

**EDUCACION
JALISCO**



**UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA**

UNIDAD 144 CD. GUZMAN



**"LA RECEPCIÓN TELEVISIVA Y SU INFLUENCIA
EN EL NIÑO EN EDAD ESCOLAR"**

**TESIS QUE PRESENTAN
ROSALINA CHAVEZ MAGAÑA
ALICIA DE JESUS CISNEROS BERNAL
PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN EDUCACIÓN PRIMARIA**

CD. GUZMAN, JALISCO, MARZO DE 1997

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACION

CD. GUZMAN, JALISCO A 8 DE MARZO DE 1997.

C. PROFR. (CA): ALICIA DE JESUS CISNEROS BERNAL.
P R E S E N T E .

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo, titulado: " LA RECEPCION TELEVISIVA Y SU INFLUENCIA EN EL NIÑO EN EDAD ESCOLAR" opción investigación documental a propuesta del asesor Profr. JUAN RAMON SANCHEZ CASILLAS manifiesto a Usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución.

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



N T A M E N T E

SECRETARIA DE EDUCACION
DEL ESTADO DE JALISCO

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA
NACIONAL
CIUDAD DE GUZMAN, JALISCO
SECRETARIO DE LA COMISION DE TITULACION
DE LA UNIDAD UPN No. 144

JUSTIN FRANCO GALLEGOS

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACION

CD. GUZMAN, JALISCO A 8 DE MARZO DE 1997.

C. PROFR. (A): ROSALINA CHAVEZ MAGANA
P R E S E N T E .

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo, titulado: "LA RECEPCION TELEVISIVA Y SU INFLUENCIA EN EL NINO EN EDAD ESCOLAR" opción investigación documental a propuesta del asesor Profr. JUAN RAMON SANCHEZ CASILLAS manifiesto a Usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución.

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



ENTAMENTE

SECRETARIA DE EDUCACION
DEL ESTADO DE JALISCO

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA
NACIONAL - UNIDAD 144
CIUDAD GUZMAN, JALISCO
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION
DE LA UNIDAD UPN No. 144

A mi familia, por darme la fortaleza necesaria para seguir adelante en el sendero de la vida y alcanzar mi meta.

A los maestros asesores, por compartir sus conocimientos y experiencias para la construcción de bases sólidas que permiten el desarrollo de nuestra labor docente.

A los niños, que son la esperanza de hoy, la realización del mañana, y que fueron el principal incentivo para mi preparación profesional; por ellos soy maestra.

INDICE

| | |
|---|----|
| Introducción..... | 1 |
| Justificación..... | 6 |
| 1.- LA TELEVISION COMO MEDIO DE COMUNICACION | |
| 1.1. La televisión, un medio masivo de comunicación..... | 8 |
| 1.2. La televisión en México | 11 |
| 1.3. Características de la televisión..... | 14 |
| 1.4. Aspectos legales de la programación..... | 15 |
| 2.- TELEVISION Y SOCIEDAD | |
| 2.1. Efectos en la población | 19 |
| 2.2. La familia y la escuela como instituciones sociales..... | 22 |
| 2.3. Funciones mediadoras de la familia y la escuela en los procesos de recepción de mensajes | 27 |
| 2.4. Televisión y consumo..... | 35 |
| 2.5. Influencia de los medios de comunicación en la formación de valores, actitudes y conductas de los niños | 39 |
| 3.- TELEVISION Y EDUCACION | |
| 3.1. Fundamentación legal de la educación y de sus objetivos | 47 |
| 3.2. Televisión y educación..... | 50 |
| 3.3. Tipos de educación | 53 |
| 3.4. Los medios masivos de comunicación como educadores informales | 56 |
| 3.5. La televisión y su influencia educativa | 60 |
| 3.6. Televisión y conducta..... | 62 |
| 3.7. Televisión y hábitos | 64 |
| 3.8. Televisión y actitudes..... | 66 |
| 3.9. El niño escolar y la televisión..... | 68 |
| 3.10. El niño mexicano como receptor de medios de comunicación | 70 |
| 3.11. La educación para los medios de comunicación | 75 |

| | |
|----------------------------------|----|
| METODOLOGIA | 84 |
| CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS | 86 |
| Glosario | 91 |
| BIBLIOGRAFIA | 95 |

INTRODUCCION

La aparición de los modernos medios de comunicación masiva, especialmente la televisión, han hecho que cada día sea mayor el número de personas que se introducen a la dinámica del desarrollo y el conocimiento de la realidad.

Las transmisiones de televisión son actividades que han adquirido una enorme importancia, pueden tener diferentes finalidades, pero las del tipo social son las prevalecientes en nuestro país, se estima en un bajo porcentaje la programación televisiva dedicada a fomentar la educación.

Se concibe que existen contradicciones importantes entre los valores, conductas y actitudes ante la vida que promueven los medios masivos de comunicación y las diversas instituciones socializadoras como: la familia, la escuela y los medios de comunicación.

Uno de los problemas más significativos en la escuela primaria en la actualidad es la influencia que tienen los medios de comunicación en los conocimientos de los alumnos, la cantidad de horas que pasan frente al televisor, teniendo como consecuencia que están más relacionados con las imágenes y sonidos que con la letra escrita. Esto se debe principalmente a que los procesos de comunicación a través de los medios están constantemente incorporando innovaciones tecnológicas como recursos de expresión, mientras que la educación escolar ha basado sus procesos de comunicación durante siglos en la interacción humana de tipo verbal.

Con relativa frecuencia, en la escuela se culpa a los padres de familia y con ello a la televisión, de la falta de motivación y de trabajo de los alumnos en las tareas escolares. Nadie escapa de los aprendizajes que proporcionan los múltiples mensajes televisivos, así como la influencia que este medio de comunicación ejerce en las creencias, actitudes y conductas de grandes sectores de la población a través de mensajes positivos o negativos que modifican en mayor o menor medida el modo de vida de muchas familias y contribuyen a cambiar para bien o para mal las formas de comunicación familiar sin que los mismos afectados descubran cómo y en qué medida.

Las telenovelas, series de televisión y aun los comerciales presentan "modelos", los cuales constituyen ejemplos a imitar; sus historietas y personajes difunden insistentemente lo que es deseable, exitoso, satisfactorio o importante. Por ello, es importante que los niños aprendan a ver la televisión de una manera activa, de tal forma que no se conviertan en una fuente de información indiscutida, sino en una oportunidad para estimular su curiosidad y creatividad.

Ante la carencia de propuestas específicas para contrarrestar este grave problema y ante la necesidad de llevar a cabo una investigación, y en donde las fuentes especializadas son escasas para el tema elegido "La recepción televisiva y su influencia en el niño en edad escolar" mediante el cual se pretende lograr los siguientes objetivos:

- Relacionar los efectos de la televisión con los objetivos generales de formación a nivel primario.
- Destacar la influencia que ejerce la televisión en la población.
- Analizar las conductas resultantes de los mensajes emitidos por la televisión.
- Determinar el poder transformador de este medio en la niñez.

En el primer capítulo tratamos a la televisión como un medio masivo y

difusora directa de hechos científicos e históricos, costumbres, culturas, religiones, idiomas, etc., tanto de nuestro país como del mundo entero, lo cual de alguna manera modifican los patrones de conducta de las nuevas generaciones, lo cual contribuye en beneficio económico principalmente del grupo hegemónico en el poder, así como de las grandes empresas.

También se hace un poco de historia de este medio de comunicación con respecto a su desarrollo en México hasta nuestros días, sus características y su reglamentación.

En el segundo capítulo se hace mención de los efectos producidos en la población tanto en conducta, modas, imponiendo la visión del mundo de una manera unilateral y subjetiva. A la vez, se reconoce a la familia y la escuela como instancias socializadoras sin dejar de lado a la televisión por su influencia educativa, así como la necesidad de una mediación activa y positiva de estas instituciones sociales para contrarrestar la recepción de mensajes que incentivan al consumismo, así como a la apropiación de valores, actitudes y conductas no deseadas en niños y jóvenes principalmente.

En el capítulo tercero se categoriza a la televisión como agencia educativa no formal en los siguientes aspectos: políticos, económicos, sociales, científicos,

tecnológicos, artísticos y deportivos. También se habla de este medio como parte del sistema educativo, ya que participa en lo que se denomina educación abierta. Los medios masivos de comunicación son considerados educadores informales y como promotores de conductas, hábitos y actitudes que repercuten en los escolares.

En este capítulo también se hace referencia a los esfuerzos que han hecho algunos países, incluyendo a México, poniendo en acción programas que ayuden fundamentalmente a potencializar la capacidad crítica y analítica de los niños ante el bombardeo de mensajes televisivos que se consideran nocivos a la sociedad en general y muy particularmente a las nuevas generaciones.

JUSTIFICACION

Es innegable el lugar tan importante que ocupan los medios de comunicación y en especial la televisión, por ser un medio que llega a un gran sector de la población.

La televisión, en muchos de los casos, se ha convertido en dictadora de los horarios, es preocupante el tiempo que los niños pasan frente al televisor, adquiriendo experiencias que en la mayoría de los casos no podría contrastar con las propias. A la vez, los niños le dan menos importancia a los conocimientos que adquieren en el aula por serles menos relevantes que los mensajes transmitidos por este medio, en el cual sus formatos y técnicas audiovisuales utilizadas en la publicidad y en dibujos animados son lo que más reclaman su atención, ya que éstos sobresalen por su impacto y presencia continua en el hogar.

Se considera que la televisión puede ser un medio que se puede explotar dentro del proceso enseñanza-aprendizaje, porque puede aportar experiencias tanto en la escuela como en la familia, las cuales pueden ser analizadas en forma sencilla para lograr que el niño vaya adquiriendo elementos para su formación crítica ante las emisiones televisivas.

El estudio de este problema coadyuvará en la concientización de los maestros para darse cuenta de qué manera y en qué medida está influyendo este medio de comunicación en la educación de los niños, ya que los docentes no podemos ni debemos permanecer inmutables al respecto, ignorando la realidad social del significado que tiene este medio con sus imágenes y sonidos tan apreciados por los televidentes.

Conociendo la influencia que ejerce la televisión, el maestro podrá mediar en la relación crítica que los niños establecen con los medios y así, incorporar las potencialidades formativas que ofrecen los procesos educativos, permitiendo ampliar el empleo de la televisión y dejando de ser un mero apoyo didáctico, promocionando un ambiente escolar que interactúe con los medios de comunicación y en especial con la televisión de una manera educativa.

1.- LA TELEVISION, COMO MEDIO DE COMUNICACION

1.1. La televisión, un medio masivo

La sociología de las comunicaciones, en los hechos y por razones evidentes, ha centrado la mayor parte de sus estudios en las comunicaciones de masas.

En general, situamos dentro de esta categoría al conjunto de difusión surgidos de las técnicas modernas y que aportan a muchas personas mensajes concebidos para la masa. Son principalmente la radiofonia, la televisión y el cine. A menudo se añade la prensa de gran tirada, sobre todo las revistas, los discos populares y a veces los libros de bolsillo y las historietas cómicas.

Etimológicamente, comunicar es convertir algo en común, por lo tanto, la comunicación es el paso de lo individual a lo colectivo y la condición de toda vida social. De un modo general, la comunicación consiste en un intercambio de mensajes cargados de significado que pueden presentar aspectos varios: pueden referirse al intercambio de bienes, servicios y de palabras. A este nivel, es un proceso esencial, no sólo de socialización, sino también de la formación del individuo, en la medida que

éste adquiere conciencia de sí mismo, interiorizando las conductas en el intercambio de mensajes significativos.

El lenguaje a través de signos visuales o de palabras es evidentemente la forma más manifiesta de comunicación, en la medida en que ésta es un intercambio de significados y con frecuencia, la comunicación es una transmisión de información que implica la emisión del mensaje y su recepción. Es necesario que, entre la intensión del significado y la interpretación del receptor, el mensaje pase por una codificación y una decodificación.

La era de la comunicación de masas, que se inició con los grandes diarios y revistas, la radio y el cine, asume con la televisión proporciones espectaculares. Ningún medio más apto para la actualidad, ninguno más directo.

Millones de personas pueden participar de hechos científicos e históricos de trascendencia para la humanidad en el instante mismo en que está ocurriendo. Podemos recordar, que los primeros pasos del hombre en la luna fueron seguidos con emoción por varios cientos de científicos y de millones de individuos en el mundo entero.

