, la curiosidad. Es indispensable establecer un sentimiento de confianza con el entrevistado, una buena entrevista lleva implícita la capacidad del entrevistador para poder acceder a lo que en muchas ocasiones considera como algo íntimo por arte de los entrevistados. La curiosidad por conocer las opiniones de los entrevistados, es clave para lograr la obtención de datos, es posible que no sea suficiente una primera entrevista porque no se ha ganado la suficiente confianza, y las informaciones proporcionadas solo sean para salir del paso, en este caso es importante la experiencia del entrevistador para poder detectar si es posible sacar mayor provecho de cada una de las personas entrevistadas.

La entrevista etnográfica requiere de la espontaneidad, procura no interferir con las repuestas que el informante proporciona, en consecuencia las entrevistas no son estructuradas²⁹, no en el sentido tradicional que se conoce en cuanto a la elaboración de un guión de entrevista que el entrevistador aplica de una manera metódica y sistemática, esto no quiere decir que el investigador no sepa lo que quiere conocer o preguntar, es necesario un esquema, que por lo regular se maneja de manera mental, es el informante quien proporciona la estructura de la entrevista, es el quien da pie para la realización de la siguiente pregunta, el investigador desarrolla mentalmente su esquema trazado previamente, pero también debe estar atento a los nuevos enfoques, que sobre el mismo tema proporcione el entrevistado y en consecuencia cuestionar sobre ello.

Entrevista abierta. Estas se efectuaron con tres tipos de sujetos: maestros (ver anexo III), alumnos y padres de familia, las cuales se registraron en audiocasette y se realizó la transcripción completa en algunos casos y en otros sólo fragmentos que se consideraron pertinentes. En estas entrevistas se partió de una idea general (opinión del entrevistado sobre la televisión) y el curso de la misma lo marcaba el entrevistado, con la sola restricción de mantener el tema central.

²⁹Wood, Peter. La escuela por dentro. La etnografía en la investigación educativa. Paidós. España 1998 p. 77 - 80

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS.

Para el análisis y la exposición de los datos obtenidos en las investigaciones etnográficas, al mismo tiempo que se toman notas de observación o se realiza una entrevista, existe un proceso de reflexión, la que a su vez forma la base para las indagaciones siguientes. Este juego entre la aplicación de las técnicas de investigación y temas a investigar, se aplica a lo largo de todo el procedimiento. Todo esto nos da como resultado cinco momentos importantes en el análisis de los resultados:

1.- Análisis tentativo.

Es el primer análisis que realiza el investigador a partir de los primeros datos que obtiene en el campo, en muchos casos el investigador realiza anotaciones, que no son propiamente parte de los fenómenos observados, sino que son reflexiones sobre lo que el investigador se plantea como una primera tentativa de explicación. Esta particularidad de la metodología etnográfica permite la conservación de juicios y de datos, las notas al margen del registro de datos auxilian al investigador en la descripción posterior de ambientes en los que realizó, ayudan igualmente a la formación de recordatorios de acciones posteriores. El análisis tentativo, puede parecer una serie de anotaciones en desorden, pues su objetivo es sugerir hipótesis o posibles conexiones con otros datos o con la literatura conocida por el que investiga, de esta manera no se pueden considerar resultados finales y acabados.

2.- Clasificación y categorización.

Llega el momento en que la cantidad de datos obtenidos por las distintas técnicas aplicadas; transcripciones, documentos, entrevistas, mapas, etc., necesitan ser ordenadas bajo algún criterio, el objetivo es dar al material un ordenamiento que permita descubrir conceptos. El primer paso es la identificación de categorías, se pueden elaborar a partir de diferentes criterios como por ejemplo la opinión sobre cierto problema, a ciertas actividades o acontecimientos, a las formas de relación entre las personas, situaciones y contextos o formas

de comportamiento en diferentes condiciones o eventos. Como segundo paso se hace necesario comprobar si todos los datos recopilados encajan en las categorías establecidas, en este paso es preciso que cada uno de los datos se identifique entre sí como pertenecientes a la categoría en la que se está clasificando.

En el caso particular de esta investigación, se procedió a obtener las categorías a partir de elementos que los entrevistados fueron mencionando con mayor frecuencia. Para determinar cuáles se consideraban de mayor importancia, se utilizó un cuadro de doble entrada; en la parte superior de las columnas se fue anotando el nombre de la categoría y al inicio de cada renglón se escribió el fragmento de la entrevista que contenía la categoría en cuestión; de esta forma se encontró que las categorías que predominaron fueron las de “la mujer”, “el héroe”, “el sexo”, y “la violencia”

3.- Formación de conceptos.

Otro aspecto del análisis etnográfico, que se deriva del paso enumerado anteriormente, es la formulación de conceptos, éstos en ocasiones adoptan la forma de concepciones existentes en la formación misma de investigador o bien son formulados a partir de diversos fragmentos de información que aparecen en los datos obtenidos. Para llegar a la formulación de conceptos es necesario tomar en consideración los dos aspectos siguientes:

a.- "Los datos, mediante su organización en grupos haciendo todos los esfuerzos posibles para explicarlos de alguna manera.

b.- La literatura, que, se encuentra esparcida a lo largo de los años, sobre todo en revistas sociológicas y psicológicas."³⁰

En este paso del análisis de los datos obtenidos, es donde mayor relevancia adquieren las investigaciones realizadas con anterioridad. El investigador tiene que realizar diversas lecturas con el fin de tener una visión amplia de los diversos enfoques con los que se a

³⁰Ibid. p. 145

investigado el asunto que se esté tratando. Así es necesario la interrelación entre los datos obtenidos y las diversas investigaciones que se han hecho al respecto.

4.- Establecimiento de modelos.

Un modelo es la representación de algún fenómeno o cosa, que en menor escala o con una simplificación mayor o menor, contiene las partes constitutivas y sus relaciones esenciales. La utilidad de los modelos en la investigación etnográfica consiste en hacer entendible la realidad compleja, presentando los componentes esenciales de un fenómeno haciéndolo susceptible de captar por los lectores.

5.- Tipologías.

Semejante a los modelos, la función de las tipologías es la de mejorar y facilitar el entendimiento de las múltiples relaciones que ocurren en un fenómeno determinado, las tipologías proporcionan una base de comparación y de construcción teórica, las tipologías son ante todo formas de descripción, su propósito primordial es la de contribuir al esfuerzo de investigación para explicar por qué las cosas son como son. Dentro de la elaboración de las tipologías intervienen la totalidad de los datos obtenidos por medio de las diferentes técnicas de investigación, así para la elaboración de una tipología se consideran los datos obtenidos a través de las entrevistas, de las observaciones o del diario de campo.

El presente trabajo está construido a partir de observaciones, entrevistas, prácticas escolares y en general del análisis de la realidad que se vive en cuanto al consumo cultural televisivo de los alumnos. Estos elementos se tomaron de la comunidad de Cerro del Venado, en el municipio de Tejupilco, en la parte sur del Estado de México, principalmente de los alumnos de 4º, 5º Y 6º de primaria; 1º, 2º y 3º de telesecundaria; también se tomaron entrevistas y cuestionarios de padres de familia de la comunidad; de la misma manera se consideraron entrevistas a algunos maestros. Esta comunidad es rural, su sistema económico está basado en la agricultura y la ganadería en pequeña escala; un complemento de esta economía lo constituye el dinero que llega de Estados Unidos de Norteamérica, a

través de las personas que emigran en busca de trabajo. Esta emigración se da en gran medida, pues de acuerdo con información proporcionada por el delegado municipal, se considera que aproximadamente la mitad de la población (principalmente joven) masculina y la tercera parte de la femenina recurre a esta opción.

En concordancia con lo anterior, son muy pocos los individuos que continúan sus estudios más allá de la secundaria. Se cuenta con un servicio educativo que comprende el preescolar, la primaria y la secundaria en la modalidad de telesecundaria. En los tres niveles existe la constante de matrículas pequeñas.

El tiempo y la intensidad que utilizan los estudiantes de la muestra en realizar comentarios sobre la programación televisiva, permite inferir que ésta constituye un fuerte elemento cultural capaz de desplazar a los contenidos escolares aún dentro del aula y en pleno desarrollo de las actividades curriculares. En no pocas ocasiones el docente ve la necesidad de realizar llamadas de atención sobre los alumnos para que abandonen el tema de la televisión y poder continuar con la clase. En un registro que se realizó dentro del salón (diario de campo) se dejó platicar libremente a los alumnos el tiempo que desearan, plática que inevitablemente derivó de inmediato sobre el tema de la televisión, con el resultado de que consumieron 3 horas (un grupo de diez alumnos de primer grado de secundaria) para que se pudiera dar por agotado el tema de la programación televisiva. Y en general, basta con que el alumno tenga la menor oportunidad para iniciar con un diálogo con el tema de su programa favorito. Esto no deja de llamar la atención sobre todo si se considera que cuando el alumno tiene que realizar actividades académicas es frecuente no encontrar en éstas la misma capacidad de expresión y conocimiento enunciados cuando de mensajes televisivos se trata.

Los juicios, conjeturas y conclusiones que se exponen durante el trabajo se derivan de una interpretación de los datos arrojados de la investigación documental y de campo, sobre la forma en que los sujetos interiorizan un programa de Tv., y cómo se puede construir una educación para ver televisión. Los datos, en cuanto a la investigación de

campo se recabaron mediante las técnicas de entrevista libre, cuestionarios de respuesta cerrada, levantamiento de mapas topológicos, observaciones, pláticas informales y diario de campo.

Como resultado de diversas entrevistas realizadas podemos observar que los distintos espacios educativos existentes en la sociedad adoptan distintas posiciones frente al fenómeno en cuestión.

En cuanto a la familia, principalmente el padre y/o la madre ejercen una mediación televisiva con el niño de manera implícita en las actividades e integraciones de la vida diaria, es decir, no existe un discurso en el que aparezcan de manera clara razones fundamentadas para, por ejemplo, ver o no un programa televisivo; las razones para hacerlo son los juicios que el adulto adopta ante el programa, lo que piense de un programa específico y lo que considere lo que debe ser la educación de su hijo, sin que necesariamente se lo explicita. Estos juicios y decisiones varían de familia a familia, dependiendo de diversos factores como nivel económico, geográfico y escolar. Por ejemplo, un padre de familia de la comunidad rural considerada en este trabajo, que no tiene televisión en su casa, pero sus hijos acceden a ella por medio de sus vecinos, piensa que la televisión le ayuda a "despertar" a sus hijos pues puede ver cosas que de otro modo jamás verían, para este padre de familia, la televisión es una opción altamente educativa para su hijo

— Bueno, nosotros no tenemos tele, pero mis hijos van a verla a casa de su tía, porque ellos tienen parabólica y ahí van a ver las telenovelas y luego, no crea, salen cosas que son bien ciertas. Les gusta mucho ver la de "tres veces Sofia "

O bien en muchas ocasiones la televisión es considerada como la opción más barata de diversión, ya que la ubicación de las comunidades rurales implica el aislamiento geográfico y por ende se disminuyen las posibilidades de encontrar otras opciones de

esparcimiento. Al mismo tiempo, diversas concepciones acerca de la forma de divertirse relacionada con la edad de las personas condiciona su acceso o no a ellas.

