

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL

UNIDAD 022 DEL SEAD TIJUANA B. C.

10882

LA TELEVISION Y SU INFLUENCIA EN
EL NIÑO DE EDUCACION PRIMARIA



INVESTIGACION DE CAMPO QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN EDUCACION PRIMARIA PRESENTAN:

BENITEZ FUENTES GLORIA
JARQUIN LARA LIDIO
MONTROYA ROMERO PILAR GABINO
VILLALOBOS FLORES J. REFUGIO

TIJUANA, B. C., JULIO DE 1981.

D E D I C A T O R I A S :

CON CARÍÑO A NUESTROS ALUMNOS,

ESPERANZA DE UN MEXICO MEJOR.

AL PROFESOR QUE SE PREOCUPA POR SUPERAR
SE CADA DIA, CON LA INVITACION A QUE -
PROFUNDICE ESTE INTENTO DE INVESTIGACION.

| | | <u>Págs</u> |
|------|---|-------------|
| I | Dedicatorias | II |
| II | Índice | III |
| III | Prólogo | IV |
| IV | Introducción | 1 |
| V | Los Medios de Comunicación de Masas Características, Finalidades, Ventajas y Desventajas | 3 |
| | a) Prensa | 3 |
| | b) Radiodifusión | 5 |
| | c) Cinematografo | 8 |
| | d) Televisión | 11 |
| VI | Nuestro Estudio de la Televisión en la Ciudad de Tijuana | 14 |
| | a) Clasificación de la Programación | 14 |
| | b) Cuadros Resumen del Tiempo de Programación de cada Canal | 18 |
| | c) Resumen Analítico de la Programación Semanal de Todos los Canales Locales | 24 |
| VII | Nuestra Investigación | 25 |
| | a) Encuestas y Entrevista | 25 |
| | b) Encuesta No. 1, Objetivos, Gráficas y Conclusiones | 26 |
| | c) Encuesta No. 2, Objetivos y Conclusiones | 37 |
| | d) Encuesta No. 3, Objetivos y Conclusiones | 40 |
| | e) Encuesta No. 4, Objetivos y Conclusiones | 46 |
| | f) Entrevista | 50 |
| VIII | Conclusiones Generales | 54 |
| IX | Recomendaciones a los Maestros | 56 |
| X | Bibliografía | 57 |
| XI | Apéndice | |
| | 1) Encuestas | |
| | b) Entrevista | |
| | 3) Gráficas | |
| XII | Glosario | |

P R O L O G O

Los avances científicos y tecnológicos en todos los órdenes han impreso una profunda preocupación a quienes, como nosotros, se preocupan por dedicar sus mejores esfuerzos a la docencia. Cuántas veces escuchamos lamentaciones, quejas y hasta diatribas, en contra de dependencias y organismos encargados de la conducción de la política educativa del país, porque apenas nos vamos adaptando a una reforma cuando ya está instrumentada otra con la exigencia de llevarla a cabo.

Por otra parte, los padres de nuestros alumnos, al añorar sus buenos tiempos de estudiantes, proponen fórmulas infalibles, para ellos, a base de castigos, incluyendo los corporales, tareas extenuantes, y concluyen sentenciosamente que la educación actual prácticamente no sirve para nada.

¿ Qué tanto de verdad habrá en las anteriores consideraciones ? Bastante, sin duda; sin embargo es necesario hacer algunas reflexiones.

¿ Será que nuestros técnicos en educación, conscientes de una permanente evolución social, de avances vertiginosos en la ciencia y la tecnología, tratan de hacer los ajustes necesarios para que la educación responda al momento histórico en que vivimos ?

¿ Qué pasaría si en la época actual nos pusiéramos a enseñar con programas, métodos y estrategias que se utilizaron hace tres o cuatro décadas ?

La preparación del maestro no es simplemente para entender e interpretar irreflexivamente los cambios que se hagan en la educación, sino para intuir, analizar y proponer las reformas que necesariamente se habrán de instrumentar en el futuro. Un maestro preparado combatirá con éxito el rumor, la desconfianza, el desaliento, la inseguridad y el caos que la implantación de cada reforma provoca.

Es la información pedagógica y científica del maestro la que habrá de transformarlo de simple receptor de ordenamientos en un verdadero investigador, con la gran ventaja de que sus hipótesis las planteará, fundamentará y demostrará en base a la experiencia que en forma permanente acumula en el terreno mismo donde se cultiva el HECHO EDUCATIVO.

Lo anterior sirve de premisa para proponer el presente trabajo, donde el equipo que lo suscribe hace sus primeros pinitos como investigador.