Con el uso de los satélites de comunicación nos ponemos en contacto con los acontecimientos cotidianos de gran relevancia: los desastres del terremoto de mayor intensidad registrado en este siglo en la ciudad de México en el año de 1985, y por medio de la televisión y los radio-ayuda que nos pusieron en contacto con todo el país y el extranjero, hicieron posible la ayuda externa, presenciamos la tragedia del Challenger, la explosión nuclear del Chernobyl que atemorizó a toda la humanidad, los juegos olímpicos en Atlanta, guerras entre otros países, etc. Esto nos permite conocer las costumbres, culturas, religiones, las formas de vida, las normas sociales que dan al telespectador una imagen que nos hace reflexionar de nuestra forma de vivir y pensar en relación a otros países e idiomas.

Las conductas sociales y las normas culturales se han venido transformando de lo tradicional a lo moderno debido a la aparición de la televisión que difunde las diversas corrientes sociales y culturales de otros países; por eso niños y jóvenes de estas generaciones han modificado sus patrones de conducta por la influencia de la televisión.

Así, vemos que en la actualidad todo niño en su hogar reclama el respeto para su persona y los padres en la gran mayoría han modificado su

conducta hacia sus hijos, tratando de no lastimarlos y herirlos en su dignidad; la mujer ha perdido los prejuicios para hablar de sus funciones orgánicas reproductoras y del control de la natalidad, temas que tradicionalmente eran considerados como tabúes, y los niños y jóvenes pugnan en forma más abierta por su libertad y sus derechos.

Se puede concluir que la comunicación de masas es considerada como el medio perfecto para que el grupo hegemónico controle e imponga ideas o ideales a la gran mayoría de la población mundial, rigiéndose por intereses económicos principalmente, ya que los organismos que la generan son en su mayoría empresas cuyo fin es intercambiar información, entretenimiento, etc., por beneficios económicos.

1.2. La televisión en México

El surgimiento de la televisión en México coincide con una etapa de agudización de la dependencia económica de nuestro país respecto a los Estados Unidos. En el ámbito de la industria de radio y televisión las repercusiones son inmediatas, tanto en lo que se vincula con la

infraestructura televisiva como con el sostenimiento cotidiano de la industria misma, es decir; en los anuncios de las corporaciones.

En el año de 1950 se inaugura oficialmente la televisión en México a cargo de la Compañía Televisión de México, S.A. de Rómulo O'Farril, la cual adopta las siglas XHGT y se le asigna el canal 4. Las transmisiones comenzaron con el informe del presidente Miguel Alemán Valdéz.

Enseguida comienzan las transmisiones del canal 2 concesionada a la empresa Televimex, S.A. propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta; y en el siguiente año se establece la tercera estación de nuestro país la XHGC con el canal 5 concesionada al Ing. Guillermo González Camarena inventor del televisor a color.

A partir del gobierno del presidente Adolfo Ruiz Cortinez el Estado Mexicano, tomó por primera vez ciertas medidas jurídicas en contra del sentir empresarial; medidas que de ninguna manera alteran la orientación y finalidad que los industriales privados diseñaron para la radio y la televisión a lo largo de medio siglo.

En 1955, el Presidente Ruiz Cortinez expide un decreto en el que se establece cierto control gubernamental sobre las transmisiones a través de la

interventoría y supervisión del Estado, especificando que los gastos que ello implique deberán ser cubiertos por los concesionarios. Estas medidas originan las primeras manifestaciones de desacuerdo por parte de los industriales de radio y televisión.

Fue hasta 1968 cuando se inaugura el canal 13 y en Monterrey el canal 8 de la iniciativa privada. La concesión se otorga a la empresa Fomento de televisión, S.A. de C.V. filial de televisión independiente.

En el año de 1972 se lleva a cabo la unión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México y se crea Televisa. Y el canal 13 pasa a manos del Estado debido a problemas financieros. En este año ya existían 80 televisoras comerciales en nuestro país, la mayor parte eran repetidoras, sólo en algunas se originaban programas, entre ellas las de Baja California Norte, Michoacán, Jalisco, Veracruz y Colima.

Para 1988, de acuerdo a la información que proporcionó la Dirección de Cine, Radio y Televisión, existen en el país 468 estaciones de televisión que dan una amplia cobertura cubriendo de esta manera los propósitos del gobierno que son de que la imagen sea vista en los lugares más remotos utilizando para ello el Satélite Morelos II.

1.3. Características de la televisión

La televisión es una de las conquistas del progreso científico y tecnológico que influye en la organización del trabajo, en la vida cotidiana, la economía, la política, las diversiones y los espectáculos.

Frente a este progreso no nos queda más que asumir una actitud razonable, de explicarnos lo que ocurre y tratar de ejercer cierto dominio sobre los medios técnicos en vez de dejarnos dominar por ellos. Tenemos que aprender a aplicar la televisión, a utilizarla, como antes tuvimos que hacerlo con el automóvil, el cine, el avión, etc.

El ejemplo del automóvil es quizá de los más ilustrativos de esa doble cara que tienen muchos adelantos tecnológicos: el medio de locomoción que sirve para acortar las distancias, para ahorrar tiempo, se convierte en las ciudades sobrepobladas y asfixiadas por la contaminación del aire en un factor más de degradación.

Debemos de aprender a utilizar los medios técnicos como primer paso, luego controlarlos. Por lo que se refiere a la televisión, aún no superamos la etapa del primer aprendizaje y ya enfrentamos los problemas

que este medio ha traído.

Las implicaciones del medio audiovisual con el auge de la violencia en el mundo y el encrespamiento general fueron pronosticadas por Marshall Mac Luhan diciendo:

"este chisme es peligroso. Lo mismo instiga a comprar un determinado producto, que a tener sed, mediante el rodaje de secuencias subliminales que fomenta la bulimia, genera ansiedad, y es una fuente de creación de necesidades artificiales; será un acicate a la violencia. Va a producirse un incremento en el número de asesinatos".¹

1.4. Aspectos legales de programación

La televisión tiene diferentes características técnicas tanto para su emisión como para su comercialización, mismas que están fundamentas en el reglamento de la Dirección General y Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte que dice:

"El funcionamiento técnico de la estación podrá encomendarse bajo la absoluta responsabilidad del

¹ SACRAMENIA, Millan. De la exaltación a la descalificación. Reportaje. Revista Impacto. Agosto 15, 1991, p. 22.

concesionario a personal que cuenta con certificado de aptitud para el manejo de los equipos e instalaciones".

- Para el envío o recepción de señales el concesionario se obliga a utilizar el sistema nacional de conducción de señales que está encomendado a la secretaría, pagando los derechos correspondientes y con sujeción a las normas que rijan su operación.

- La secretaría fijará los mínimos de las tarifas que se apliquen a los diferentes servicios que preste el concesionario.

- La secretaría fijará al concesionario un canal determinado para operar y explotar la estación televisiva, la ubicación del equipo transmisor, la potencia autorizada, el equipo radiador, el horario, el distintivo de llamada y el tipo de estación.

- En caso de guerra internacional, de grave alteración del orden público o cuando se tema un peligro inminente para la paz interior del país o para la economía nacional, el Ejecutivo Federal tendrá derecho a requisar la estación si a su juicio lo exige la seguridad, la defensa, la economía nacional o la tranquilidad del país.

- El personal de inspección tendrá la facultad de suspender toda transmisión que, a su juicio, viole frágamente cualquiera de las prohibiciones que en materia de prohibición establecen las leyes, sus reglamentos y esta concesión.

- La Secretaría de Educación Pública debe solicitar a la Secretaría de Gobernación y a la Secretaría de Comunicaciones, de acuerdo a las condiciones que

establece la Ley de Radio y Televisión, la estricta observancia de su fracción trigésima segunda que dice: el concesionario se abstendrá de transmitir programas infantiles que sean contrarios al fomento y estímulo de la creatividad, la integración familiar, la solidaridad humana, la comprensión de los valores nacionales, el conocimiento de la comunidad internacional, el interés científico, artístico y social de los niños. Así, también las fracciones vigésima cuarta, vigésima séptima, vigésima octava y trigésima primera, que dicen:

FRAC. 24/a.- El concesionario debe efectuar transmisiones gratuitas diarias con duración hasta de treinta minutos continuos o discontinuos dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social con el material que al efecto le proporcione la Secretaría de Gobernación.

FRAC. 27/a.- Para cumplir con la obligación de aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales, así como las expresiones de arte mexicano, el concesionario se obliga a fomentar la creatividad de artistas, técnicos y especialistas mexicanos en esta materia.

FRAC. 28/a.- El esparcimiento como medio de mejorar la vida de la población, sus costumbres y la unidad familiar, constituye una obligación permanente de el concesionario, quien será responsable de que las transmisiones de esta índole cumplan con el propósito cultural y de superación moral de la población, eliminando ejemplos inconvenientes de todo tipo de corrupción a las buenas costumbres e influencias contrarias al desarrollo armónico de la niñez y de la juventud”.

FRAC. 31/a.- Los programas y publicidad impropios para los niños y adolescentes a juicio de la Secretaría de Gobernación, el concesionario deberá transmitirlos sólo en los horarios destinados a los adultos, y en todo caso, deberán anunciarse como tales, tanto antes de iniciarse la transmisión como en los anuncios o avances que se hagan, ya sea por la propia estación o por cualquier otro vehículo de publicidad en que se dé a conocer la programación de la estación concesionada².

² Ley Federal de Radio y Televisión. Diario Oficial de la Federación. Enero 26 de 1986.

2.- TELEVISION Y SOCIEDAD

2.1. Efectos en la población

La televisión es el medio de comunicación más poderoso o influyente en la opinión pública y quizá uno de los que más críticas recibe. Mantener una actitud selectiva frente a la montaña de programas que hoy implacablemente nos bombardean, desmitificarla y fomentar otro tipo de aficiones es la mejor vía para sacar el máximo provecho de las ventajas que ofrece la pequeña pantalla.

Hace más de medio siglo que la televisión está en nuestro país y desde entonces ha desatado polémicas, ha llegado a ser un aparato de indudable fuerza, no sólo en la conformación de la opinión pública, sino también en cuanto al poderío económico que ha obtenido.

La televisión pública mexicana, hasta hace unos cuantos años, se dedicó a minar la resistencia del espectador al poder absorbente y enajenante del medio hasta dominar por completo en el gusto, implantar formas de conducta y modas y, por si fuera poco, dejar de lado muchas de las antiguas formas de convivencia familiar.

Con la extranjerización de los programas, la falta del ingenio en los programas nacionales y la copia de modelos principalmente americanos logran por la constante repetición de imágenes influir en conductas no aptas para el medio cultural de una ideosincracia diferente.

El modelo de comunicación en México está caracterizado a nuestro juicio, por cuatro rasgos distintivos que a continuación se exponen:

a) El predominio del criterio mercantil hace que se elimine el potencial de los medios masivos de comunicación como servicio social y se busque, sobre todo, la ampliación de los públicos, tratando de atraer su atención a través de productos fácilmente asimilables o sensacionalistas, sin cuidar su calidad. La gran mayoría de la información mercantil está dirigido a productos chatarra o productos nocivos para la salud, haciendo la televisión un medio poderoso al servicio de grandes monopolios.

b) Los insumos, el material y el contenido dependen principalmente de lo que se produce en la capital, haciendo circular una visión urbana y centralista.

c) La concentración de los medios masivos de comunicación en unas cuantas manos hace que se imponga la visión del mundo, de la sociedad y

del hombre de unos cuantos, deslegitimando aquellas visiones que poseen otros grupos y sectores sociales. Esto es comprensible, al estar los principales canales de proyección nacional al servicio de dos empresas (Televisa y Tv Azteca) los intereses de éstas predominan a los intereses de la sociedad haciendo una televisión unilateral y subjetiva.

d) La dependencia hacia Estados Unidos principalmente, está presente en todo el modelo de comunicación mexicana: en la necesidad de importación de tecnología, en la infraestructura de emisión y recepción de mensajes, en el contenido de la información de películas, videos, historietas, grupos musicales, etc., lo que impone una visión del mundo construida desde los centros de poder internacional. La entrada de canales extranjeros, la televisión por cable y la transmisión por satélite hace más fácil la recepción de imágenes negativas, siendo pocos los canales culturales, causando con esto, una pérdida de valores morales y desintegración familiar que en otros países es más usual.

Estos elementos traen por consecuencia que los medios masivos de comunicación conciban a la audiencia como consumidores de bienes simbólicos y de mercancías.

2.2. La familia y la escuela como instituciones sociales

La familia y la escuela son instituciones sociales, y como tales, tienen una trayectoria específica y determinadas características y condicionamientos que las diferencian entre sí.