_ Bueno, [considero que el tiempo dedicado a la televisión]... en el lugar donde habitamos es, pues positivo; porque no hay distracciones, no estamos en una ciudad que tenga todo tipo de diversiones. Entonces la gente, la mayoría que vivimos aquí en ésta comunidad es pues nuestra única diversión [la televisión]. Ya que para divertirnos tenemos que desplazarnos, y esto indica, muchas situaciones. Por ejemplo, en un baile, gente ya de mi edad -a mí me encanta el baile, me fascina- pues ya no es bien visto aquí por decir algo. Entonces ya no le queda a uno otra opción más que esparcimiento, más que la Tv. No hay otra cosa.

Por otro lado una madre de familia de la comunidad manifestó estar muy preocupada por el demasiado tiempo que sus hijos le dedican a la televisión, pues la mayoría de los programas tienen mucha violencia y sexo. Por lo que esta madre no considera educativa a la televisión.

Bueno, casi por lo regular, en general, los programas que salen en el canal cinco que es de caricaturas, casi el 50% o el 60% son los programas nocivos para los niños, porque son caricaturas, pero todos son encaminados a la violencia, encaminadas a las armas, encaminadas a la destrucción y entonces, como los niños tienen la mente muy receptiva todo se les graba; incluso, ellos, yo veo como están brincando en la cama los dos. Él tiene dos años y medio y el otro tiene cuatro años y medio y ya están practicando karate.

El tratamiento de los mensajes televisivos en la escuela es visto desde varios puntos, aquí se consideran sólo los extremos, sin embargo, bien pudiera establecerse otra clasificación en la que aparecieran más de dos categorías.

A. Algunos maestros consideran que el tema de la televisión no tiene nada que hacer en la escuela, además de que ésta representa un factor que anula los logros que con esfuerzos se obtienen en la escuela.

...no pues de plano como le voy a hacer, por que mira yo trabajo con Español, Matemáticas, Naturales, Geografía, Historia y Educación Cívica, aparte las actividades de Educación Física y Artística, y pues nomás no... ni modo de dejar de enseñar matemáticas para enseñarles como ver la televisión, pues ellos ya saben bien y en la escuela pues nomás no se puede...

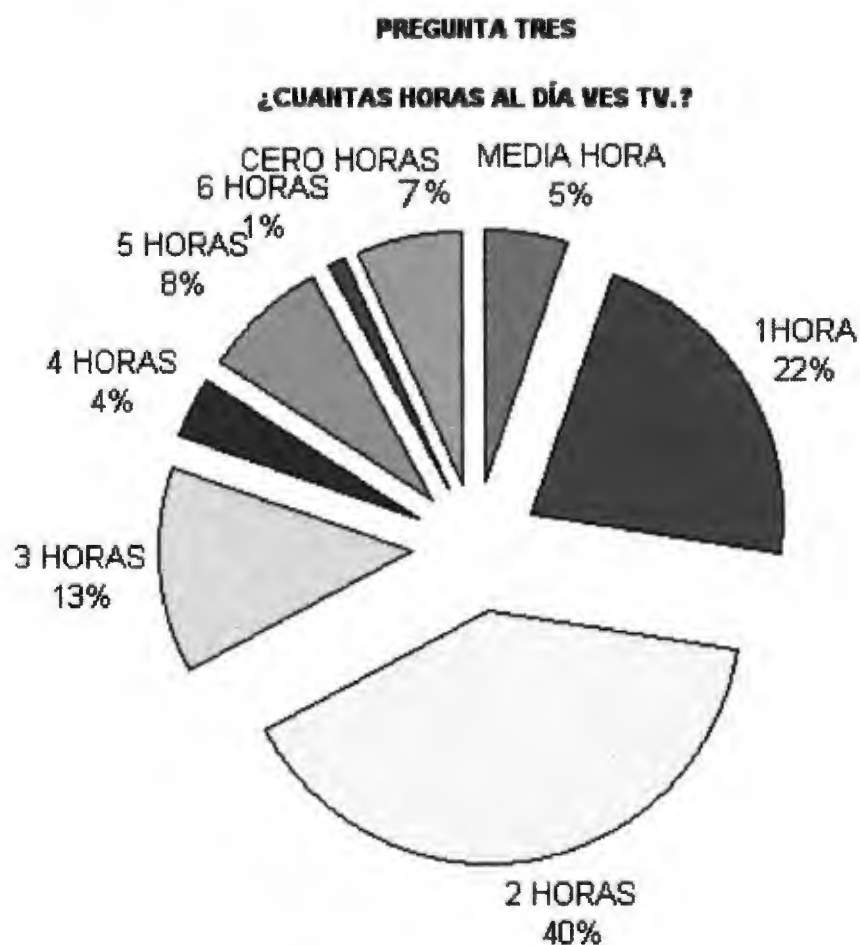
B. Por otro lado se encuentran los maestros que consideran que los mensajes televisivos, deben ser contenido de análisis dentro del aula escolar.

...yo siempre he dicho que las telenovelas, las caricaturas, los noticieros o los partidos de fútbol se pueden usar para facilitar el trabajo de los alumnos, por ejemplo si estamos viendo construcción de enunciados, pues el alumno puede recurrir a los acontecimientos que vio el día de ayer en la televisión... pero no sólo quedarse en eso... , el maestro puede y tiene que ampliar esa experiencia, por ejemplo les puede preguntar porque escribió eso, si le gusta mucho el programa del que escribió y sobre todo preguntarle que piensa ¿no?. Definitivamente, yo pienso que la televisión nos puede ayudar a desempeñar nuestro trabajo, pero también es difícil, porque.. por ejemplo, si yo me traigo la tele para ver el Dragón Boll Z... pues lo más seguro es que mi "dire" me llama la atención,... por eso digo ¿no?... pues también es difícil...

En estos fragmentos de entrevistas también se puede identificar claramente que existe una limitante institucional para el tratamiento de los mensajes televisivos en la escuela; por un lado están los planes y programas y libros de texto sobre los que existe la tendencia de tomarlos al pie de la letra y en ellos no existe el tema; cuando más la televisión es mencionada como fuente de información y por otro lado están las autoridades

educativas que en muchas ocasiones no permiten algo que desde su punto de vista sea diferente a lo marcado en los planes

De acuerdo con las encuestas levantadas los niños y niñas contempladas en la investigación, emplean una gran cantidad de horas (ver gráfica de la pregunta tres) en ver la televisión y si a esto se le añade lo afirmado líneas arriba (la interacción televisiva no sólo se efectúa en el tiempo efectivo) se puede afirmar que los mensajes televisivos forman una parte importante de la interacción que el individuo mantiene con el mundo exterior y necesariamente en esa interacción el sujeto construye, entre otras cosas, sus valores, conocimientos, juicios y actitudes.



Los alumnos de la muestra emplean una gran cantidad de tiempo en ver la Tv. En promedio 3.3 horas al día, lo

cual puede variar, si se considera que los días sábados y domingos, así como los periodos vacacionales pueden influir para que este tiempo aumente. Aún suponiendo que permaneciera este promedio durante todo el año, el tiempo efectivo que el alumno emplea para ver televisión es mayor que el que emplea en estar en la escuela. Durante el año acumularía 1204 horas en ver televisión, 1000 horas de escuela en el caso de primaria y 1200 horas en el caso de la telesecundaria. Esto puede ser más drástico si se considera lo afirmado páginas atrás: la interacción del niño con la televisión no se reduce al tiempo efectivo que esta frente al aparato; si no que dicha interacción se da antes durante y después de dicho momento.

A diferencia de otras fuentes culturales, los mensajes televisivos no necesitan por parte del televidente, de un complicado esquema previo que le permita acceder a los códigos expuestos en ellos; pues

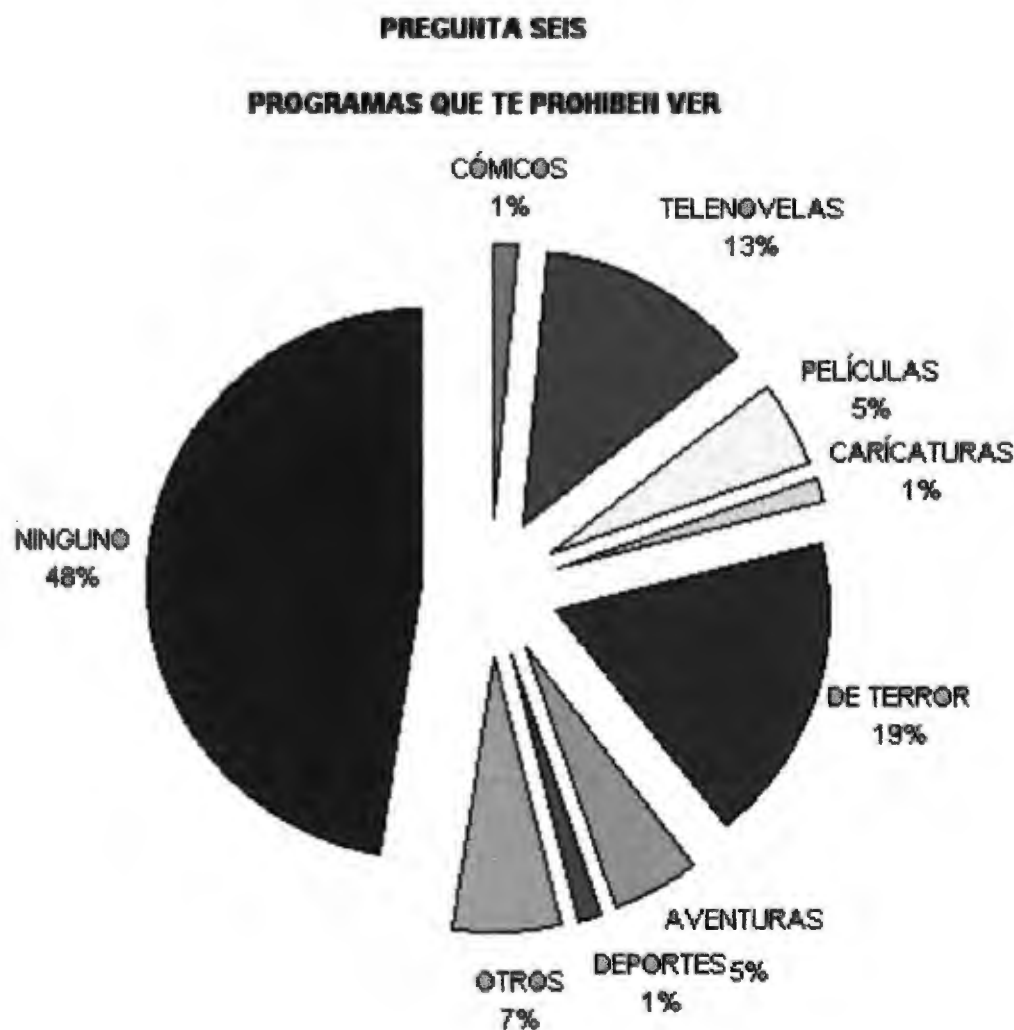
“no están hechos para que los analicemos, si no para que nos gusten, (ver gráfica de la pregunta ocho) los recordemos y compremos lo que nos anuncian... [están hechos para] llegar a los sentidos y a los sentimientos. Nos educan desde allí, a diferencia de la escuela, que pretende educarnos básicamente desde la razón”³¹