En el núcleo familiar es en donde se establecen las primeras formas de conocimiento y de reconocimiento social, que entre otras se hace patente a partir de las experiencias generadas en ellas, manifestados cada uno de los sentimientos que van conformando al ser humano. Identificar a la familia como parte fundamental y determinante en la formación de la personalidad del niño, significa recuperar y valorar el contexto familiar en todos los educandos que asisten a la escuela primaria, esto es, reconocer los valores presentes en el núcleo familiar con la finalidad de establecer continuidad entre ésta y la escuela.

La influencia que ejercen los padres de familia en los pequeños es diferenciada, pero depende principalmente de la interacción establecida entre los miembros de la familia, la atmósfera o clima emocional del hogar, los métodos disciplinarios que emplean los padres, para ellos, el hijo es ante

todo un sujeto al que hay que dar afecto y a la vez formar.

La legitimidad de la familia para socializar a los niños, está más o menos dada, mientras que en la escuela adquiere su legitimidad principalmente en la necesidad de capacitar a los niños y jóvenes para que sean sujetos socialmente productivos y funcionales al sistema.

Por lo tanto, se debe inculcar en los niños, tanto en el hogar como en la escuela, buenos hábitos con relación a su tiempo libre y, considerando el uso de la televisión como uno de los pasatiempos preferidos por los niños en la actualidad, crearle una capacidad de discriminación que alerte su mente, frente a la multitud de programas que ésta ofrece.

La escuela por su parte, es la institución formalmente encargada de la educación. Los maestros, al igual que los padres de familia, sirven de modelos y guías en el desarrollo integral de sus alumnos. Sin embargo, mientras que en la familia la aprobación o desaprobación de los acontecimientos se realiza a partir de particulares creencias y valores, la escuela, por lo general, alude a razones, y se supone que los juicios emitidos por los maestros o vertidos en los libros de texto conlleven a una función más socializadora.

Para la escuela, el niño constituye un sujeto al que se debe instruir principalmente para formarlo como un ciudadano responsable de su país, y llegue a ser un individuo socialmente productivo y respetuoso.

La escuela y la familia no son, por supuesto, las únicas instancias de socialización, estas instituciones son capaces de llevar a cabo, estrategias educativas para incidir en el aprendizaje informal que los niños realizan de los medios masivos de comunicación.

Los medios de comunicación desarrollan indudablemente, muchas funciones sociales, que confieren un status según la población social de personas o de cuestiones sociales subiendo cuando aquéllas logran atraer la atención de los medios de comunicación. Esto se puede comprobar en el esquema publicitario de declaraciones elogiosas sobre un producto lanzado por "personas de moda". Estos anuncian públicamente que el grande y poderoso mundo del comercio considera que dicha persona posee un status suficientemente elevado para que sus opiniones puedan tener peso para mucha gente. Esta función de concesión de status entra en sí en la acción social organizada, legitimando ciertos sistemas, ciertas personas y ciertos grupos que obtienen el apoyo de los medios masivos de comunicación.

Autores de diferentes corrientes pedagógicas coinciden en que estas instituciones sociales junto con los medios masivos de comunicación son las instancias socializadoras por excelencia.

A diferencia de la familia y la escuela, los medios masivos de comunicación se insertan en la sociedad fundamentalmente como medios informativos y de entretenimiento. No se crearon originalmente como instituciones educativas; el que vaya adquiriendo funciones pedagógicas o que eventualmente se les utilice con fines didácticos.

Muchas veces, las funciones de entretenimiento y diversión de estos medios resultan más eficaces para el aprendizaje que las estrictamente educativas; esto se debe principalmente a sus características, en especial de la televisión. Mientras que las imágenes van ganando primacía como medio de información y de aprendizaje, la escuela en cambio, con un discurso bastante racional y muchas veces manteniendo formas arcaicas de transmisión de los conocimientos, va perdiendo terreno en la formación de los educandos.

Cada institución utiliza ciertos discursos, es ahí donde se crea el conflicto por la gran diferencia en los valores que propone cada una de ellas.

Mientras que en el libro de texto se exalta el nacionalismo, el aprecio por la cultura, la historia y los valores de solidaridad y convivencia; en las caricaturas (programación más vista por los niños) predominan valores de violencia, dominación, desprecio por las culturas minoritarias. Además, hay una exaltación por el individualismo, la ambición personal y el conformismo.

La existencia de varias instituciones sociales y la participación simultánea de los niños en ellas, implica que el niño sea sujeto de una socialización múltiple y, en ocasiones contradictoria. Hay conflictos entre los objetivos educativos de la escuela y la familia, con los objetivos de consumo y diversión de los medios de comunicación. Existe conflicto en los aprendizajes que, como resultado, se forman en los niños.

No es posible afirmar que los niños necesariamente van a adquirir los valores propuestos por el discurso televisivo o por el libro de texto, pero tampoco podemos negar su influencia educativa, sobre todo si consideramos el número de horas que diariamente pasan frente al televisor.

2.3. Funciones mediadoras de la familia y la escuela en los procesos de recepción de mensajes

El proceso de socialización tiene lugar en la interacción con mucha gente y en una variedad de situaciones, este aprendizaje dura todo el tiempo, incluye tanto el aprendizaje directo como el indirecto o mediato, así como la interiorización de actitudes, valores y sentimientos. Por encima de todo se relaciona con la interacción social, puesto que el proceso de convertirse en un miembro activo de la sociedad tiene lugar principalmente a través de relaciones sociales con otras personas.

El niño, que desde muy pequeño está siendo socializado y educado en la familia y la escuela, no se enfrenta a los medios masivos de comunicación con la mente en blanco. Su interacción con los medios de comunicación está mediada (influenciada y en buena medida condicionada) por sus anteriores aprendizajes en el hogar y en la escuela.

Cada institución social usa diferentes mecanismos para "significar" y para "hacer valer" sus propias significaciones, por ejemplo: la familia apela al cariño y a la autoridad moral para influir sobre sus miembros. Los vecinos

y el grupo de amigos emplean el recurso de la amistad, la fidelidad y la cohesión de grupo para reforzar sus propias significaciones. La escuela o el trabajo recurren al prestigio, la disciplina o la autoridad. La religión apela a la fe, al castigo, al premio, etc. La televisión tiene varios mecanismos para hacer valer sus propuestas, y así "mediar" la interacción social del sujeto.

El niño nace en una sociedad en marcha, con símbolos comunes, modelos establecidos de conducta y posiciones reconocidas. A través de algunas personas, que se convierten en objeto de relación emocional y asumen una significación especial en el desarrollo de la personalidad del niño, una de ellas es la madre, así es como el niño aprende los elementos de su mundo social.

Por encima de todo el niño se relaciona con la interacción social, puesto que el proceso de convertirse en un miembro activo de la sociedad tiene lugar principalmente a través de relaciones sociales con otras personas, sentimientos y expectativas, llamando su atención acerca de los derechos y obligaciones, y cada vez que hacen algo o utilizan un objeto, reflejan valores y prevén significados. Al aprobar o desaprobar conductas, al dar instrucciones directas y acentuar valores y comportamientos adecuados a

una variedad de posiciones y condiciones, definen para él su mundo individual.

Una primera mediación en el proceso de recepción de mensajes es la presencia de los familiares en el hogar, especialmente durante la interacción de los niños con alguno de los medios masivos de comunicación, ya que esto posibilita el comentario o el juicio de lo que está viendo en la televisión o escuchando en la radio.

En algunas investigaciones realizadas por el Dr. Guillermo Orozco Gómez con niños de 6/o. grado de educación primaria en escuelas públicas y privadas del Distrito Federal, se encontró

“que en las familias donde había intercambio de ideas y conceptos, todos, pero en particular los niños veían menos la televisión y eran más selectivos en la programación. Y en las familias donde existía menos intercambio de conceptos y más recepción a ideas y costumbres nuevas, los miembros de la familia centaban mucho su atención en temas tratados en la programación como costumbre en los diálogos familiares, esta comunicación se puede decir que es más de tipo social ya que su atención gira en torno a las modas, a la novedad del momento, etc.”³

³ Comunicación y Sociedad, No. 13. Septiembre-diciembre 1991. p. 113.

En otro estudio realizado⁴ por este mismo investigador, se observó la incidencia de los patrones familiares disciplinarios en la interacción del niño con la televisión.

En las familias donde se emplea una disciplina de tipo "inductivo" (con convencimiento y con mucho respeto para los niños), éstos son menos susceptibles al mensaje de los programas comerciales. En cambio, donde el patrón disciplinario es más represivo, con castigos, regaños y con menos razonamientos, los niños tienden a creer más lo que ven en la televisión.

"Varios estudios en América Latina demuestran que los niños tienden a imitar el gusto de sus padres por algunos de los medios de comunicación, además de ciertos géneros, programas o canales específicos.

Pueden mencionarse cuatro tipos de familias respecto de su rol mediador ante los medios masivos de comunicación:

a) La familia permisiva, que no se preocupa por lo que ven o escuchan los niños en los medios de comunicación.

b) La familia cuya preocupación central es por la cantidad de exposición de sus hijos a los diversos medios de comunicación.

c) La familia que asume una actitud activa y comenta lo que el niño ve o escucha en alguno de los medios de comunicación.

d) La familia represiva que tiene bastante controlada la recepción de mensajes de los medios

⁴ Op. cit.

masivos de comunicación en el hogar"⁵

De acuerdo a esta clasificación, los dos primeros tipos de familias ejercen una acción menos mediadora. Las familias que asumen una actitud activa con las más efectivas mediadoras cuando interactúan con la escuela, donde los maestros también se preocupan por la influencia de estos medios en la educación de los niños.

La mediación de los padres también puede ser indirecta, sin dejar de ser explícita, al fomentar en los niños el gusto por otras maneras de información, diversión y entretenimiento.

La forma en que se socializa a los alumnos en la escuela cumple una función mediadora también en la interacción que éstos entablan con los medios de comunicación.

Por ejemplo: en las instituciones donde los maestros utilizan en su práctica docente métodos activos, los alumnos tienen la oportunidad de participar dinámicamente en la construcción de su propio conocimiento, y a la vez de plantear problemas e inquietudes personales. Estos maestros ejercitan así mejor a sus alumnos en la argumentación y negociación, lo cual

⁵ Op. cit. pp. 117-118.

les permite tener menos probabilidad de apropiarse del significado o sentido que se le otorgue por cualquiera de los medios de comunicación, ya que mientras más información tiene el niño sobre un acontecimiento o situación reportada, tendrá más amplitud en la selección de temas o programas, según su interés”⁶.

En la práctica cotidiana se puede observar la importancia que representa que los maestros propicien en clase una discusión sobre lo que los niños vieron en la televisión o escucharon en la radio, o simplemente usen el periódico regularmente para la discusión de ciertos temas de interés social, esto les permitirá a los alumnos ser receptores más críticos hacia los medios de comunicación.

La opinión del maestro es muy significativa para los alumnos, ya que esperan que el maestro sugiera lo que deben traer al salón de clases, este es un factor importante en la mediación que los maestros realizan con los niños en la escuela, sobre todo este punto se hará mención sobre las características más frecuentes en los maestros:

- Aquellos que opinan que los medios masivos de comunicación no tienen nada que enseñar, y por tanto, no son dignos de ser tomados en cuenta

⁶ Cfr. FREIRE, Pablo. Pedagogía del oprimido.

en el proceso educativo.

- Maestros que eventualmente consideran que algún programa de radio o televisión o un periódico deben servir para estimular algún aprendizaje en los alumnos.

- Maestros que opinan que los medios de comunicación constituyen una influencia constante en el proceso educativo de los niños, por lo que es necesario traerlos al salón de clases para sancionar sus mensajes y aprovechar su potencial e información según los objetivos de la escuela.

El grado de mediación realizado por padres y maestros depende de varios elementos, entre los que destacan el estrato social, la cultura, el nivel educativo de los padres y determinadas actitudes frente a la educación de los hijos.

De acuerdo a investigaciones hechas por el Dr. Guillermo Orozco en uno de sus trabajos titulado "El niño televidente no nace: se hace"⁷, menciona que las familias de estratos medios son más conscientes de posibles efectos no deseados de los medios de comunicación en los niños y ejercen una mayor mediación explícita, que los estratos altos y bajos. Las familias de estratos medios, si bien, no se oponen a que los niños vean

telenovelas, todos en la familia las ven juntos y durante su transmisión se hacen comentarios, pero principalmente juicios aprobatorios o desaprobatorios. Usualmente, los niños cuyas madres ven con ellos las telenovelas mostraron una mayor crítica a otros tipos de programación y en especial a los mensajes comerciales.

Por lo general, los niños de estratos altos tienen acceso a una diversidad de opciones culturales y recreativas, se encontró que éstos son lo que más ven televisión. Lo anterior se explica porque, en primer lugar, cada niño tiene su propia televisión en su recámara. En segundo lugar, las opciones programáticas que tienen son mayores (cable o antena parabólica), en tercer lugar, las madres regularmente no están presentes cuando los niños ven la televisión.

Estas circunstancias hacen que en las familias acomodadas la mediación explícita de los padres hacia la televisión que ven los niños sea mínima, en el mejor de los casos.

Se puede decir, que los maestros que con mayor frecuencia provocan la discusión en clase de los programas que los niños vieron el día anterior, y que en las reuniones de padres de familia, por lo regular les recomiendan

⁷ Op. cit.

tener más cuidado con el tipo y cantidad de programas que los niños consumen en casa, son los que propician una mediación escolar efectiva.

La televisión tiende a operar a través de una amplia variedad de soportes y agentes para imponer una actitud o modo de conducta que son necesarios si el individuo quiere ser aceptado o desea permanecer como miembro de un grupo, ejerciendo la televisión una influencia en las actitudes y comportamientos.

Con base en estas observaciones, se puede considerar que la labor mediadora de la familia y la escuela mexicana, por lo menos con respecto a la recepción televisiva es diversa, según se trate de estrato sociocultural al que se pertenece.

2.4. Televisión y consumo

La televisión se ha convertido en las zonas urbanas, suburbanas y rurales en un objeto más de nuestro entorno, en muchos casos es más fácil encontrar en la generalidad de los hogares mexicanos un aparato de televisión que un libro o un periódico.

En nuestro tiempo, resulta ser el medio más importante en la transmisión de mensajes. Su penetración extraordinaria crea y destruye valores, configura patrones de conducta y se ha convertido en un medio de instrucción para millones de niños y adolescentes.

La televisión mexicana, tanto privada como la estatal, requieren de ingresos económicos para su sostenimiento; esos ingresos provienen de la venta de espacios de tiempo para la proyección de anuncios donde se ofrecen al público diversos artículos.

Las compañías de publicidad editan anuncios utilizando las mejores técnicas de mercadotecnia y los efectos de un lenguaje convincente para lograr la venta de los productos principalmente. Estos mensajes comerciales van dirigidos a la población infantil y juvenil, que son la mayoría en nuestro país.

La televisión manipula comerciales en forma tal, que no altera los intereses de los grupos más favorecidos de nuestro país; induce al consumo de artículos innecesarios con comerciales que presentan costumbres y formas de vida que nada o muy poco tienen que ver con la gran mayoría del pueblo de México.

Cada una de las emisiones recreativas o culturales que se realizan por este medio, están condicionadas y aun segmentadas por los comerciales o los anuncios hablados o audiovisuales que se transmiten y que llevan una intención que explican las teorías de la psicología industrial o psicología del consumo como intentos; a través de los medios masivos de comunicación se crean necesidades de consumo en los individuos y una vez creada la necesidad de consumo inducirlos hacia el lugar y el producto que debe adquirir para satisfacer la necesidad de la que ha sido capaz de despertarle el anuncio televisivo o auditivo.

Las distintas formas de relación anunciante-niño a través del anuncio comercial, el uso o consumo de ciertos productos se relaciona con el niño con situaciones agradables; juego, premio, fuerza, alegría, etc. Esta práctica publicitaria común con situaciones agradables y de gustos es la utilizada en la recomendación dirigida a los adultos.

La observación de anuncios comerciales de juguetes nos llevará a descubrir cómo ciertos soldados que sirven para jugar a las guerras, por animación cinematográfica aparentan moverse solos, cuando en realidad el niño tendrá que moverlos manualmente si quiere jugar con ellos.

En la temporada de invierno, el consumismo se enfoca hacia la compra de juguetes que son vistos en caricaturas; de la misma forma se induce a los padres de familia para que prefieran jabones, shampoos, talcos, aceites, cremas con los que sus hijos serán más bellos.

La televisión enfoca con la mayor inteligencia y capacidad formas para desarrollar y exaltar la vanidad de las mujeres y que éstas prefieran los productos que ofrecen: toallas sanitarias, ropa íntima, perfumes, lociones, cremas, shampoos, etc. La sublimidad no empieza o termina en un lugar concreto e invariable, sea cual sea el receptor del mensaje, niños o adultos.

Los espectáculos deportivos son los más codiciados por las campañas de publicidad para colocar los anuncios comerciales de varios productos, principalmente de refrescos, cervezas y licores, así como también ropa deportiva, cámaras fotográficas y películas. En la transmisión de las olimpiadas las compañías publicitarias incitan al consumidor a comprar artículos como: libros, juguetes educativos, enciclopedias y métodos de enseñanza de otros idiomas que tienen muy poca publicidad.

2.5. Influencia de los medios de comunicación en la formación de valores, actitudes y conductas en los niños

La influencia que ejercen los medios masivos de comunicación sobre los niños no se produce en forma lineal, existe un proceso de selección de medios y de mensajes, mediado por las diferencias sociales y culturales, por la edad, el género y por las demás instancias socializadoras con las que el niño tiene contacto.

Los medios de comunicación social, al mismo tiempo que son los reflejos de los condicionamientos culturales y sociales de un mundo nuevo proyectan a su vez, su propio mundo cargado de novedad, posibilidades y también de riesgos y desafíos.

Es un hecho, que los medios de comunicación hacen posible una difusión masiva de los bienes culturales. Existe hoy una verdadera producción de bienes culturales, se podría afirmar inclusive, que el consumo de éstos, va más allá de las propias posibilidades de asimilación de los receptores. Y en esto consiste el gran desafío que los medios de comunicación social plantean a la educación.

Los medios masivos de comunicación hacen circular una propuesta del mundo desde una óptica que responde a los intereses del sector dominante. Esta propuesta es retomada, rechazada, modificada o reelaborada por los individuos según sus propias características y su muy particular proceso de significación.

En la actualidad, la pequeña pantalla ocupa el lugar privilegiado, su influencia sobre el pensamiento de las personas y la facilidad con que se desarrolla esa labor de captación, convierten a los medios televisivos en uno de los recursos de difusión más importante con que cuenta el hombre. Los efectos nocivos de la televisión sobre las modernas sociedades de masas no son datos que manejen los sociólogos como vaticinios, sino realidad que se deja ya sentir.

La televisión, hoy en día, ha sido protagonista de una sutil revolución, su desarrollo tecnológico ha pasado de la pequeña pantalla parpadeante de los televisores de los años 20s y 30s, a pantallas gigantes llenas de color y definición.

A través de su gran influencia, el mundo se entera casi al momento de hechos, acontecimientos, noticias, etc. ayudando a difundir ideas, culturas,

valores de un país a otro, rebasando sin esfuerzo fronteras políticas y geográficas.

La televisión a diferencia de la letra impresa, no requiere que los telespectadores estén instruidos en el complejo arte de la lectura, ni siquiera que se formen sus propias impresiones e imágenes mentales. Ya que todo se nos ofrece: imágenes, sonidos con todos los atractivos posibles. Mucha gente está consciente de este enorme potencial utilizándolo para debates en el caso de candidatos políticos a la magistratura del país.

En el caso de guerras, acontecimientos deportivos, sociales, culturales y echando mano de satélites artificiales y parabólicas llegan a millones de hogares en transmisión directa.

La televisión en nuestro país, es el medio más abordado e influyente; un ejemplo palpable, son las transmisiones de fútbol, y la respuesta de la gente sólo comparable con la recepción que tuvo la visita del Papa Juan Pablo II a nuestro país. En estos casos se ha visto que su capacidad de influencia es impresionante, esta gran avalancha de información nos invade a diario.

Hasta hace muy poco la mayoría de los países subdesarrollados

importaban la mayoría de su programación televisiva, logrando con ello la enajenación de sus propias culturas y valores, provocando una perturbación de sus culturas en centenares de países, además de las ideas de consumismo de la sociedad occidental.

Muchos padres de familia están convencidos de que el hecho de que sus hijos vean a su juicio, un buen programa de televisión, éstos aprenden, pero esto es muy cuestionable dado que se han hecho estudios y se ha comprobado que las escenas de violencia las aprenden con facilidad, mientras que programas culturales les es muy difícil asimilarlos o simplemente les aburren.

En cuanto a normas morales, cada día se transmiten escenas donde aparecen: sexo, violencia, caricias eróticas, homosexualidad e incesto, sin importar el horario de transmisión. Todo ello está fomentando una actitud de valoración diferente de las personas según sean hombres o mujeres, y ello va en contra de la equidad y el respeto a la persona, esto también les puede producir efectos nocivos a los niños como: efectos físicos, emocionales, en la conducta y en el conocimiento.

Los efectos físicos se perciben cuando en el niño hay cansancio, no

juega, sólo quiere estar sentado, posiblemente porque se desveló viendo la televisión o la vio en postura y modo inadecuado.

Los efectos emocionales se manifiestan en el niño cuando le causan asombro y complejidad al ver escenas de violencia o conflicto sexual que el niño no puede manejar por su grado de madurez; la insensibilidad a las cosas simples y valiosas, debido a que cada vez más los programas presentan escenas mucho más violentas y con más sexo; miedo, angustia y temor también son causados por algunas series de televisión que mientras más se acerquen las escenas a las que nos dan miedo en la vida real: lo desconocido, la soledad. El niño se asustará si ha vivido con temor o sufrimiento algo semejante a lo que está viendo en la pantalla, por eso puede impresionarle más una cortada que un balazo.

Los efectos en la conducta se pueden notar cuando el niño se vuelve pasivo, desinteresado e incapaz de realizar cualquier esfuerzo, sea físico o mental, ya que la televisión le presenta programas totalmente elaborados que él no tiene más que verlos. Aprende formas novedosas, a veces muy crueles con las que ejercen la violencia contra sus semejantes, para agredirse. La imitación de personajes favoritos, sean o no positivos. El niño actúa, ante

determinada situación, de la misma manera agresiva que actúa un personaje que ha visto en la televisión, en vez de razonar sus actos, esta causa se debe a la fuerte atracción hacia modelos que presenta la televisión.

Los efectos en el conocimiento se pueden percatar en la dispersión de conocimientos, el espectador no puede distinguir lo que sirve y lo que debe desechar. No puede integrar la información ni relacionarla con sus conocimientos anteriores, con mucha facilidad confunde la realidad y la fantasía, esto se debe a que la televisión nos presenta mucha información de manera dispersa, incompleta. También presenta cosas fantásticas con mucho realismo.

El lenguaje utilizado conjuntamente con las escenas, sensibilizan a las personas de todas las edades, y son utilizadas para que las personas sientan que son "como las demás".

A la larga, los personajes influyen de tal forma, que muchas personas se sientan identificadas con ellos, y por lo tanto, llegan a afectar su propia personalidad. Al paso de los años, la violencia, la inmoralidad, los suicidios, los robos, asaltos y violaciones han aumentado enormemente. Si esta influencia es mucha con las personas adultas, pensemos en los niños, los

cuales son más propensos a creer en el mundo de la fantasía que les ofrece la televisión. Todo ello ha contribuido aunado a los telefilms al empleo de un lenguaje defectuoso, incorrecto y bárbaro que poco a poco se convierte en fuente de idioma, desplazando al pueblo que tradicionalmente ha venido siendo el único núcleo creador del lenguaje vivo.

No existe un consenso global y definitivo sobre la interrogante de qué tanto y en qué sentido influyen los medios masivos de comunicación en la conformación de valores, actitudes y conductas de los niños. Lo mismo sucede con el problema de la relación de los medios masivos de comunicación con los diversos grupos sociales, sobre todo porque un mismo producto comunicativo puede ser sujeto a múltiples lecturas de acuerdo con las condiciones de recepción, el momento histórico y las condiciones materiales y sociales en los que se inscriben los destinatarios.

Lo que sí podemos afirmar, es que los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión, tienen una presencia importante en la vida de los niños. Algunos investigadores sostienen que, por el hecho de pasar largas horas frente al televisor, muchos niños empiezan a organizar su concepción del mundo no a partir de sus propias experiencias por el juego

y la interrelación social, sino a través de la mediación simbólica de la televisión.

De aquí la importancia de impulsar en el niño su ser creativo, imaginativo y selectivo. Los adultos cumplen un papel muy importante en esta área, ya que actúan como mediadores en el proceso de recepción televisiva; ellos pueden fortalecer al otorgar la capacidad de selección de análisis de la propuesta de vida que les llega a través de los medios de comunicación.