³¹ Básica. Revista de la Escuela y del Maestro Lo invisible de los medios electrónicos Publicación bimestral. Año IV Noviembre-Diciembre de 1997. Número 20 Pág. 15

PREGUNTA OCHO**¿PORQUÉ VES TV.?**

El que la mayoría de los alumnos escogiera la respuesta de "me gusta" no es casual, pues como se mencionó en varias ocasiones, los mensajes televisivos están hechos especialmente para gustar. Pero también es interesante ver que la respuesta que estuvo en segundo lugar fue "para aprender". Seguramente esto va en el sentido que algunos alumnos manifestaron cuando afirman que de la televisión se pueden aprender cosas para la vida.

Otro aspecto que relevante es sobre la restricción que los padres de familia imponen a sus hijos para la selección de los programas que ven.

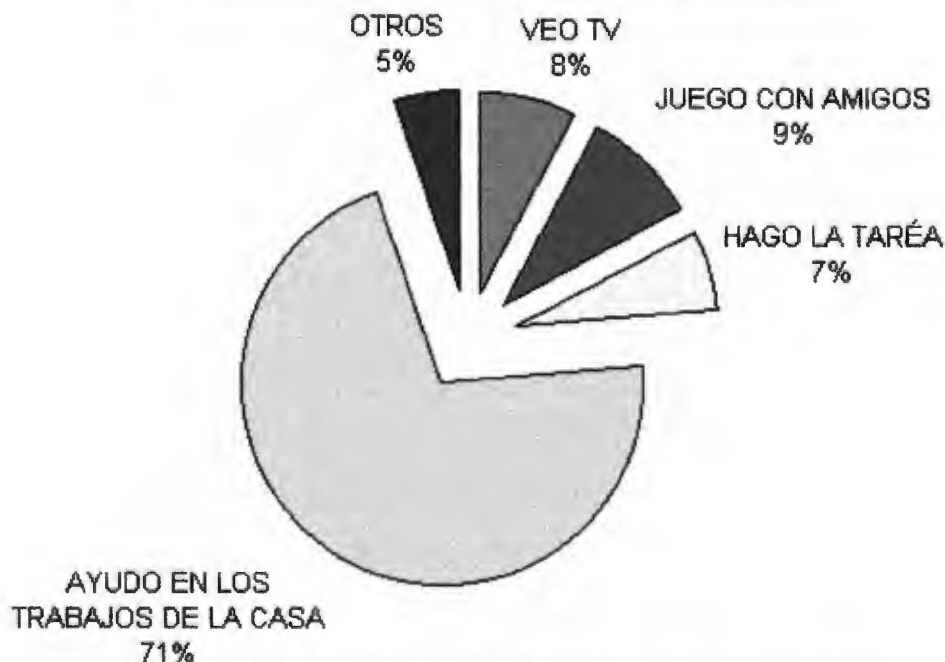


Generalmente se tiene la idea de que la mayoría de los programas televisivos tienen aspectos negativos que pudieran afectar en varios aspectos al niño televidente, y en consecuencia los padres tendrían que realizar un control estricto en ese sentido. Sin embargo, en el estudio realizado, se constató que en cerca de la mitad de los casos los padres no realizan ninguna restricción sobre el tipo de programas que sus hijos ven.

Una idea generalizada acerca del proceso que se da entre la televisión y el televidente, es que dicho proceso se reduce a la recepción, es decir, al tiempo que corresponde el estar frente a la Tv. Existen varios autores como Daniel Prieto y Mercedes Charles, que afirman que no es una "recepción" la que se da entre televisión y televidente, si no que se da una interacción en la que intervienen múltiples elementos y mediaciones tanto del propio sujeto, como de su entorno social, por ejemplo, las nociones que se tengan acerca de lo que se ve, las formas de uso de lenguaje, la pertenencia a una clase social determinada, en fin toda la cultura del televidente. La relación entre Tv. y televidente no se reduce al tiempo de percepción; el horario televisivo, por ejemplo, marca en muchos hogares el ritmo de actividades, condiciona lo que se hace primero o después, e incluso, la televisión da lugar a demostraciones de poder y negociaciones entre los diferentes miembros de la familia a lo largo del día sin importar si la televisión este encendida o no.

PREGUNTA SIETE

¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES HACES DESPUES DE LA ESCUELA?



Seguramente por el carácter de rural y las condiciones precarias de la comunidad, el ayudar a los padres en las tareas del hogar es de suma importancia. Pero también se puede inferir de esta gráfica que las actividades recreativas (jugar y ver televisión) pudieran estar condicionadas a que

primero se realice el trabajo en el hogar y posteriormente jugar o ver televisión, con lo que la televisión estaría condicionando la distribución del horario en el hogar.

Una opinión generalizada es que la televisión sólo divierte y entretiene, pero la relación televidente-televisión va más allá de esto. La televisión es un instrumento educativo eficiente, pues con sus mensajes se forjan valores y actitudes en el televidente. Un noticiero, una telenovela, una caricatura o un comercial están contribuyendo en la formación del individuo; sus opiniones, forma de vestir y actitudes pueden depender del contenido de los mensajes.

Así, por ejemplo, el éxito de la aceptación, por parte del ciudadano, de una nueva moneda puede depender en gran medida de “si lo dijeron en la tele” ; el lenguaje que adoptan los niños o adultos televidentes está fuertemente influido por la televisión, un ejemplo claro es el lenguaje que utilizan los comentaristas de deportes y caso especial el de Enrique Bermúdez que constituye una verdadera amenaza para la lengua española con sus palabras distorsionadas y que en ocasiones el televidente las integra en su vocabulario. Las recientes encuestas telefónicas sobre temas controvertidos y los programas del tipo de “Cristina” o “Cosas de la Vida” que son considerados en sentido estricto por los mismos televidentes como fuente de aprendizaje.

Y así se pudiera seguir mencionando ejemplos donde la televisión está educando, pero la cuestión es hacia dónde apunta dicha educación. Esta educación, en proporción importante no va dirigida hacia conocimientos razonados, científicos o éticos

“Parte de lo oculto de muchos mensajes de los medios, es que nos llegan a los sentidos más que a la razón. Nos educan desde allí, a diferencia de la escuela que pretende educarnos básicamente desde la razón”³²

³² Ibid. Pág. 15

Por otro lado se considera necesario que el individuo cuente con una serie de elementos que le permitan interactuar con los mensajes televisivos de una manera racional; pues si bien es cierto que dichos mensajes no son los que tienen todo el poder pues prácticamente ya nadie acepta la teoría que afirmaba que los mensajes se traspasan tal cual al receptor, esto no nos conduce a afirmar que el poder se traslada automáticamente al receptor. No debemos perder de vista que los mensajes conllevan una intención, una carga ideológica que representa los intereses del grupo emisor, por lo cual la reinterpretación de los mensajes estará condicionada por un lado, precisamente por el contenido, la intención y la ideología implícita o explícita en el mensaje, y por otro lado la estructura cultural con la que cuente el televidente. Esta estructura es la que la educación para ver televisión debe fortalecer o construir para que el alumno televidente pueda realizar la resignificación de los mensajes y lograr un equilibrio adecuado con respecto al contenido del mensaje.

Por lo tanto, se puede decir que es indispensable una educación para ver televisión y que en ésta la escuela debe intervenir por que entre otras cosas:

- ❖ Una educación integral debe incluir lo que nos permita abordar los mensajes televisivos, pues forman parte importante en la formación de los individuos.
- ❖ No es necesario “traer la televisión a la escuela, la televisión “ya esta” en la escuela
- ❖ De los mensajes televisivos dependen muchas decisiones que el alumno-televidente toma.

¿Cómo abordar en la escuela la educación para ver televisión?

Es indudable que esta no sólo debe tomar en cuenta a los alumnos; es importante que también abarque al profesor, pues en las entrevistas realizadas se deja traslucir que en el mejor de los casos, también el docente carece de los elementos para iniciar en los alumnos dicha educación, o en caso extremo el docente no ve en los mensajes de televisión materia de análisis dentro de la escuela.

El integrar en el aula una educación para ver televisión por ahora dependerá del convencimiento del propio profesor, por lo tanto deberá de involucrar los contenidos del medio televisivo como parte de una formación integral del educando.

Esta educación para ver televisión

*“Tiene que ver sobre todo con tres grandes aspectos: a) la desmitificación de los programas y de sus productores... b) la identificación y explicitación de ideas, mensajes y valores derivados de los medios,... c) la mayor utilización de la información y las imágenes que manejan los medios, como punto de referencia para contrastar, analizar, evaluar y criticar tanto los contenidos escolares como los contenidos de los medios”.*³³

Adicionalmente se puede agregar un cuarto aspecto acerca de las posibilidades educativas de la televisión y estaría referido a la eventualidad del aprendizaje del goce estético, es decir, a través de la televisión y debido a sus características técnicas particulares existe la opción del acercamiento de todas las artes hacia el televidente.