3.- TELEVISION Y EDUCACION

3.1. Fundamentación legal de la educación y de sus objetivos

Con la creación de la Secretaría de Educación Pública, la educación primaria dejó de ser un derecho formal para convertirse en una oportunidad real para la mayoría de la población mexicana. Siendo la educación, a través de la historia, el derecho educativo fundamental al que han aspirado los mexicanos y contribuido para establecer el principio de que la lucha contra la ignorancia es una responsabilidad pública y una condición para el ejercicio de la libertad, la justicia y la democracia.

Con la creación del Artículo 3º Constitucional, se formuló de la manera más exacta el derecho de los mexicanos a la educación y la obligación del Estado a ofrecerla, dicho Artículo dice:

"Todo individuo tiene derecho a recibir educación. El Estado-Federación, estados y municipios impartirán educación preescolar, primaria y secundaria. La educación primaria y la secundaria son obligatorias. La educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en el, a la vez, el amor a la Patria y la conciencia de la solidaridad internacional, y la independencia y en la justicia.

Fracc. II. El criterio que orientará a esa educación se basará en los resultados del progreso científico,

luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios. Además:

a) Será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo;

b) Será nacional, en cuanto sin hostilidades ni exclusivismos atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, y

c) Contribuirá a la mejor convivencia humana, tanto por los elementos que aporte a fin de robustecer en el educando, junto con el aprecio por la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos".

La Ley General de Educación establece en el capítulo VIII Secc. III

Art. 74 que:

"Los medios de comunicación masiva, en el desarrollo de sus actividades, contribuirán al logro de las finalidades previstas en el Art. 7º, conforme a los criterios establecidos en el Art. 8º.

I.- Contribuir al desarrollo integral del individuo, para que ejerza plenamente sus capacidades humanas;

II.- Favorecer el desarrollo de facultades para adquirir conocimientos, así como la capacidad de observación, análisis y reflexión críticos;

III.- 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".

El Estado por su parte se propone elevar la calidad de la educación que reciben los niños, y en 1992 el Ejecutivo Federal Lic. Carlos Salinas de Gortari presentó una iniciativa de reforma al Art. 3º Constitucional con el fin de establecer la obligatoriedad de la educación secundaria. Al aprobarse esta medida, el gobierno adquirió el compromiso de realizar los cambios necesarios a los planes y programas de estudio con el fin de establecer congruencia y continuidad entre preescolar, primaria y secundaria.

En lo que respecta a la educación primaria, el nuevo plan de estudios y programas de asignatura que lo integran, tienen como propósito organizar la enseñanza y el aprendizaje de contenidos básicos para asegurar que los niños:

1º. Adquieran y desarrollen las habilidades intelectuales (la lectura y la escritura, la expresión oral, la búsqueda y selección de información, la aplicación de las matemáticas a la realidad) que les permitan aprender permanentemente y con independencia, así como actuar con eficacia e

iniciativa en las cuestiones prácticas de la vida cotidiana.

2°. Adquieran los conocimientos fundamentales para comprender los fenómenos naturales, en particular los que se relacionan con la preservación de la salud, con la protección del ambiente y el uso racional de los recursos naturales, así como aquellos que proporcionan una visión organizada de la historia y la geografía de México.

3°. Se formen éticamente mediante el conocimiento de sus derechos y deberes y la práctica de valores en su vida personal, en sus relaciones con los demás y como integrantes de la comunidad nacional.

4°. Desarrollen actitudes propicias para el aprecio y disfrute de las artes y del ejercicio físico y deportivo.

De acuerdo con esta concepción, los contenidos básicos son medio fundamental para que los alumnos logren los objetivos de la formación integral como lo define el Artículo 3° Constitucional y su ley reglamentaria.

3.2. Televisión y educación

Todos los medios masivos de comunicación están íntimamente

ligados a la educación de los pueblos.

La educación y la cultura tienen un cambio brusco cuando aparece el primer libro impreso que se difunde, después aparecen periódicos, folletos y revistas que van ilustrando cada vez a mayor cantidad de individuos.

Los libros y periódicos provocaron la reflexión del pensamiento; cuando se descubre la radio, las noticias y la música que escuchan, los pueblos reciben una cultura informativa y musical directa e inmediata de lo que sucede en otros ámbitos de su localidad. El cine sonoro maravilla a la gente y también produce cultura. Después de la segunda guerra mundial se desarrolla el uso de la televisión la cual ha tenido una gran transformación ya que a través de ella recibimos una comunicación instantánea con imagen y sonido de lo que acontece en nuestro país y en cualquier otro del mundo.

La televisión participa como agencia educativa no formal: cuando los programas que están viendo los niños, jóvenes y adultos informan sobre el estado del tiempo, por ejemplo, en la pantalla aparece la imagen del Continente Americano y con flechas señala las formaciones nubosas, el país donde está nevando, las zonas lluviosas, cálidas, la formación o la presencia de un huracán, en un tiempo máximo de tres minutos todos, o casi todos los

televidentes entendieron cómo están las condiciones climatológicas en nuestro planeta. Otro ejemplo sería: en las transmisiones de los juegos olímpicos de Seúl, Corea, cuando en programas informativos se pronunciaba: buenos días Corea, buenas noches México. También sucede cuando los niños preguntan a sus papás, hermanos o maestros ¿por qué dicen buenos días México y buenas tardes Europa? o ¿por qué dicen que en México estamos en verano y en Argentina es invierno? De acuerdo a lo expuesto anteriormente consideramos que la televisión sí ayuda a la educación de la sociedad, ya que las dicotomías ejemplificadas estimulan en cierta medida la inquietud del conocimiento en el niño la razón del ¿por qué?

A nuestro juicio, consideramos que la televisión nos aporta una cultura general en: la información de noticias, aspectos políticos, económicos, problemas de investigación social, avances científicos y tecnológicos, de actividades artísticas y deportivas.

Asimismo, existen opiniones de críticos de la televisión de que ésta transmite una semicultura, que condiciona al telespectador por medio de imágenes e ideas que mediatizan la información en beneficio de los grupos de poder a la que está en servicio la empresa televisiva.

Este medio televisivo propaga miles de noticias trascendentes, expone toda clase de problemas, pero no facilita los conocimientos necesarios para afrontarlos de acuerdo a su realidad inmediata.

3.3. Tipos de educación

El estudio de la educación como fenómeno social, considera que el proceso de enseñanza aprendizaje no se reduce sólo a las relaciones directas entre educador y educando, sino que esta relación es solamente una de las formas que adopta dicho proceso, por lo tanto la educación presenta carácter formal, informal y no formal. Estos conceptos para efectos de análisis, se explican por separado. De hecho los individuos estamos formados con frecuencia y simultáneamente por las tres modalidades de educación.

La educación como proceso de carácter formal, informal y no formal presentes en el desarrollo social, interactúan de manera articulada para formar la conciencia real del hombre.

La educación formal es el aprendizaje que tiene lugar en las aulas y se refiere al sistema educacional jerárquicamente estructurado, graduado

cronológicamente que va desde la educación elemental hasta la superior.

En nuestro país, la educación formal se divide en: Educación Básica, subdividida en: Preescolar, Primaria y Secundaria, regidas por un Plan Nacional de Educación que conforma programas para los distintos grados y niveles con sus respectivos sistemas de evaluación. Educación Media Superior y Educación Superior estructuradas en planes y programas de estudio y sistemas de evaluación.

La educación informal es la que adquiere el individuo a lo largo de su vida, es relativamente desorganizada y asistemática: pero que proporciona un gran acervo de conocimientos prácticos que cualquier individuo está en posibilidad de adquirir.

Por medio de este proceso el individuo logra aptitudes, valores, habilidades y conocimientos adquiriendo experiencia diaria por la relación con los grupos primarios (familia, amigos, escuela, trabajo, etc.) y secundarios (grupos políticos, instituciones religiosas y culturales), o por influencia del ambiente y de los medios de comunicación masivos.

La educación no formal está organizada fuera del marco de trabajo de la escuela formal y orienta su acción:

a).- Al mejoramiento de la vida social o al desarrollo de destrezas ocupacionales específicas, a través de programas no normados por planes curriculares, sino que responde a necesidades predeterminadas.

b).- La formación en los niveles correspondientes a la educación básica, media superior y superior, en lo que se denomina educación abierta.

c).- A la concientización y la vertebración social necesaria para generar procesos educativos que propicien actitudes, valores y formas de organización social capaces de operar el cambio.

d).- A ofrecer a los grupos de población que no han tenido acceso a los beneficios del sistema escolar, una instrucción equivalente a la que pudiera obtenerse por ese medio, fundamentalmente en el nivel básico y medio.

e).- A ejercer una función para el desarrollo económico; capacitando y adiestrando en habilidades y destrezas básicas.

f).- A preparar a los grupos marginados por el sistema social, para que puedan participar activamente en los procesos sociales que afectan su desarrollo personal y comunitario.

Cualquier programa educativo que no forma parte del currículum

ordinario de escuelas y universidades y que permanece al margen de los sistemas de exámenes, créditos y certificados, es considerado no formal, incluso si es impartido en aulas escolares o por maestros titulados, fuera del horario escolar, aun en aquellos casos en que los métodos de enseñanza sean altamente formales.

3.4. Los medios masivos de comunicación como educadores informales

El rol que los medios masivos de comunicación juegan en la educación en general ha sido ampliamente reconocido y, en buena medida, también documentado.

La presencia cada vez mayor de los modernos medios de comunicación en la vida cotidiana de los niños, plantea un doble reto a sus padres y educadores: al aprovechamiento inteligente de algunos contenidos, así como de las nuevas formas de organización de la información que ellos posibilitan.

A partir de la segunda mitad de este siglo, los medios masivos de comunicación iniciaron un proceso de expansión que abarca los más

diversos espacios sociales. Este desarrollo acelerado no se dio espontáneamente, sino que correspondió también con el crecimiento de los países más desarrollados y con la introducción de los medios masivos de comunicación en Latinoamérica, como parte de un proceso transnacional de dominación cultural e ideológica.

Si se toma en cuenta que los medios de comunicación están presentes en la sociedad de manera habitual y masiva, y que brindan a la población gran cantidad de información que difunde (de manera sutil e invisible) concepciones del mundo, de la sociedad, de las relaciones sociales y de las relaciones de vida con una valoración y ética social, se puede afirmar entonces, que están cumpliendo una función educativa, considerando a la educación como el resultado de la experiencia que adquieren los sujetos en la gama de relaciones que establecen en los diversos ámbitos de la vida social.

En este sentido, los medios masivos de comunicación pueden ser definidos como educadores informales, si se concibe a la educación informal como un proceso permanente que toda persona vive en las relaciones sociales en las que está inserta.

En un artículo publicado en el periódico "El Occidental" el martes 12 de marzo de 1996 en la Sección Educativa, el periodista Víctor Hugo Bolaños Martínez afirma que en un estudio reciente sobre la televisión, proporcionando datos de donde derivan valiosos informes, principalmente sobre la frecuencia de las personas frente a la pantalla de televisión

"sin exagerar, la televisión ejerce una gran fascinación sobre los individuos. Ya que el 50% de las personas interrogadas la ven normalmente incluso durante las comidas y cuando menos el 25% tiene un receptor encendido la mayor parte del día, lo cual significa un alto porcentaje de familias en que la televisión es parte integrante de su vida cotidiana y, desde luego, influye en sus comportamientos sociales".

Según el estudio anterior, los medios masivos de comunicación, presentan diversos niveles del mensaje los que se pueden enunciar de diferente manera:

a) El nivel externo va dedicado al yo exterior, a la semiconciencia del telespectador que simplemente busca un programa para recrearse y dejar correr el tiempo, como afirman algunos de los interrogados.

b) En este nivel el propósito, especialmente en los "comerciales" es convencer a los individuos que internamente tienen una necesidad, o en el caso de las series de televisión y las películas, ofrecer o "vender" un

ambiente social que sea modelo para el receptor, llevando la penetración de modelos extranjeros a su conciencia y semiconciencia.

c) Este nivel se refiere al condicionamiento de respuestas y a la adquisición de conceptos relacionados con las formas de vida y las culturas de donde se emiten esos mensajes televisivos. Pues las series de televisión, las películas y aun las telenovelas mexicanas tienden a buscar la adhesión del espectador hacia los modelos, comportamientos y valores del grupo social que se están reflejando en los dramas de las telenovelas y en los mensajes de carácter comercial.

Anteriormente se creía que la televisión era la fuente más importante de distracción. Si partimos de la base, que mientras un niño ve la televisión "no hace otra cosa", entonces se debe reconocer que: no juega, casi no se mueve, no habla, no explora, no imagina, no crea, no estudia, ni lee, etc., pero su enorme influencia ha llegado más lejos, en muchas ocasiones sirve de guía para opiniones y juicios de valor que se tienen sobre diversos acontecimientos sociales, culturales, etc., anulando con frecuencia el análisis crítico e imparcial de los telespectadores, llegando inclusive a condicionar nuestro comportamiento que presentamos ante hechos, acontecimientos o

personas que sólo han visto a través de la pequeña pantalla.

La educación informal, a diferencia de la formal y no formal, ocurre de manera asistemática; generalmente, se realiza sin que el sujeto tenga conciencia de ello.

Es por esto, que los medios masivos de comunicación son un importante mediador cognoscitivo entre el acontecimiento histórico y la representación de la realidad que portan los sujetos sociales.

3.5. La televisión y su influencia educativa

La televisión es el medio más eficaz para la transmisión y difusión del mensaje, ya sea en blanco y negro o cromática, tiene un impacto tal que atrae en forma masiva ayudada por el sonido y la nitidez de la imagen.

La televisión para tener un enfoque de educación formal requiere que la programen para tal fin.

En los países de América en los que sus empresas televisivas se rigen por el sistema mixto o privado, el Estado es el único que puede autorizar el funcionamiento de este medio de comunicación. Concede autorización a

empresas privadas para que funcionen canales de televisión, a la vez que el mismo Estado organiza su empresa de televisión. Tanto la empresa estatal como la privada tienen libertad para programar el horario de sus transmisiones con sujeción a la ley respectiva. De esta forma, casi todas las empresas de televisión en México y en América dedican el mayor tiempo de sus transmisiones a programas de diversión y entretenimiento como: películas, telenovelas, programas musicales, cómicos, noticias y deportes. En cambio, los programas educativos y culturales tienen poco horario de transmisión. Además hay programas de enfoque especial para niños, caricaturas y educativos.

La televisión mexicana tiene cierta influencia educativa y cultural sobre la sociedad, en razón de que al escuchar diálogos en los diferentes programas se está recibiendo y adoptando un lenguaje o palabras que modifican y amplían el léxico de los telespectadores.

Muchos críticos responsabilizan a la televisión de desculturizar a nuestra sociedad debido a que el bombardeo comercial de modas, productos, vocabularios y costumbres extranjeras que generalmente la juventud adopta como lo mejor; consideran que se ha perdido mucho del nacionalismo, de la

identidad cívica y patriótica. Para muchas personas la televisión es "una caja idiotizante".

Tomando en cuenta lo anterior, lo más razonable sería explicarnos lo que ocurre y tratar de ejercer cierto dominio sobre los medios técnicos en vez de dejarnos dominar por ellos. Tenemos que aprender a utilizar la televisión así como controlarla, porque ya enfrentamos problemas que su incidencia en el medio ha traído.

No debemos perder de vista que la televisión es una realidad y no va a desaparecer; y más que juzgarla como una forma de utilización del tiempo libre puramente negativa, se debe de aprender a usarla mediante la selección acertada de los programas y facilitando el diálogo e intercambio entre los miembros de la familia, asumiendo una actitud activa y crítica ante ella. Buscando así elevar el nivel de vida, de la educación y la moralidad.

3.6. Televisión y conducta

En sí, la televisión con los programas dedicados a los niños no aporta lo que debería de ser para influir de manera positiva en su formación, con

excepción de unos cuantos que a nuestro juicio ayudan tanto a la familia como al niño a pensar en la solución de los problemas y sobre todo a enfrentarlos y adquirir conductas positivas para resolverlos, dichos programas son: Nuestro Universo, Nova, 60 minutos, Cámara Infraganti, Documentales de apoyo a los minusválidos, Las 13 preguntas del 13, Carrusel, Programas científicos de la UNAM, Mundo Salvaje, Descubriendo a México, etc.

Algunos programas de la televisión inducen a la disminución de los valores morales y como consecuencia a la adopción de ciertas formas de conducta negativa que afecta más a los niños y adolescentes los que en determinadas circunstancias actúan en forma prepotente sin respeto alguno a la sociedad y a sus normas. Principalmente las caricaturas tienen cierta influencia en la formación de conductas agresivas y desubicándolos de la realidad que viven con la ficción que se les presenta y que es retroalimentada diariamente, dando como resultado, una personalidad distorsionada.

La escuela confronta el problema de los niños que están a diario frente al televisor en donde se presentan programas como telenovelas cuyos temas comunes son de intriga, robo, asesinato, contrabando, divorcio, hechicería;

películas que inducen a la violencia, destrucción, muerte, sexo, prostitución, drogadicción, etc.

Ante este panorama de degradación social, la SEP ha sido débil pues no produce programas que contrarresten a lo que ya hemos hecho mención. Considerando también al Estado como responsable al no frenar el desorden social existente, también por no hacer las reformas necesarias a la Ley de Radio y Televisión.

La responsabilidad cae de la misma manera en muchos padres de familia, debido a que para mantener entretenidos a sus hijos los sientan frente al televisor, con la sola finalidad de mantenerlos ocupados.

3.7. Televisión y hábitos

La influencia de la televisión en los niños es patente, al grado de transformar sus hábitos, costumbres y actitudes. El infante es alejado de las calles y parques recreativos para encerrarlo frente al televisor. Ahí le es proporcionada la llamada cultura infantil que se gesta a través de los medios de comunicación, pero que no responde a una evolución espontánea de los

hábitos artísticos y lúdicos del niño, sino en una estrategia interesada cuyo objetivo es la imposición de un determinado modelo de vida que genera ciertos gustos culturales y la incorporación inmediata a la cadena de consumo.

Consideramos que la situación económica existente obliga a que las dos cabezas de familia trabajen; pero esta no es razón para inducir al niño a que pase horas frente a la televisión consumiendo mucha chatarra visual y alimentaria.

La revisión de una semana de programación infantil en el mes de julio de 1996, arrojó un total de 147 horas y media, de las cuales el Canal 5 de Televisa transmitió el 40% de este tiempo dedicado fundamentalmente a dibujos animados; el Canal 7 de Televisión Azteca transmitió 27 horas de caricaturas y programas de concurso; el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional ofreció 20 horas y media en series extranjeras y el Canal 22 transmitió 15 horas de programación infantil especial por ser época de vacaciones.

Los géneros que ocuparon a los niños en dicho mes; el 66.1% de la programación se integró con: Transformers, Piratas de aguas tenebrosas,

Correcaminos, Animaniacs, Cazafantasmas, Power Rangers, Liga de mutantes y Guerras mágicas; el 13% se destinó a programas de concurso y reportajes tipo Caritele y En familia.

Lo anterior nos muestra un amplio panorama sobre la gran variedad de la programación dedicada a los niños donde están expuestos durante un largo lapso de tiempo en el que van adquiriendo hábitos no deseados tanto en su formación física y mental, aunque estos programas no producen por sí solos un efecto directo, ya que consideramos que dependerá en gran medida los valores, la visión del mundo y el código que el niño trae dentro, lo que hace que dichos programas sean o no consumidos positiva o negativamente.

3.8. Televisión y actitudes

En su expresión comercial, la publicidad por televisión ha demostrado su importancia en la determinación del consumo popular.

Como instrumento de control y de cambio social, la televisión según su contenido y organización actúa en forma positiva o negativa sobre la sociedad de nuestro tiempo.

La televisión ejerce una influencia educativa en el espectador, de tal forma que se corre el riesgo que presente programas que influyan en actitudes más negativas que positivas según el modelo ideal que la educación formal desearía obtener de sus educandos.

La televisión es una escuela que interesa y atrae a niños y adultos, por lo tanto analizaremos algunos efectos de su influencia:

Uno de los efectos que conlleva la televisión a formar actitudes negativas es la presentación de programas con los problemas reales y cotidianos que se suscitan en el hogar, en los centros de trabajo, escuelas, eventos deportivos y principalmente en las notas rojas de información policiaca, por tal razón la mayor parte de los televidentes y principalmente los niños, ven las imágenes, pero no han aprendido a observar, oyen y no han aprendido a escuchar. Es la causa por la que adquieren actitudes de las imágenes que la televisión les presenta, aquí es donde encontramos la verdadera razón de que la televisión debe de estar al servicio de la educación para que los docentes aprovechen este medio par que el niño haga una recepción crítica de lo que ve y escucha en los mensajes.

En nuestro tiempo, podemos observar en algunas escuelas la

drogadicción que afecta a algunos alumnos, la violencia en eventos deportivos. Otro factor que contribuye para que el niño interiorice actitudes favorables se observa en la venta de bebidas alcohólicas en los estadios, la actitud agresiva de los espectadores, la actitud antideportiva de los jugadores que contrastan con los fines que debe perseguir el deporte para el espectador.

De continuar la televisión con esa carga intensa de escenas agresivas y fuertes en todos los horarios, reforzará las actitudes agresivas, prepotentes, que ya son comunes en los niños y en la juventud, teniéndolos por lo tanto, cautivos de estas sensaciones visuales que las descargan en sus familias, amistades y en la escuela, perjudicando su estabilidad emocional desconcentrándose de su actitud social y participativa en el ámbito escolar.

3.9. El niño escolar y la televisión

La televisión está creando en la niñez escolar una conducta pasiva en base a imágenes y lecturas rápidas, el niño habituado a este estilo narrativo no desarrolla la capacidad de reflexionar, se instala en la pasividad y en una cierta lectura mecánica que sólo exige continuas novedades icónicas.

Paralelamente rechazará cualquier otro estilo narrativo que le exija la reflexión y que le exija respuestas activas.

Los mensajes comerciales el consumismo de los niños y padres de familia, presentan imágenes rápidas, atractivas cada tres minutos, ahí reside precisamente su máxima gravedad: en la capacidad de crear hábitos en los pequeños telespectadores en inducir a los niños en un tipo de lectura superficial que ni controla ni comprende, pero por la cual es sugestionado y controlado.

Estos hábitos son pasajeros y van a ser repetitivos mientras permanezcan estos tipos de comerciales. El que al niño le agrada, no elimina las consecuencias negativas para su sensibilidad estético cultural, que destruye toda posibilidad de reproducción de la cultura infantil tradicional, que lo inhibe de la convivencia de grupos infantiles. Junto a la desaparición de las viejas canciones los juegos que las acompañan y, naturalmente, lo malo está en la simple desaparición de estos juegos, sino que son sustituidos por nuevos modelos de acción, únicamente por la "actividad" misma de contemplar la televisión.

Las principales corrientes psicológicas conceden una importancia

clave a la actividad lúdica en los diferentes estadios de desarrollo infantil. El niño que juega libremente es un verdadero investigador que somete la realidad a experimentos a partir de los cuales va adquiriendo su propia conciencia del mundo a la par que esa madurez que comúnmente se había venido llamando "uso de razón". Pues bien, el niño de la generación del televisor se ve constreñido a renunciar a su labor de investigación, en contrapartida, "la actividad" (de hecho pasividad) de contemplar la televisión le proporciona una conciencia y una razón que ya no son ni podrán ser las suyas, y no sólo habría que hablar de problemas de carácter psicológico. La ausencia de juego implica también la ausencia de actividad física y ésta es imprescindible desde el simple punto de vista de la salud.

3.10. El niño mexicano como receptor de medios de comunicación

La televisión es uno de los medios masivos de comunicación con mayor incidencia en el universo infantil tanto por su accesibilidad al estar en su hogar como por el tiempo que pasan los niños frente a ella.

La televisión tiene un poder de atracción porque presenta imágenes de

la realidad aunque el espectador al contemplarlas se siente frente a la realidad y no ante una imagen de la misma. De esta forma el niño le da vida a los personajes de la pequeña pantalla, juega a ser la Tortuga Ninja, Batman, Rambo o cualquier otro héroe visto en la televisión; además habla de ellos como si se tratara de un miembro de la sociedad.

En un artículo publicado por Adriana Ochoa en el periódico "Ocho Columnas" el día 17 de marzo de 1996, hace referencia a un estudio realizado en la Cd. de México con 938 niños de educación primaria en el que se demuestra que el 37% de los programas favoritos por los niños eran considerados como: aventuras, caricaturas, y dramas de animales. Todos ellos presentan una fuerte carga de violencia a pesar de estar clasificados para niños. El resto de los programas y comerciales que veían eran dirigidos a los adultos, en los que se muestra un estilo de vida donde lo importante es tener buena posición económica y social, a costa de ejercer la violencia, la estafa y el robo.