El docente no debe dejar pasar por alto que el teatro, el cine, la fotografía, la danza, la arquitectura y en general todas las artes en sus distintas formas de expresión estarían más al alcance del público en general y del educando en particular, aunque es necesario anotar que este acercamiento a las artes estaría mediado por las formas particulares del medio televisivo.

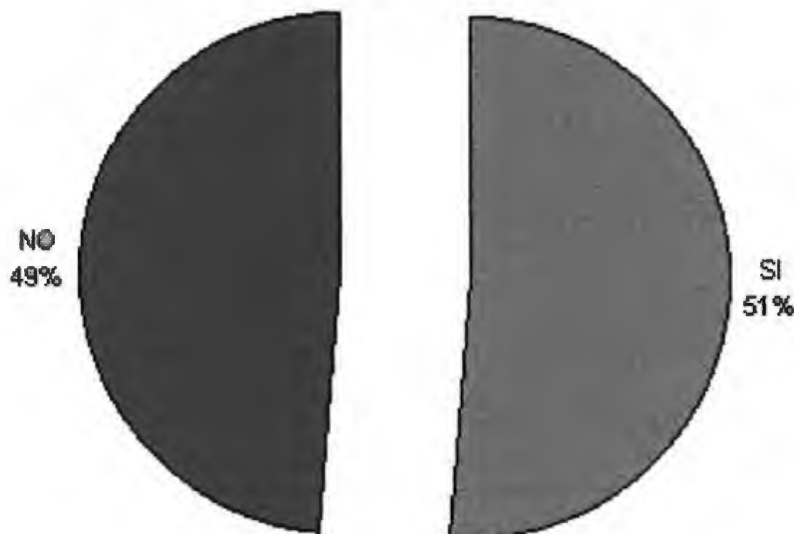
Tenemos así, pues, que el alumno televidente está inmerso en una realidad en la que el consumo de mensajes televisivos es amplio, y que despierta una serie de posiciones que no siempre concurren en un mismo punto, inclusive dentro de la misma escuela se manifiestan posiciones encontradas al respecto.

³³ *Ibíd.* Pág. 5

Es importante tomar en cuenta que en el medio rural el ver televisión no es una actividad que se realiza del mismo modo que en zonas urbanas, pues en éstas, según reportes de estudios en estas áreas, los individuos, en su mayoría observan la televisión individualmente a diferencia que en el medio rural donde el ver televisión se hace de manera comunitaria; esto, seguramente, tiene que ver con el bajo número de televisiones por hogar; en el estudio se encontró que aproximadamente la mitad de los hogares carece de este aparato. (ver graficas)

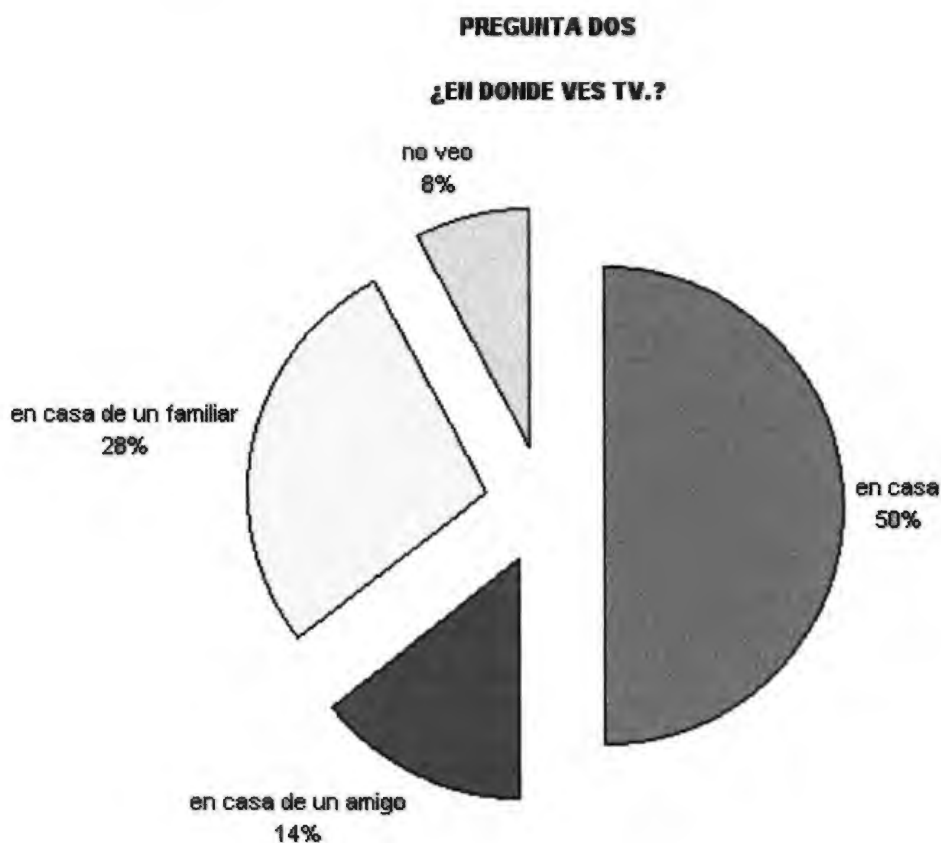
PREGUNTA UNO.

¿TIENES TV EN TU CASA?

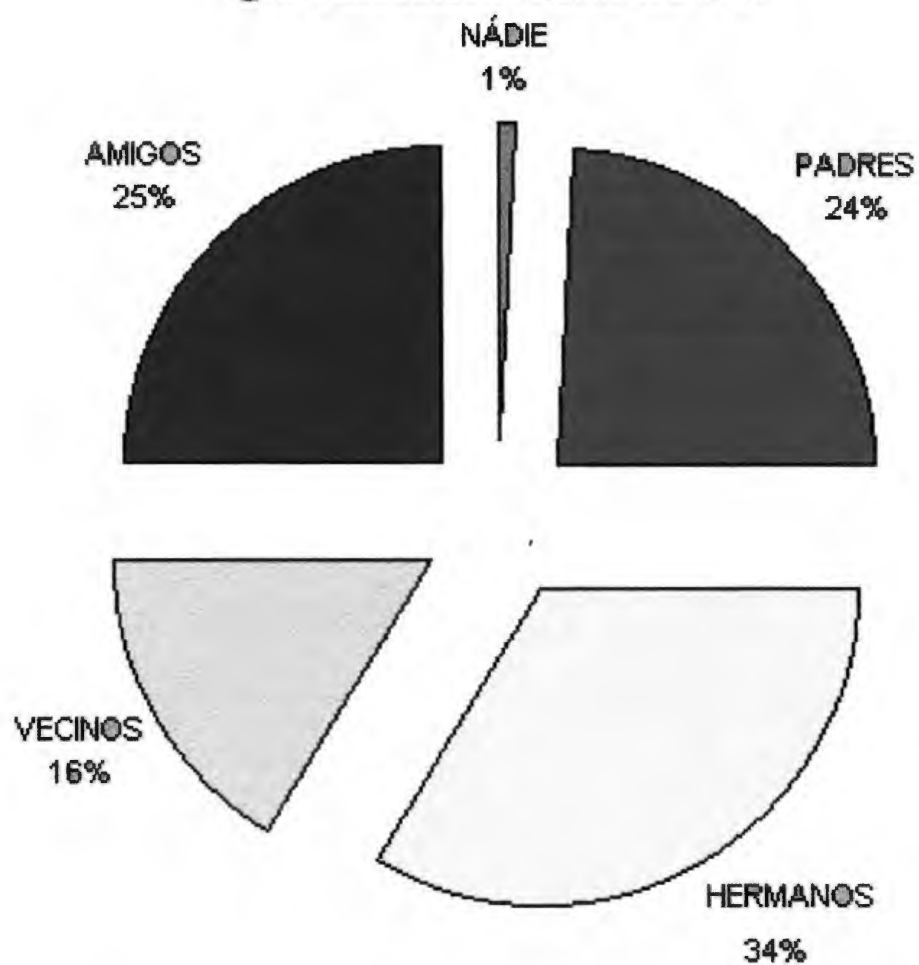


En esta gráfica se muestra que en el medio rural o por lo menos en la comunidad en la cual se realizaron las encuestas, casi la mitad de la muestra carece de un aparato receptor en su hogar: esto marca una diferencia notable con respecto a otros estudios (más turbados que nunca, Dinámica familiar y televisión) que se han realizado en los medios urbanos, en ellos se muestra que la mayoría de los hogares se cuenta por lo menos con uno de ellos. Otra conclusión que se obtiene, es que a pesar

de que el 49% no cuenta con el aparato receptor, solo el 8% declaró no ver televisión. De lo que se puede concluir que un porcentaje importante de la muestra (el 46%) ve la televisión de una manera que se puede nombrar como comunitaria.



Esta gráfica coincide con la anterior; nos da a entender que la mitad de los alumnos considerados en la muestra que cuentan con su aparato receptor, lo ven en su casa; mientras que la otra mitad busca alternativas para ver los mensajes televisivos.

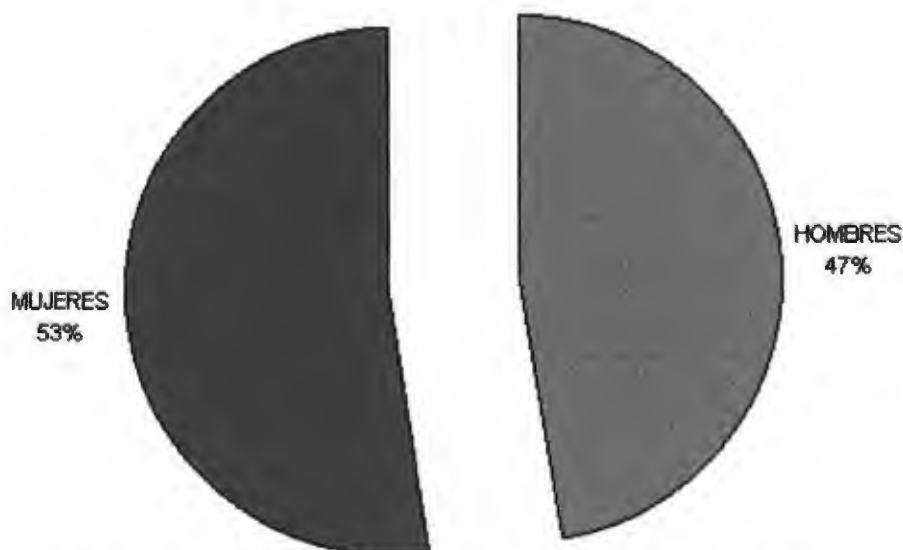
PREGUNTA CINCO**¿EN COMPAÑÍA DE QUIÉN VES TV.?**

Esta gráfica viene a reforzar la idea de que en esta comunidad el ver televisión es una acción que se realiza en grupo.