Esto nos muestra que el niño va adquiriendo una visión del mundo que lo rodea, así como un esquema de conducta y de valores.

El niño urbano parece ser el más expuesto a este medio, por la

restricción de los espacios de las viviendas, la poca seguridad en las calles y el número insuficiente de parques y espacios recreativos. Otro aspecto importante que se aprecia, es que los niños de menor estrato económico tienen mayor exposición a la proyección nacional, y los de índice socioeconómico superior a la extranjera, y a la vez, son los que pasan más horas viendo la televisión.

Entre los géneros que prefieren los niños, también se encuentran los programas cómico-musicales y las telenovelas, géneros que se dirigen predominantemente a los adultos. Las telenovelas son plato fuerte de la televisión mexicana correspondiendo al género melodramático. La estructura del melodrama que va directamente al corazón, es muy apropiada para los propósitos que van más allá del entretenimiento. La telenovela no sólo representa la reafirmación de un papel social determinado por el sexo, también incluye en sus historias todas las aspiraciones que deben manifestarse para concordar con discriminaciones de clase, con intencionalidades políticas, con arreglos sociales. La burguesía representa el modelo de vida ideal, el éxito o fracaso de una vida se mide en relación directa con la distancia entre el personaje y su modelo burgués.

Por lo general, los niños no muestran inclinación ni interés por los programas con una clara intencionalidad educativa o informativa, debido a que la televisión se relaciona más como un medio de entretenimiento que como un medio educativo e informativo. En cuanto a los héroes televisivos, los niños muestran mayor y conocimiento de éstos que de los héroes nacionales.

La programación destinada a los niños considera como objetivo fundamental el entretenimiento, éste se concibe casi como una forma de hipnosis de la mente infantil. Las técnicas utilizadas mantienen la atención fija: mucho movimiento, insistente sonorización, secuencias rápidas, inexistencia de momentos de reflexión. Existen muy pocos programas infantiles que ayuden a los niños a obtener conocimientos útiles para su desarrollo escolar, aunque estos programas no carecen de tendencias ideológicas favorecedoras de la visión yanqui del mundo.

Por otra parte, la programación infantil muestra un carácter claramente comercial en sus contenidos y formas. Cada programa es constantemente interrumpido por anuncios comerciales y existe, además, una fuerte relación entre la industria del juguete y los programas infantiles: la

mayoría de los personajes de éstos son convertidos en juguetes.

Mucho de lo que aprenden los niños mexicanos de la televisión corresponde a temas publicitarios y personajes televisivos. Este aprendizaje contrasta con la "ausencia" de aprendizaje de la historia nacional y en particular de los personajes históricos mexicanos.

Estos ejemplos sirven para ilustrar cómo no sólo lo que aprenden los niños de los medios masivos de comunicación compiten con las enseñanzas de su padres y maestros, sino que incluso ponen en riesgo el éxito de su educación, según los objetivos de la escuela pública mexicana.

Esto nos muestra que los niños están sujetos a varias instancias socializadoras como son: la familia, la escuela y los medios masivos de comunicación, por esto, no pueden considerarse como individuos homogéneos, sino como sujetos con rasgos específicos acordes con la clase y grupo cultural donde están insertos.

Puede afirmarse que de los medios masivos de comunicación, es la televisión la que ejerce una influencia más significativa en la vida de los niños, independientemente de su estrato social.

3.11. La educación para los medios de comunicación

El concepto más antiguo de los medios de comunicación fue verlos como una amenaza por producir una cultura falsificada que atentaba contra la auténtica cultura y sus valores culturales, por sus anuncios publicitarios, por la manipulación y explotación de la audiencia, su corrupción del lenguaje y su oferta de atracciones y satisfacciones fáciles y bajas.

Con el término educación para los medios se engloba aquí una gran variedad de esfuerzos, que aunque tienen distinta trayectoria y buscan objetivos específicos muy particulares conllevan la misma preocupación implícita por preparar, en este caso a los niños, para que sean receptores críticos de los medios masivos de comunicación y puedan, a la vez, servirse mejor de todo lo positivo que éstos ofrecen.

Con el propósito de ofrecer una protección a la amenaza que estos medios de comunicación representaban, se fue permitiendo así la entrada de una pequeña porción de estos medios en la clase y convirtiéndose la enseñanza de los medios en una enseñanza contra los medios.

El interés por encontrar alternativas frente a la presencia creciente de

los medios masivos de comunicación y su posible impacto nocivo en el desarrollo educativo de los niños, tiene diversas motivaciones y está en buena medida condicionado tanto por el lugar, como por el momento histórico concreto.

Los primeros esfuerzos de educación para los medios se inicia en Inglaterra, de una forma u otra, tenían como principal objetivo enseñar a los niños a ver, oír y leer críticamente y a poder distinguir entre lo bueno y lo malo. Esto dentro de una perspectiva que consideraba a los medios masivos de comunicación como contaminadores ideológicos en la sociedad.

En Australia se tiene una experiencia avanzada e importante en educación para los medios, desde los años setentas se desarrolla a lo largo de su curriculum tanto de primaria como de secundaria el estudio de las formas y lenguajes de los diversos medios, el análisis de las audiencias y de los mensajes, pero sobre todo, el de la comprensión de los medios de comunicación como mediadores entre el receptor y la realidad. Los programas y cursos que se han implementado con este fin incluyen varios aspectos: uno de ellos es el estudio de las formas y lenguajes de los diversos medios, otro es el estudio de las audiencias, especialmente el análisis, y otros

aspecto muy estudiado es el referente a los mensajes mismos.

En Canadá se origina la educación para los medios y se desarrolla como parte de un amplio esfuerzo social por mantener una identidad propia, a la vez que por construir una conciencia nacional. Existe una Asociación Nacional de Telespectadores, la cual juega un papel central en este esfuerzo. Publica boletines sobre temas de televisión con el objetivo de orientar a maestros y padres de familia sobre la programación televisiva y sus efectos, de modo que les permita mediar más efectivamente ante la televisión que ven los niños. A la vez ha desarrollado un currículum obligatorio para la enseñanza de los medios de comunicación.

Por su parte, España ha incorporado una ley de educación primaria y secundaria con el fin de que los educandos adquieran una enseñanza reflexiva y crítica de los medios de comunicación a través de un sistema de materias optativas.

En Francia, la educación para los medios se inicia a principios de los años sesentas, pero en 1979, se comenzó con un proyecto muy ambicioso denominado "Joven espectador activo", llevando a la escuela los objetos cotidianos con que juegan los niños, lo que ven, lo que escuchan, lo que les

gusta de los cuales los niños obtienen aprendizajes que permiten vincular lo extraescolar con lo escolar y enriquecen el desarrollo educativo general de los alumnos.

Estados Unidos por su parte, se ha dirigido a desarrollar en los niños y jóvenes una serie de destrezas de recepción que les permita ser más críticos ante los mensajes de los medios masivos de comunicación. El objetivo general que pretende lograr con la educación para los medios es doble: por una parte, involucrar a padres de familia y maestros y, por otra, proveerlos con una serie de orientaciones para intervenir antes, durante y después de la exposición del niño ante la televisión.

En Latinoamérica, las primeras experiencias de educación para los medios, buscaron retomar y adecuar ciertos programas provenientes de los países desarrollados, pero la mayoría de ellas vieron la necesidad de crear nuevas tecnologías, tomando en cuenta la especificidad y problemática particular de la región y de los grupos y sectores hacia los cuales iban dirigidos estos programas.

Existe un plan de educación cinematográfica para niños que opera en Uruguay, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y República Dominicana, su

objetivo primordial consiste en educar a los niños como espectadores críticos e iniciarlos en el conocimiento del lenguaje de la imagen para que puedan descubrir la fuerza expresiva de ésta y su valor como medio de comunicación. También se considera importante capacitar a los niños para que expresen su visión del mundo para fortalecer la conciencia de su valor personal y social.

En nuestro país, las experiencias se han orientado fundamentalmente a la recepción crítica del medio televisivo como:

a) Mejor Televisión para Niños, A.C. se trata de una asociación civil, constituida con el propósito de concientizar a los padres de familia y a los maestros sobre la necesidad de crear una programación adecuada y de usar la televisión en una forma positiva.

b) Talleres de Metodología en Lectura Crítica, del Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario (IMDEC). El objetivo general de estos talleres es lograr que los participantes aprendan a leer críticamente los mensajes de los medios masivos de comunicación, a través de un método ágil y participativo que sirve para obtener los elementos necesarios para decodificar tales mensajes. Al mismo tiempo, se pretende capacitar a los

participantes para diseñar y manejar con más prioridad sus propios códigos (gráficos, vivenciales, auditivos, etc.).

c) Televidente Alerta, A.C. Televidente Alerta, surgió como corolario del coloquio sobre la Televisión y el Niño realizado en 1986 en la ciudad de Morelia, Michoacán, donde se resaltó el papel significativo que tiene la televisión en el proceso de socialización del niño. Se propone incidir en la producción de mejores programas de televisión para niños y estimular la recepción crítica de esos mensajes. Pretende asimismo, potenciar a la televisión y limitar sus consecuencias negativas, propiciando la participación activa de los usuarios, generar conciencia sobre el problema y buscar alternativas para aprovechar el potencial de este medio de comunicación.

d) La Televisión y los Niños, Consejo Nacional de Población (CONAPO) pretende ofrecer a los padres de familia y a los niños sugerencias para que los niños y jóvenes aprendan a ver la televisión de manera activa, de tal forma que constituya una oportunidad para estimular su curiosidad y creatividad. Consiste en una guía para maestros, padres de familia y los propios niños.

e) El genio en la botella. Es un libro que sirve de guía a maestros y

padres de familia. La autora parte de la idea de que el niño es un ser activo, que a través del juego resignifica los mensajes que recibe de la televisión. Se pretende que los formadores y educadores logren orientar las formas de expresión infantiles hacia los mensajes de la televisión.

Como se puede ver, los programas de educación para los medios son escasos y de la más variada índole. Los diversos esfuerzos que existen en el país son experiencias aisladas, con objetivos, metodologías y destinatarios diferentes.

Prácticamente todos los esfuerzos hechos por los países antes mencionados, buscan potencializar la capacidad crítica y analítica del receptor; enfatizan la creación de medios alternativos, con el fin de transformarlos en instrumentos al servicio de la comunidad; subyace un proyecto de sociedad más justa y democrática; busca que los participantes valoren su cultura y logren adquirir conciencia de grupo y de clase; manifiestan la importancia del efecto multiplicador de los procesos de educación para los medios.

La educación para los medios es la tendencia educativa que vincula a los medios de comunicación con los procesos educativos formales.

Por su parte la Universidad Pedagógica Nacional con el Programa Multimedia de Educación para los Medios, se propone llevar a cabo una acción novedosa de actualización del magisterio a nivel nacional. Las expectativas de formación van desde la ubicación del maestro como comunicador en el proceso de enseñanza-aprendizaje, hasta la adquisición de elementos para la lectura y escritura del lenguaje audiovisual.

El maestro es un factor importante en este programa ya que conocedor de la expresión oral y escrita, esto le facilitará para el uso progresivo de otros recursos como la imagen fija y en movimiento, sonidos, códigos gestuales, etc., que le permitan hacer un uso diferente de los medios y emplear la información de los mensajes, en la construcción de nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje, posibilitando en los niños la construcción de mensajes propios, acordes con sus intereses y semejantes a los de su entorno, trayendo al aula información extraescolar como texto y pretexto para el aprendizaje escolar.

Es satisfactorio ver la preocupación que existe acerca de la problemática que representa la televisión, los inicios de nuevos programas que requieren de nuestra intervención como docentes y padres de familia, de

una manera efectiva. Debemos aprender más de estos medios para sacarles el mayor provecho en la modernización de los procesos escolares.

METODOLOGIA

El presente trabajo se desarrolló a través de los pasos lógicos de la investigación documental.

Primeramente se seleccionó el tema "La recepción televisiva y su influencia en el niño en edad escolar" por considerar el rol determinante del maestro en la escuela primaria como propiciador de una educación integral del educando. Conociendo las ventajas y desventajas que nos ofrece la televisión, podremos entonces de alguna manera sacar provecho de ellas.

Como siguiente paso, se elaboró el plan de trabajo con el fin de evitar la desorganización, el cual nos sirvió de guía y determinar así el momento de su ejecución y obtener resultados confiables en dicha investigación.