CONSUMO CULTURAL DE LA TELEVISIÓN EN LOS ALUMNOS: EL CASO DE LA TELENVELA

En esta parte se mostraran algunas características sobre el consumo de la telenovela en el caso de los alumnos de los cuales se recopiló la información para la presente investigación. Se decidió que fuera sobre dos telenovelas sin que exista un interés particular por este tipo de género, pues no se considera de mayor o menor importancia que otros, sino que se eligió en virtud de ser el tipo de programa con mayor preferencia entre los encuestados, pues el 52% mostraron preferencia por él. (Ver gráfica). Otro dato importante que se encontró es que, en contra de lo que comúnmente se manifiesta, un importante porcentaje de hombres manifestó agrado por las telenovelas. Por otro lado se constató que no sólo la telenovela es el género con más aceptación entre los alumnos de la muestra, si no que, los individuos de entre una muestra de la población de la comunidad, fue precisamente los que se encuentran en la de entre 6 a 20 años, los que prefieren este género (ver gráfica). El objetivo principal del análisis, identificar el grado de aceptación que los estudiantes hacen de los mensajes que se encuentran dentro de la telenovela.

PREFERENCIA POR LAS TELENVELAS



Aunque la telenovela se le ha dado la categoría de ser un programa para mujeres en el estudio se encontró; en contra de esta afirmación que del total de los

individuos que prefieren este género, casi la mitad corresponde al sexo masculino.

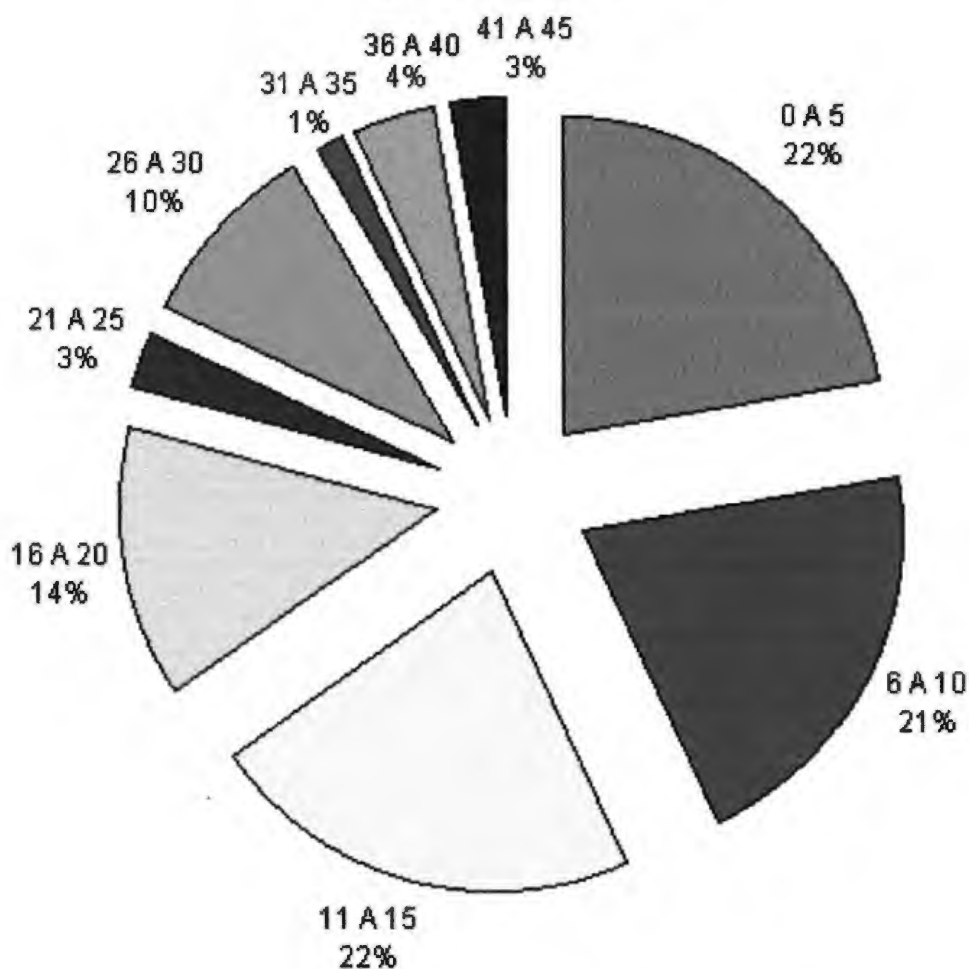
PREGUNTA CUATRO

¿CUALES SON LOS PROGRAMAS QUE MÁS TE GUSTAN?



Es común escuchar expresiones despectivas en contra de las telenovelas, sin embargo, en este estudio se constató que gozan de una abrumadora preferencia entre los alumnos de la muestra, pues más de la mitad la declararon como programa que más les gusta.

**CLASIFICACIÓN POR EDADES
(VEN TELENOVELA)**



Los datos que se representan en esta gráfica se obtuvieron de personas sin considerar que fueran exclusivamente estudiante, pues como se observa contiene datos de personas que van desde 0 hasta 45 años. En la gráfica se puede observar que la mayor cantidad de personas que prefieren la telenovela se encuentra precisamente en las edades en que deben acudir a la educación básica (preescolar, primaria y secundaria) los cuales constituyen la mayoría en el estudio realizado.

Una telenovela tiene una estructura global, el argumento, que subyace y articula al conjunto de los capítulos. Este argumento es susceptible de ser resumido en un enunciado tan breve como “ la muchacha pobre se casa con el hombre rico”, pero además de este

mensaje, existe en él un sin número de sub-historias que corren paralelas a la historia central y que cuentan con sus propios personajes, tópicos y esquemas narrativos, además de episodios pequeños con estructura propia. Todo esto, junto con la variedad de temas que son tratados (religiosos, amorosos, familiares, éticos, policíacos, políticos etc.) con sus propias definiciones ideológicas y mensajes éticos y de otros tipos, así como de figuras (viejos, jóvenes, hombres, mujeres, pobres, ricos, malos, buenos, etc.) conducen a suponer que la interpretación realizada por un individuo, puede ser tan variada como el mismo esquema de la telenovela.

Para entender la manera en que la telenovela es vista por los alumnos, este apartado se centra en dos temas, que se consideraron importantes para iniciar su identificación.

- Estructura global de la historia denominada como argumento y
- Las figuras: percepción de algunos personajes centrales.

A continuación se transcriben como muestras, 4 resúmenes, de los que se obtuvieron, dos de la telenovela “DKDA” y dos de “Mujeres engañadas”, las cuales tuvieron preferencia sobre el resto de las telenovelas. (la transcripción se realiza tal como en el original)

DKDA (1)

Sus personajes principales son: Laura, Rodrigo, Axel, Camila, Regina, Mateo, Brenda, Karla, Ángela, Eduardo, Rita, Leticia, Tino, Pablo, Raul, Amparo.

Esta historia gira en torno al grupo DKDA integrado por Rodrigo, Axel, Camila, Regina, Mateo, Brenda, Karla y también involucra a todos los que tienen que ver con ellos. Este grupo de chavos, se ven envueltos en muchos problemas como anorexia, drogadicción, discapacidad. Todos estos reciben ayuda de las personas que lo rodean, sea directamente o indirectamente, unas personas que los ayudan a salir de estos

problemas son Laura, Ángela, amparo, Eduardo pero no todos los ayudan a salir sino que los unden ma. Si embargo todos salen de sus problemas.(sic)

DKDA (2)

DKDA era una telenovela de jóvenes que eran un grupo musical que se llamaban Axel, Rodrigo, Mateo, Brenda, Regina, Karla, Camila también los protagonistas Eduardo, Angela laura los villanos de esta telenovela fueron Raul, Leticia, Pablo, esta telenovela fue asi.

Laura era una fans de DKDA el grupo musical pero ella tenia la ilusión de conocer a Rodrigo un dia fue a un concierto de pronto toda la gente se le fue en sima a los músico y entoces Rodrigo callo en sima de laura y hay fueron donde se conocieron hay Laura se empeso a enamorar de rodrigo pero el problema era que Rodrigo estaba enamorado de Brenda y ella no lo queria ella solo queria el dinero de Rodrigo

Rodrigo y laura se hisieron amigo un dia Brenda decidio salirse del grupo y tenia que buscar otra que tuviera el fisico como Brenda y escogieron a laura, Brenda le hiso imposible la vida porque lo estaba duplicando su fama ella Laura lla era famosa pero un dia Laura decidio salirse para ayudar a los niños con discopacidad en un centro de rehabilitación donde también ayudaba Angela la esposa de Eduardo después se fueron a Acapulco a dar un concierto en donde raptaron a Angela y se la llevaron Raul les pago para que la hisieran pasar por muerta y entoses Eduardo se caso con Leticia Rodrigo tubo un accidente en donde quedo inbalido y nadie lo podia ver ni sus propios compañeros un dia Laura lo fue avisitar a Rodrigo y Rodrigo la desprecio porque se sentia muy mal por que estaba atado a una silla de ruedas.(sic)

MUJERES ENGAÑADAS (1)

Principales personajes: Yolanda es Laura León; Javier es Andrés García.

En esa novela casi todos engañan y las engañan Andrés García como Javier es el esposo de Laura Leon como Yolanda ellos tienen 18 años de casados y tienen 2 hijas Yesica y Maria Rosa pero Javier engañó a su esposa Yolanda con Monica casi cuando estaba recién casado con y de esa relación Javier y Monica tuvieron un hijo que tiene 8 años pero Monica casi ya no dejaba a Javier que viera su hijo por que decía que le daba muy poca amor porque casi pasaba todo el tiempo con su esposa Yolanda y sus hijas por eso su amante Monica engañó a Javier con su mejor amigo Alejandro y dejó a Javier y ellos se dejaron de hablar y paso el tiempo Yolanda sintió a Javier muy triste y como sospechoso un día contrato a un investigador privado y el investigador descubrió que Javier tenía un hijo con su amante Monica le dijo a Yolanda y Yolanda fue a la casa de Monica para saber si era verdad y cuando vio a Monica y al hijo de su esposo se sorprendió mucho y se divorció de Javier y un día Monica murió y resulta que al morir le encargó su hijo a Yolanda y pero Yesica la hija mayor de Yolanda se enojó mucho porque su mamá se encargó del hijo de la amante de su papá Javier y se salió de su casa para meterse a las drogas y hay la obligaron a desvestirse para hacer rebistas si quiere que le den droga es un compañero de la escuela . sus papas la andan buscando y el que le da droga es un compañero de la escuela y Javier ya sabe le fue a reclamar al muchacho pero el maestro lo defendió el muchacho le dijo a su papá que Javier lo golpeó y su papá mandó a sus guardias a que golpearan a Javier y lo mandaron al hospital pero ya se compuso y anda buscando a su hija.(sic)

MUJERES ENGAÑADAS (2)

Esta Historia Comenzo en que Todo era feliz en una familia pero un Secreto no dejaba Ser feliz a Javier pero después paso Tiempo Tenian dos hijas una se llamaba Yesica

y la otra se llamaba Maria Rosa y su mama era Muy especial por que ellas pensaban que era una familia Yolanda asi se llamaba la mejor Mama del mundo pero Yolanda Resivia muchos humillaciones de parte de su Suegra Catalina pero doña catalina, Javier Tenia un grave problema con su hermano el era padre pero ni asi lo podia perdonar paso el Tiempo y llego el Tiempo en que Yolanda descubrio que Tenia un amante y con un hijo el amante Se llamaba Monica y su hijo se llamaba Javiercito.

Javier Tenia unos Amigos Tan especiales que el las buenas y en las Malas ai estaban unidos uno de los Amigos se llamaba Alejandro el Tenia Muchos problemas con las Mujeres porque la Mujer que encontraba en el camino esa se las conseguia, pero su otro amigo Jorge el También tenia una Muy Bonita con Muchisimos años y También tenia un hijo que se llamaba Cesar el era un chavo de la Nueva Moda el Se enamoro de una muchacha de Veracruz ella Se llamaba Paola pero ella se iba a casar con otro pero Rompio Su Compromiso con Edmundo el con esa sorpresa paso un desgracia para el porque quedo inconciente por mucho tiempo pero Tenia un hermano gemelo Paola no Sabiaque tenia un hermano gemelo que se llamaba Ramon supo que por causa de Paola Su hermano habia quedado asi el dijo que se hiba a Vengar entoces Paola conocio a Ramon y se enamoro de el y el de ella y Ramon se olvido de la Vengansa. Pero al fin todos fuero felices y quedaro Juntos Como una familia(sic).

ESTRUCTURA GLOBAL DE LA HISTORIA

Los resúmenes arriba presentados se obtuvieron de entre la población estudiada, de la comunidad de Cerro del Venado, municipio de Tejupilco particularmente de alumnos de la escuela telesecundaria, cuyas edades oscilan entre 12 y 14 años, hombres y mujeres a los que se les solicito la realización de los escritos cuidando el anonimato de los mismos.

Hablar de resumen implica pensar en la trama general del relato, es decir, se debe tener un hilo conductor que aglutine los acontecimientos ocurridos por separado en cada uno de los capítulos individuales. En las telenovelas el realizar un resumen se dificulta,

pues en ellas existe una gran cantidad de sub-historias que coexisten; sin embargo, lo que se buscaba en el resumen solicitado era la identificación de la estructura narrativa central que en toda telenovela existe y que se presenta desde la situación inicial hasta la final pasando por varias transformaciones narrativas

En los resúmenes obtenidos se puede observar que a pesar de que no construyen la trama de manera global que contenga el hilo conductor que enlace la situación inicial, el desarrollo incluyendo las historias paralelas y la situación final; pues todo esto resultaría muy complicado, si se puede observar que refieren aspectos más o menos detallados de las telenovelas comentadas como son acciones y personajes; y que en general se podría decir que son “buenos” resúmenes” (excepto por la ortografía) sobre todo si se compararán con los resúmenes estrictamente escolares que en ocasiones se le piden al alumno sobre un tema curricular. En este caso se puede identificar una amplia comprensión que les permite, precisamente realizar un resumen aceptable pues aunque como ya se señaló contienen informaciones parciales, estas son exactas y por ello se les puede decir que son aceptables.

También se puede observar que aunque los personajes principales permanecen en las diferentes versiones (de la misma telenovela) de los resúmenes, las historias paralelas no siempre coinciden, esto seguramente debido a las diferentes percepciones que se pueden dar en diferentes personas.

CAPÍTULO III
RESULTADOS

SUGERENCIAS

Las realidades que rodean a los elementos que conforman la educación exigen una constante revisión de sus contenidos, métodos y filosofías que la rigen aún en aspectos que vistos de manera simplista no tendrían nada que ver o que ya se creían superadas dentro de éste ámbito; tal es el caso de la educación para ver televisión.

Esta realidad indica insistentemente en que es la escuela, principalmente, la institución que le corresponde llevar a cabo esta tarea, sobre todo si se pretende lograr una educación integral en el educando. Las condiciones para acercarse a la atención de esta problemática van, dentro de una amplia gama, de lo inmejorable a lo difícil.

Se considera difícil, por ejemplo una atracción del tema por parte de los planes y programas para que le concedan al tema una importancia acorde con la realidad; aunque no se pierde de vista que esto no bastaría, pues otra dificultad que se tendría que enfrentar sería la capacitación del docente para atender esta demanda aún sin considerar la aceptación que pudiese tener entre el gremio esta nueva "carga" académica.

A pesar de lo anterior y lo que seguramente daría un gran éxito a un proyecto de este tipo es, sin duda, la gran aceptación que el tema tiene entre los alumnos. En pocas ocasiones dentro del ámbito escolar, los alumnos necesitan tan poca motivación para trabajar con un tema, como en el caso de la educación para ver televisión; esta motivación ya la traen a la escuela desde su casa; y al maestro le corresponde sólo darle la orientación adecuada para que se contribuya a la tan mencionada educación integral que la escuela tiene como objetivo principal.

Esperar las reformas educativas para empezar a trabajar en esto, sería no querer hacerlo. Se considera que existe un buen número de profesores que reconocen la necesidad expuesta y, además, se cuenta con el entusiasmo de los alumnos para empezar a trabajar en esta educación para ver la televisión.

Una investigación con un corte metodológico etnográfico tiene entre sus características el servir como base de futuras investigaciones, ante ellos se sugieren las siguientes actividades que permitirán en un momento determinado la ampliación sobre el tema tratado. el investigador – docente puede retomarlas para realizar investigación sobre los procedimientos concretos para lograr una recepción crítica de los mensajes televisivos.

Actividad 1

Objetivo. Identificación del lenguaje múltiple que se emplea en la televisión. Identificación de los sentidos que participan cuando se ve televisión.

Comentario. Se recomienda que sólo se tomen los cuadros esenciales para construir la historia, con el objeto de no prolongar demasiado la exposición, pues la cinta se debe reproducir tres veces.

Desarrollo. El profesor elige un programa pregrabado de acuerdo a los intereses de los alumnos, por ejemplo puede ser la caricatura de “Goku”.

Se distribuye al grupo en tres equipos.

El primer equipo verá el programa de manera normal.

El segundo equipo solo escuchará el programa, no podrá ver las imágenes. Y el tercer equipo solo verá las imágenes sin tener acceso al audio.

En seguida a esto, el docente pide a los alumnos que de manera individual o con sus compañeros de equipo construyan la historia; posterior a esto se comparan las versiones y se identifican las dificultades que tuvieron principalmente los equipos que sólo tuvieron

acceso al audio y al video, el docente pide al grupo que identifique las probables fuentes de error y de ser necesario explicitará que la televisión se compone de audio y video; que el audio de la televisión es diferente al del radio pues en este existen mayores recursos auditivos que permiten una identificación del contexto, mientras que en la televisión esto es sustituido por las imágenes y el audio se convierte en un refuerzo del video.

Actividad 2

Objetivo El alumno distinguirá algunos de los diferentes géneros televisivos.

Comentario. Aunque los alumnos de preescolar y los de los primeros años de primaria pudieran tener elementos que les permitan diferenciar, por ejemplo y sobre todo, una caricatura de cualquier otro género televisivo de manera intuitiva, es importante puntualizar las diferencias que existen. Además, con otros géneros, por ejemplo un noticiero y documental, pudiera ser que esa diferenciación no se de o se dificulte. Por lo que es necesario iniciar o reforzar dicha diferenciación. Se recomienda realizar las diferenciaciones entre dos y no más géneros con el objeto de simplificar el ejercicio. El tipo de géneros que se trabajen dependerá de la edad de los alumnos; la siguiente se recomienda para alumnos de cuarto, quinto o sexto grado

Desarrollo. Se deja de tarea, de preferencia un fin de semana, con el objeto de que se tenga el tiempo suficiente, que el alumno vea una telenovela y una película. Anotar los datos como el nombre del programa, la hora en que la vio y el o los días que se programa.

Que tipo de tema es tratado en cada programa.

Tipos de comerciales que se anuncian, con el objeto de ver si hay cierto tipo de comerciales que se promueven de acuerdo con el género que los contiene en su horario.

Tipo de tomas que realiza la cámara.

Características de los personajes.

El alumno tiene que anotar, tomando en cuenta esto y todo lo que el considere importante, cuales son las diferencias entre el género telenovela y una película.

Ya en clase se analizan las diferencias entre estos dos tipos de géneros y, como refuerzo, se comentan diferencias entre cualesquiera de otros dos géneros.

Actividad 3

Objetivo Mediante este ejercicio se intenta realizar una discriminación del sensacionalismo y el amarillismo en los noticieros televisivos”

Comentario. Principalmente en algunos noticieros, se da lo que se conoce como “amarillismo” y “sensacionalismo” lo cual se define como

“...la atención exagerada de los hechos que incluyen algún aspecto decadente o producto de la violencia. El sensacionalismo es definido como la tendencia a presentar las situaciones exagerando su importancia o alcance... ambos conceptos coinciden en el agravamiento o avivamiento de los hechos que se presentan o de los que se habla o se escribe... el amarillismo se forma por una serie de imágenes indefinidas o indirectas de sucesos como la muerte, peleas, sangre y todos los elementos que se deriven de un cadáver o modalidades del dolor

humano y acciones antisociales, así como un lenguaje demasiado explícito... el sensacionalismo... [se basa] en la elaboración intencionada y prejuiciosa de un marco que rodea a un hecho definido, para darle mayor énfasis... La finalidad de ambas inclinaciones es la de llamar la atención pública, por medio de sus tretas para fines comerciales. Constituyen en sí la deformación de la información noticiosa”³⁴

Todo esto se presenta en la televisión como una verdad inevitable, lo cual, de acuerdo con la definición vista es falso; sin embargo, esto no puede ser tan obvio cuando se observa un programa de este tipo y no se tienen los elementos para hacer la discriminación correspondiente de mensajes

Desarrollo. El docente tiene que realizar una selección de noticias con las características que se señalaron arriba: asesinatos, accidentes aéreos y automovilísticos, temblores, incendios, robos, etc. La cual se observa en el salón de clase.