Como tercer paso, nos dimos a la tarea de buscar libros, revistas, folletos y documentos que reunieran las características de utilidad y fiabilidad. Luego de recabar el material que consideramos necesario, se realizó la recopilación de contenidos con varias técnicas para registrar el material como: fichas bibliográficas, hemerográficas, de trabajo, etc.

Después de recopilar el material se procedió a organizarlo, acomodándolo de acuerdo a los capítulos y temas a tratar, comparándolo

para elegir el más adecuado y así ser seleccionado y analizado críticamente.

Finalmente se procedió a la redacción y presentación de este sencillo trabajo, que esperamos sea de utilidad tanto para maestros y padres de familia.

CONCLUSIONES

Cuando los niños ingresan a la escuela traen consigo un conocimiento del mundo que han adquirido fuera del marco escolar. Los medios de comunicación ofrecen una organización del universo, un sistema de signos, valores, normas y conocimientos, usando códigos y formas específicas de comunicación.

Los docentes no podemos negar este tipo de experiencias de aprendizajes aunque de antemano sabemos que estos medios son ideologizadores y enajenantes de las mentes infantiles, pero también se debe reconocer que forman parte de nuestra cultura y proporcionan información y entretenimiento de una manera espectacular y fascinante.

La escuela no debe dar la espalda a los medios de comunicación, ni satanizarlos, ni ignorarlos. Le corresponde formular y echar a andar una serie de acciones organizadas para despertar la conciencia crítica en los educandos ante la gran variedad de mensajes sorprendentes, y por la otra, promover en los alumnos el aprendizaje que los haga capaces de apreciar y disfrutar programas de televisión, de radio o películas, cuyo encuentro constituya una verdadera experiencia educativa.

Los programas como algunas telenovelas y de aventuras en horario diurno, inducen en gran medida a los niños y jóvenes a tomar actitudes negativas que los descentran y convierten en futuras personas agresivas, perjudicando su estabilidad emocional, además de crear hábitos de consumo.

La falta de espacios recreativos y sitios culturales impide que los padres dejen libres a sus hijos para que salgan a jugar o a ampliar su cultura.

Los programas dedicados a los niños deben estar enfocados a fomentar una conciencia cívica y nacionalista e incentivar las actividades lúdicas, artísticas y creativas.

Se considera que las autoridades deben tomar el control de estos medios y conjuntamente con la Secretaría de Educación Pública elaboren programas audiovisuales como una alternativa, ya que el mejor medio para lograr los fines sociales es la televisión, capaz de unir la imagen al sonido y penetrar en el ámbito del hogar para informar, entretener, educar, promover la dignidad de la persona y fomentar la evolución del pensamiento. Llevar un mensaje de integración y fortalecimiento de nuestros legítimos valores histórico-culturales para que acrecienten los lazos familiares, el nacionalismo, el amor a la patria los auténticos objetivos de la nación: la

estabilidad política, económica y social, el fortalecimiento de las garantías individuales, la atención a la demanda de servicios educativos, la salud, etc.

Otra alternativa es aprovechar los programas grabados por los departamentos audiovisuales tanto de la U.N.A.M. como del Instituto Politécnico Nacional, que sirvan de auxiliares en la enseñanza de todas las áreas o asignaturas de la Educación Básica.

Otra alternativa posible para contrarrestar un poco la influencia de la televisión en los escolares sería: que la Secretaría de Educación Pública implemente determinado horario y canales para programas de información y capacitación social para su uso y aplicación en la práctica docente, destacando los que promuevan los valores nacionales, que todas las escuelas cuenten con televisión, videos y grabadoras; que se asignen ampliaciones en los presupuestos para la producción de videos y programas educativos y que a la vez, se apliquen sanciones cuando la calidad y contenido de una programación atente contra el público; que se involucre a los padres de familia para que vigilen los usos y abusos en la televisión u otros medios de comunicación que lesionen la formación de sus hijos; que en los espacios vacacionales se transmitan programas en los cuales se desarrollen programas

educativos con actividades recreativas y culturales; y por último, que los docentes propicien desde temprana edad en sus alumnos el análisis profundo y la crítica de todo lo que ven y escuchan en este medio de comunicación.

Conociendo la gravedad del problema, los docentes debemos promover acciones que contribuyan a restringir el horario y el tiempo excesivo dedicado a la televisión, evitarles la programación para adultos y de mucha violencia, proporcionar al niño alternativas de entretenimiento, que los padres de familia dediquen tiempo para ver la televisión junto con sus hijos con el objeto de satisfacer posibles dudas que surjan en él, durante el programa.

En la mayoría de los casos, la familia desaprovecha los recursos de que dispone como institución educadora de sus hijos a los cuales debe inculcar: valores humanos, reglas de urbanidad, buenas costumbres, etc., unas veces por ignorancia, otras por negligencia y casi siempre por desarrollar un concepto de sus actividades y funciones sobre una visión errónea de lo que debe ser su papel educativo.

A nuestras autoridades gubernamentales y educativas les corresponde exigir a los medios masivos de comunicación, principalmente la televisión

mexicana, el cumplimiento de sus funciones educativas señaladas en la nueva Ley General de Educación para que termine con su programación que no cumpla una función educativa.

Glosario

Agresividad: Desequilibrio psicológico que provoca la hostilidad, odio o furia de una persona a las otras que le rodean.

Alfabetización audiovisual: Proceso a través del cual el sujeto conoce los códigos que conforman el lenguaje de los medios de comunicación.

Código: Un sistema de signos y símbolos, determinados culturalmente, con los cuales el conocedor de los mismos puede comprender y emitir mensajes.

Consumismo: Consumo de bienes en cantidad superior a la necesaria.

Cultura: Conjunto de estructuras sociales, religiosas, de manifestaciones intelectuales, artísticas, que caracteriza una sociedad a una época.

Enajenación: Expresión que indica un estado conflictivo en la persona, caracterizado por la pérdida del sentimiento de identidad y por el fenómeno de la despersonalización. La causa se halla generalmente en la presión ambiental. La ruptura existente se da entre mente y realidad suele, estar provocada por un nivel de exigencias (individuales y sociales) excesivas.

Estadio: Para considerar que existe un estadio, lo primero que se requiere es que el orden de sucesión de las adquisiciones sea constante. Piaget insiste claramente en que no se trata de un orden cronológico, sino de un orden sucesorio. Piaget distingue cuatro grandes periodos o estadios en el desarrollo de las estructuras cognitivas:

- a) Inteligencia sensoriomotriz hasta los 24 meses.
- b) Estadio preoperacional hasta los 6-7 años.
- c) Periodo de las operaciones concretas de los 7 a los 11-12 años.
- d) Periodo de las operaciones formales de los 12 a los 15 años.

Estereotipo: Conjunto de características que se asignan a personas o situaciones por el sólo hecho de pertenecer a un grupo determinado.

Estratificación social: Configuración de la sociedad según capas o clases escalonadas que tienen cierta homogeneidad interna y que se diferencian substancialmente de otras situadas en niveles superiores o inferiores. Su importancia en el contexto social suele venir definida especialmente por su capacidad económica, por las posibilidades que tienen de influir en la esfera del poder, y por el grado de prestigio social con que cuenta.

Icónicas: Imagen, figura o representación de una cosa. En el ámbito de la tecnología audiovisual, los mensajes icónicos forman parte del soporte de la programación.

Ideología: Al conjunto de los conocimientos, creencias, valores, normas y patrones de comportamiento y modelos de relaciones sociales que el hombre produce como reflejo de sus formas concretas de vida.

Imagen: Se le asigna a la reproducción parcial de aspecto de realidad.

Manipulación: Maniobra destinada a engañar. Dirigir a su antojo a una persona, un grupo, hacer que hagan lo que los mensajes se han propuesto.

Medios de comunicación masiva: Se puede definir como un sistema en el que un mensaje idéntico es originado por una organización institucional y enviado por medio de canales públicos a un gran número de receptores.

Percepción: Se entiende cuando se impone el principio de la selección de lo "significativo" en los medios audiovisuales.

Status: Nivel social y cultural en que se encuentran las personas, o que les es reconocido. Prestigio (rango, estimación, honor, etc.).

Mediaciones: Situaciones o circunstancias poco aprehensibles o muy sutiles, pero que contribuyen determinantemente para delinear (la vida escolar) el comportamiento de los educandos.

Subliminal: Se considera a todo estímulo (no sólo visual) que no es percibido de manera consciente, pero que puede condicionar el comportamiento.

Televisión comercial: Son todos los canales de televisión tanto particulares como lo es Televisa, S.A. como oficiales como canal 13, que tienen como característica principal el de promover y sustentar la sociedad de consumo.

Teledicto: Es la necesidad del niño de estar frente a la televisión más de dos horas diarias en períodos constantes de tiempo.

Urbanidad: Conjunto de buenos modales con que una persona muestra respeto, atención y afecto a otra en todas las circunstancias en que se encuentren.

Violencia: Fuerza ejercida sobre una persona para obligarla a hacer lo que no quiere.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOTECA SALVAT DE GRANDES TEMAS. La televisión. Ed. Salvat Editores, S.A. Barcelona, España. 1973. 142 p.

CAZENEUVE, Jean. El hombre telespectador. Tr. Josep, Elías. Ed. Gustavo Gill, S.A. Barcelona, España, 1977. 151 p.

CORTES Rocha, Carmen. La escuela y los medios de comunicación masiva. S.E.P. Consejo Nacional de Fomento Educativo. México, D.F., 1986. 159 p.

DICCIONARIO DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACION. Dirección de Sergio Sánchez Cerezo. Ed. Santillana. Madrid, España. 1983. 1983 p.

DICCIONARIO ENCICLOPEDICO. Larousse. 3a. ed. Ed. Larousse, S.A. de C.V., 3 tomos, México, D.F., 1988.

EURASQUIN M., Alonso. Los teleniños. 2a. ed. Ed. Laia, S.A. México, D.F., 1988. 215 p.

FREIRE, Paulo. Pedagogía del oprimido. Tr. Mellado, Jorge. 39. ed. Ed. Siglo Veintiuno Editores, S.A. de C.V., México, D.F. 1988. 245 p.

GREENFIELD, P. Marks. El niño y los medios de comunicación. Ed. Morata, S.A. Madrid, España, 1985.

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION. Diario Oficial de la Federación, México, D.F. Enero 1986, pp. 34-38.

LORENZANO, Luis. La publicidad en México. Ed. Quinto Sol. México, D.F., 1986. 168 p.

NUÑEZ Ramírez, Oscar Ubaldo. Tesis. ENSJ. Estudio sobre correlación de las horas vistas de televisión del alumno y su rendimiento escolar a nivel secundaria. Guadalajara, Jal., Méx. 1986. 97 p.

OROZCO Gómez, Guillermo. Año 2000: Odisea de los medios de comunicación. S.E.P., U.P.N., México, 1994. 31 p.

SANCHEZ, Ma. Elena. Recepción. S.E.P., U.P.N., Multimedia. Fascículo 8, Talleres de Offset Setenta, S.A. de C.V. México, D.F. 47 p.

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA. Artículo 3° Constitucional y Ley General de Educación. Talleres de Populibro, S.A. de C.V., Neucalpan de Juárez, Edo. de México, 1993. 94 p.

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA. Plan y Programas de Estudio, Educación Primaria. Talleres Fernández Editores, S.A. de C.V. México, D.F., 1994. 162 p.

SOLER, Llorenç. La televisión. Una metodología para su aprendizaje. Colecc. Medios de comunicación en la enseñanza. Ed. Gustavo, Gili, S.A. Barcelona, 1988. 187 p.

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. CEIC. Comunicación y sociedad. No. 13 Septiembre-Diciembre 1991. Guadalajara, Jal., Méx. 203 p.

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL. Redacción e Investigación Documental I. Manual. México, D.F., 1982. 233 p.

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL. Problemas de educación y sociedad en México. S.E.P. México, D.F., 1987. 266 p.

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL. Expresión y Comunicación. S.E.P. México, D.F. 229 p.

Revistas

Cómo defendernos de la televisión. Revista Conocer. Año 2, No. 1222, Grupo Editorial Z, S.A. de C.V. México, D.F.

SINDICATO NACIONAL DE TRABAJADORES DE LA EDUCACION.
La tarea. Revista trimestral No. 0, Guadalajara, Jal., 1992. 48 p.

Tecnología y comunicación educativas. Medios de comunicación, familia y escuela. ILCE. Publicación trimestral. Julio 13 de 1989, México, D.F. 56 p.

Tele-Guía No. 2292. Revista semanal del 20 al 26 de julio de 1996, 98 p.