Se comenta entre los alumnos, los mensajes, y se pregunta quienes de ellos han vivido una situación como las que se han visto en los cortes noticiosos. Se realiza una encuesta con personas fuera del salón para ver cuantos han vivido estas situaciones en su comunidad o cuando han salido a otros lugares. Realizar una comparación de una noticia (de preferencia con las particularidades mencionadas) dada por la televisión, con la versión que realizan otros medios informativos, que no se caractericen por dar información con esas propiedades.

³⁴ SABERES. Revista de educación y sociedad. El Amarillismo Sensacionalismo en la Televisión. Orlando Adán Rivero.

Comentar sobre que lo que presenta la televisión no es la realidad, sino solo una parte de ella; y que en estos tipos de programa, aunque se presenten acontecimientos que realmente ocurrieron; estos sólo representan una parte de la realidad desde el punto de vista del noticiero, el cual, no es precisamente el más imparcial. También que aunque estos tipos de programa presenten una sociedad en la cual es muy peligroso vivir, existen muchos elementos cotidianos por los que vale la pena vivir.

Actividad 4

Objetivo Desmitificación de los héroes televisivos.

a) **Comentario.** (héroe represor) En este ejercicio es importante tener en cuenta la clasificación que se mencionó en el apartado correspondiente (El héroe) para que el alumno vaya identificando las características y tipos de los diferentes héroes.

Es común, sobre todo en niños pequeños, la imitación de las acciones de los héroes; la falta de distinción entre la realidad y las fantasías de las acciones de los héroes televisivos; el deseo de “ser” como el héroe”; la realización de acciones peligrosas que “el héroe realiza” sin ningún problema; etc. Por lo que es importante realizar ejercicios que conduzcan al alumno-televidente a realizar una desmitificación del héroe televisivo.

Desarrollo (héroe represor) Ver una serie donde se trate el tema de la justicia (Superman, Batman, El Hombre araña, etc.)

Identificar cómo, porqué y contra quienes se realizan las acciones del héroe para la impartición de la justicia.

De ser posible, invitar a un servidor público que tenga que ver con la impartición de la justicia, para una explicación de la forma en que se lleva a cabo esta actividad (en esto se debe tener mucho cuidado, pues desgraciadamente la impartición de justicia en México esta desprestigiada; y por ello si se lleva, por ejemplo, a un policía a la escuela, pudiera ocasionar reacciones reprobatorias. Por lo que esto debe ser considerado ampliamente por el docente y sólo realizarlo cuando se ha asegurado de lo conveniente de la acción).

Identificar a un héroe social.

Compararlos en cuanto a su vestimenta y sus acciones.

Escribir porqué se debe admirar a uno u otro.

b) Comentario. (Heroína transgresora) como se vio en su definición; este es un personaje típicamente femenina y abunda, principalmente en las telenovelas con esquema de “la cenicienta” donde una muchacha pobre se casa con un rico y en la trama comete actos supuestamente reprobables, pero que son justificables por el contexto en el que los realiza.

Desarrollo Ver o comentar una telenovela con este esquema.

Realizar comparaciones entre las situaciones que se presentan en la trama de la telenovela; y las situaciones que vive el alumno televidente en su realidad.

Identificar papeles estereotipados que se presentan en las telenovelas

Identificar los valores que transmite la telenovela y cuestionar su validez en la comunidad.

Observar que algunas acciones (por ejemplo, la infidelidad) de la heroína transgresora que son “aceptadas” por el televidente, en nuestra sociedad son totalmente rechazadas.

Actividad 5

Objetivo Identificación de la violencia (antivalor) como constante en las caricaturas de la televisión comercial.

Comentario. en este tipo de mensajes televisivos, así como en otros, el contenido de la violencia es alto; es importante que el alumno se de cuenta de ello.

Desarrollo Ver un programa de caricaturas, por ejemplo “Goku”
Realizar una enumeración de actos violentos (verbales, golpes, muertes, etc.)
Observar que en las caricaturas los actos de violencia no traen las consecuencias “lógicas” que se verían en la realidad. (por ejemplo al personaje se le dispara, cae y se vuelve a levantar) identificar y comentar que es una constante el uso de la violencia por parte de los personajes, sin que medie una justificación, es decir se golpea, se mata, se insulta en ausencia de motivo o a la menor provocación.

CONCLUSIONES.

En el tema de la educación para ver televisión, es decir, en la relación que se establece entre la institución educativa, por excelencia, la escuela, y uno de los medios que mayor potencial formativo ha desarrollado en las últimas fechas, la televisión, es importante tener claro entre otros aspectos los siguientes. En primer lugar que la escuela tiene la responsabilidad de atender la realidad del entorno social en la que se encuentra inmersa si realmente se quiere cumplir con el propósito de proporcionar una educación integral. Por su parte la televisión está ocupando un espacio importante de ese entorno social.

Por otro lado, es de vital importancia tener presente que un alumno televidente que carezca de las herramientas intelectuales para poder discernir los mensajes televisivos, realizará una apropiación inadecuada de ellos, pues dichos mensajes tienen una serie de contenidos como la violencia, promoción del consumismo y en general una serie de estereotipos que de interiorizarlos sin un análisis adecuado pueden resultar en una modificación de la identidad del sujeto que no corresponda a su realidad y a su cultura. La gran cantidad de tiempo, tanto efectivo, como socializado, es decir, el tiempo que el alumno ocupa en realizar comentarios que giran en torno a los mensajes televisivos, hace que la necesidad de que el tema sea atendido por la escuela sea mayor.

La violencia, el consumismo, el racismo, la sub valoración de la mujer son valores que innegablemente la televisión promueve y que pueden constituirse en elementos de la formación de la personalidad del sujeto.

Este proceso educativo realizado por parte de la televisión seguirá avanzando en la medida de que el alumno no disponga de ciertas herramientas intelectuales que como televidente le proporcione la escuela, ante este contexto dicha institución no puede seguir inactiva. Ella tiene la obligación de atender esta realidad social, debe proporcionar las herramientas intelectuales que le permitan al alumno-televidente interactuar de una forma

que le permita al sujeto aceptar, modificar, rechazar o cambiar, y desde luego crear una respuesta coherente con su identidad cultural, ante cualquier mensaje televisivo.

Es claro que el efectuar esta tarea educativa requiere de condiciones para poder llevarla a cabo. Entre ellas y de vital importancia, está el que los docentes reconozcan como tema escolar la educación para ver televisión, pues como se vio, existe una resistencia, por parte de algunos docentes, a reconocer los mensajes televisivos como contenido a tratar en la escuela. Aún salvado este obstáculo esto no será suficiente ya que la capacitación para tomar acciones pedagógicas al respecto constituye la parte medular para una acción educativa adecuada. En este aspecto el propio docente debe participar activamente convirtiéndose en investigador sobre el tema en la escuela y la comunidad en la que se encuentra y al mismo tiempo en diseñador de currículos complementarios pero bien estructurados que permitan al alumno: La desmitificación de los héroes televisivos, la revaloración del papel de la mujer en la sociedad, la clarificación del lenguaje utilizado por la televisión, el análisis objetivo de la realidad que presentan los noticieros televisivos, el rechazo de la violencia como forma de convivencia social, y desde luego la participación de los padres de familia en este proceso.

De este modo con una perspectiva más amplia, la integración formal de la educación para ver televisión al currículo escolar, sería un avance contundente. En la actualidad el tema es tratado en los planes y programas de manera tangencial y breve en extremo; en el mejor de los casos solo se realiza un recuento de los tipos de programa que ofrece la televisión, y una referencia, sin repercusión, sobre el tema del consumismo.

El enfoque metodológico con el cual se aborde la educación para ver televisión, tendrá también una importancia capital. En éste, se debe considerar al alumno como parte central del proceso educativo, él debe tener la suficiente libertad para expresar sus ideas, las cuales no deben ser objeto de descalificación por parte del docente; en todo caso se debe promover una participación activa en la que se exponga en el grupo razones y juicios sobre los diversos mensajes televisivos. El diseño de actividades que permitan el desarrollo de la

labor pedagógica como aquí se plantea dependerá del docente, pero es necesario la flexibilidad y la continua adaptación a las exigencias planteadas por el grupo

En suma, la escuela tiene una labor, que ya se debió atender muy importante y difícil que se puede convertir en una acción exitosa, pues el principal elemento para que ello ocurra, es el gran entusiasmo con que los alumnos, cuando se les da la oportunidad, participan en este tipo de actividades educativas. También existe una intuición profesional en algunos sectores del magisterio que solo está en espera de las condiciones adecuadas para llevar a cabo este importante trabajo educativo.

ANEXOS

En la páginas subsecuentes se presentan los protocolos de los instrumentos de investigación, la interpretación y conclusión extraídas de su aplicación se presentan en el cuerpo del trabajo.

Anexo I

Sociograma Topológico

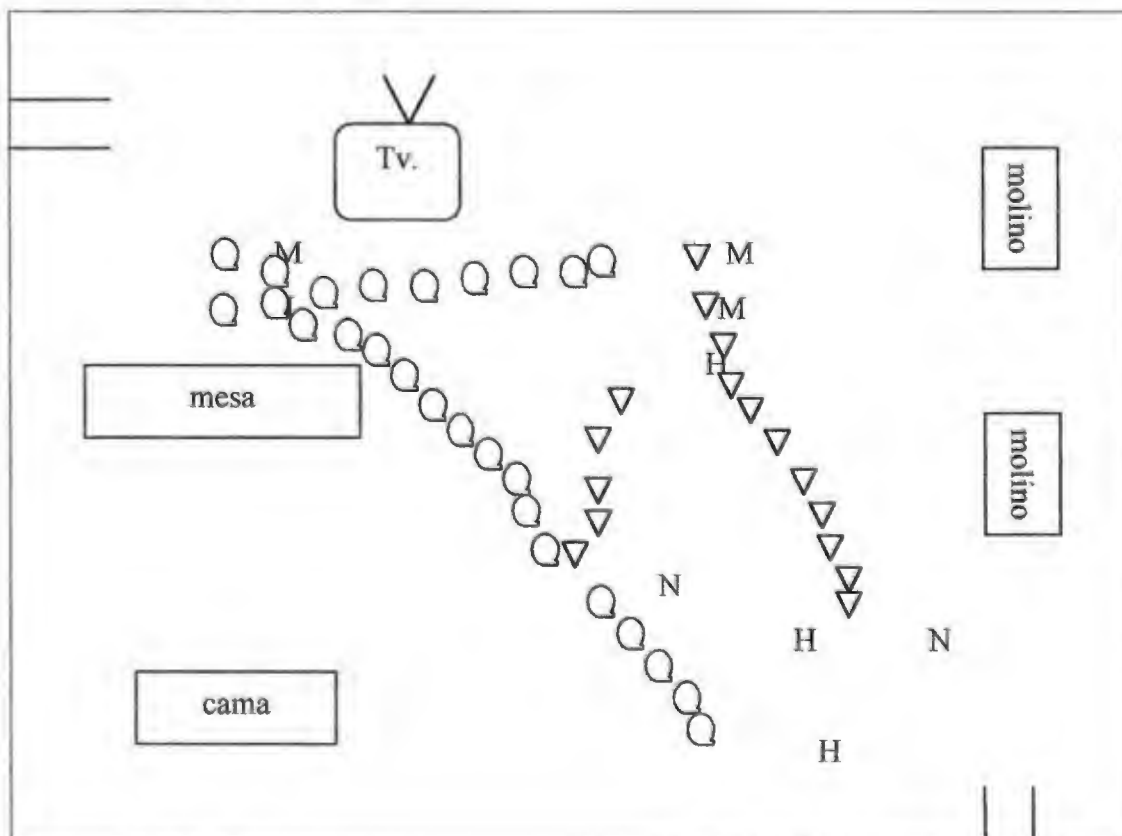
Comunidad. Santa Cruz

Fecha. 15 de julio de 1999

Programa. Rosalinda

Hora. 9 de la noche

Canal. De las estrellas



ACOTACIONES

H: HOMBRE

M: MUJER

N: NIÑO

NA: NIÑA

OO: DIALOGO

>>: DESPLAZAMIENTO

Anexo II

Cuestionario para alumno

nombre _____ edad _____ fecha _____

1. - ¿Tienes televisión en tu casa? SI NO ¿ Cuantas? _____
2. - ¿ En dónde ves televisión?
 EN CASA EN CASA DE UN AMIGO (A) EN CASA DE UN FAMILIAR
 NO VEO
3. - ¿ Cuántas horas al día ves televisión? _____
4. - ¿ Cuáles son los programas que más te gustan? CÓMICOS TELENOVELAS
 PELÍCULAS CARICATURAS DEPORTES DE TERROR AVENTURAS
 OTROS _____
5. - ¿En compañía de quién ves la televisión?
 NADIE MADRE HERMANOS VECINOS PADRES
 AMIGOS
6. -¿Qué tipos de programas te prohíben ver tus papás? CÓMICOS
 TELENOVELAS PELÍCULAS CARICATURAS DEPORTES DE
 TERROR AVENTURAS OTROS _____
7. - ¿ Qué tipos de actividades haces después de la escuela? VEO TVJUEGO
 CON MIS AMIGOS HAGO LA TAREA AYUDO EN LOS TRABAJOS
 DE LA CASA OTROS _____
8. - ¿ Por qué ves la televisión? ME GUSTA ME PARECE INTERESANTE
 PARECE ENTRETENIDO POR PASAR EL TIEMPO POR NO SENTIRSE
 SOLO PARA APRENDER

Anexo III

GUÍA DE ENTREVISTA PARA MAESTROS

- 1 - QUE PERCEPCIÓN TIENEN LOS MAESTROS DE LA TELEVISIÓN.
- 2 - UTILIZACIÓN DE LA TV PARA TRABAJOS EXTRACLASE
- 3 - REACCIÓN DE LOS MAESTROS ANTE COMENTARIOS DE LOS ALUMNOS SOBRE TEMAS DE LA TV
- 4 - TEMAS DE LA PROGRAMACIÓN DE TV COMERCIAL, UTILIZADOS COMO TEMAS DE CLASE
- 5 - OPINIÓN DEL MAESTRO SOBRE LA TV (ENSEÑANZA / APRENDIZAJE O DIVERSIÓN /ENTRETENIMIENTO)
- 6 - OPINIÓN ACERCA DE LA CALIDAD DE LOS PROGRAMAS DE TV. (¿PUEDEN CAMBIAR O NO?)
- 7 - PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- 8 - PAPEL QUE JUEGA LA TV EN LA CULTURA DE LA POBLACIÓN
- 9 - INJERENCIA DE LA ESCUELA PARA LA EDUCACIÓN DE LOS MEDIOS
- 10 - OPINIÓN SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE LA TELEVISIÓN (HÉROE, MUJER, SEXO, VIOLENCIA, ETC.)
- 11 - MEDIACIÓN DEL MAESTRO ACERCA DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA (RECOMENDACIONES/ PROHIBICIONES.)
- 12 - OPINIÓN SOBRE LA PRIMACÍA TV/ESCUELA

RESEÑA

Stuart Ewen. Todas las imágenes del consumismo. CNCA – Grijalbo. México DF. 1991.

En esta obra, Stuart Ewen, realiza un análisis del papel que juega la imagen, el deseo de consumo y los medios de comunicación en la conformación del ser humano como individuo y como colectividad; lo cual es considerado en la obra como fundamental en la construcción de la cultura contemporánea, en la que los medios masivos de comunicación sirven cada vez más como árbitros de la realidad en la cual el uso y consumo del estilo se ha convertido en una fascinación colectiva, una característica de la vida cotidiana y una marca distintiva de la vida occidental. Una aseveración fundamental marcada por el autor, es que los valores estéticos derivados de esta forma de vida, son estructuras efímeras relacionadas con la capacidad de las imágenes publicitarias para transmitir, exaltar e imponer una determinada forma de pensar y de vivir, pero tan breves que cada estilo es una ruptura del pasado que señala una nueva manera de ver y representar la realidad, con todas las consecuencias que esto conlleva.

El concepto de estilo es fundamental en la obra el cual está ligado estrechamente con el de consumo y el poder de los medios masivos de comunicación para transmitir, exaltar, refractar e influir en las nociones populares del estilo y con ello el de su forma de vida. En suma, con argumentos claros el autor realiza una reflexión acerca de la importancia, significado y consumo del estilo como fenómeno histórico moderno; así como un análisis riguroso del poder de los medios de comunicación en la sociedad, también realiza una crítica al mercantilismo y al consumismo características de la cultura contemporánea.

Daniel Prieto. Retórica y manipulación masiva. Diálogo abierto. México DF. 1994.

En Retórica y manipulación masiva, Daniel Prieto expone de una forma interesante el estudio sistemático de los diversos discursos sociales. Señala que todo mensaje retórico apunta a influir sobre el público tratando de que los demás adopten la opinión del comunicador. Principalmente que se realice una modificación afectiva y desde allí promover una modificación más amplia en beneficio del emisor. En esta obra, el autor expone de una manera clara y utilizando constantemente los ejemplos de la realidad cotidiana con la finalidad de facilitar el análisis sistemático de los medios y formas de comunicación para obtener los elementos necesarios sobre el tema.

El concepto central en esta obra lo constituyen los términos “retórica” y “persuasión” en cuanto a éste último se dice que persuadir es tratar de que los demás admitan una “verdad”; pero más allá de esto, está la persuasión retórica, la cual consiste en tratar de que otros individuos admitan algo como verdadero aunque sea falso, aunque no solo sea falso, si no que esté en contra de sus propios intereses.

El autor recurre al análisis de casos concretos en los que se ejemplifica las diferentes categorías que menciona en su obra

Luis Alfonso Guadarrama Rico. Dinámica familiar y televisión UAEM. Toluca México DF. 1998.

En este estudio el autor realiza un análisis sobre las interacciones que se llevan acabo entre el binomio familia y televisión. Para lo cual toma como línea de conducción la pregunta central: ¿Cómo se amalgama la televisión nacional en la conformación de la familia mexicana? En el desarrollo de la explicación a esta pregunta se marcan varios tópicos que conducen de manera interesante la obra. Como se deja ver desde el título, se le da prioridad al papel desempeñado por la familia, en el estudio se vinculan categorías al tema de la televisión como dinámica familiar, ciclo de vida, ritmicidad, rituales, rutinas, territorios y equipamiento domestico; los cuales no se han explorado de manera suficiente en otros trabajos y en consecuencia, se contribuye de manera importante en el conocimiento del tema.

BIBLIOGRAFÍA

- A. POLONIATO, Alicia. Géneros y Formatos Para el Guionismo En Televisión Educativa. México DF ILCE-OEA. 1993.
- SENTE Básica: Revista de la Escuela y del Maestro. México. Patronato SENTE para la cultura del maestro mexicano, A.C. Nov. dic. No. 20. 1997.
- BONET, Eugeni et. al. En Torno al Video. Barcelona Ediciones G. GILI, S. A. 1980.
- GUADARRAMA RICO, Luis Alfonso Dinámica Familiar y Televisión. Toluca UAEM. México. 1998.
- HERNER, Irene. Mitos y Monitos. México Universidad Nacional Autónoma de México- Nueva Imagen. DF. 1976.
- _____ . Tarzán, El Hombre Mito, SepSetentas. México 1974.
- IBARROLA de María. Educación para los Medios Básica. Año IV. Noviembre - Diciembre. No. 20. México 1997.
- MARX, Carlos. y F. Engels. Obras Escogidas Volumen III. Moscú. Progreso. 1986.
- MORÍN, Edgar. El Espíritu del Tiempo. Ensayo Sobre La Cultura de Masas. Taurus, Madrid 1966.
- Murdock Graham. La Investigación Crítica y Las Audiencias Activas. Culturas Contemporáneos No 10.

- PRIETO, Castillo Daniel. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa Premio, México, 1984.
- _____, Elementos Para el Análisis de Mensajes. ILCE. México 1982.
- _____, Retórica y Manipulación Masiva. Ediciones Coyoacán México DF. 1994.
- SEP. Ley General de Educación (mimeo.).
- SIN SABERES. Revista de educación y sociedad. Año 4. No. 12. 1998.
- STUART EWEN. Todas Las Imágenes Del Consumismo. CNCA-Grijalbo. 1991. México DF.
- TAYLOR, S. Y R. BOGDAN. Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación. Paidós México.
- UNIVERSIDAD DE COLIMA. Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas Volumen IV. No. 10. Universidad de Colima.
- UPN Expresión y Comunicación SEP UPN. México 1984.
- WOOD, Peter. La Escuela por Dentro. La Etnografía en la Investigación Educativa. Paidós. España 1998.

RESERVA