Pretendemos analizar a uno de los medios de comunicación de masas: LA TELEVISION, su influencia en nuestros educandos, las ventajas y desventajas que reporta y las sugerencias para sacar todo el provecho del poder de penetración que posee.

Es Tijuana, la ciudad más visitada del mundo, la ventana de México y también la ciudad más criticada y menos comprendida, la que enmarcará los límites geográficos de nuestra investigación.

Es nuestro deseo que los resultados de la presente investigación contribuyan al mejoramiento de la actividad docente. Finalmente, deseamos compartir con nuestros compañeros maestros, factor importante del proceso enseñanza - aprendizaje todas nuestras experiencias obtenidas con el presente trabajo.

I N T R O D U C C I O N

Determinar en cuanta medida influye positiva o negativamente la televisión como uno de los medios de comunicación más importantes y cuales su gerencias orecomendaciones podemos hacer para ponerla al servicio de nuestro trabajo como profesores/ De confrontar un problema como este hemos, primeramente, vislumbrado o redactado la siguiente hipótesis:

" EN TIJUANA, B.C. LA TELEVISION, POTENCIALMENTE, NO ES APROVECHADA EN LA FORMACION INTEGRAL DE LA PERSONALIDAD DE LOS EDUCANDOS, PORQUE EL BALANCE DE LA PROGRAMACION NO FAVORECE A LOS ASPECTOS CULTURAL Y EDUCATIVO ".

Las razones que nos motivaron a analizar este problema surgieron de la evaluación de nuestra acción y de la observación en nuestros propios alumnos que, en la actualidad, ya no los dejamos satisfechos con nuestras clases; nuestras enseñanzas han ido perdiendo interés a pesar de nuestro esfuerzo por presentar los contenidos programáticos en forma amena y novedosa. Se ha establecido una competencia entre la televisión y la escuela, investigaciones serias demuestran que el niño pasa más horas frente a la televisión que frente a su maestro.⁽¹⁾ Otras investigaciones realizadas en el campo de la publicidad nos llevan a considerar seriamente la influencia de este poderoso medio de comunicación.

Nuestro trabajo se ha dividido en la siguiente forma: Además de la presentación o introducción donde caracterizamos a los medios de comunicación y ubicamos a la televisión dentro de los mismos, el primer capítulo se refiere al estudio de los canales de televisión que se captan en Tijuana, mediante una clasificación de los programas y horarios en que se transmiten.

El segundo capítulo enmarca la investigación acerca del medio y su influencia mediante los instrumentos propios de este método que son la encuesta y la entrevista.

Las encuestas fueron diseñadas con sus respectivos objetivos y aplicadas al universo: de los niños que asisten a la escuela primaria en diferentes colonias de la ciudad.

Se redactó el cuestionario que sirvió de base para una entrevista al representante del canal 12, con el fin de conocer sus puntos de vista acerca de cuestiones administrativas, técnicas, publicitarias y legales.

(1) Gutiérrez, Francisco. El Lenguaje Total (# 7 Bibliog.)

Los objetivos, gráficas, cuadros y conclusiones de las encuestas y la entrevista, aparecen en este segundo capítulo.

Merece capital importancia mencionar que en el capítulo de las conclusiones pusimos la esencia de nuestro trabajo.

Con base en las conclusiones generales y la investigación documental hemos derivado el mensaje a nuestros compañeros maestros a manera de recomendaciones.

Para terminar hacemos referencia de las fuentes bibliográficas en que nos apoyamos para darle orden y coherencia a nuestra investigación y para profundizar en los conceptos que se manejan en ella.

Dispuestas en el orden y presentadas en forma de apéndice, concluyen nuestra tarea: encuestas, entrevista, gráficas y un glosario.

V

LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS

- CARACTERISTICAS
- FINALIDADES
- VENTAJAS
- DESVENTAJAS

- A). - LA PRENSA
- B). - RADIO
- C). - CINEMATOGRAFO
- D). - TELEVISION

LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS (2)

Creemos importante verter algunas consideraciones con respecto a la PRENSA, LA RADIO, EL CINEMATOGRAFO Y LA TELEVISION, los cuatro medios de comunicación de masas más importantes.

a).- LA PRENSA.

La prensa considerada como el más antiguo, el más poderoso, el primero de los medios de comunicación de masas presenta las siguientes características.

Es gráfica, esto significa que su medio de presentación es el lenguaje escrito, además la prensa moderna es un acopio de profusa ilustración mediante fotografías grabados, dibujos, etc., muchas veces a todo color.

De acuerdo al formato y contenidos, se clasifica en:

Periódicos, Revistas, Volantes, Boletines, Folletos y otros.

FINALIDADES.

Podemos encontrar finalidades afines a los otros medios de comunicación: Divertir, entretener, propagar la cultura; pero la finalidad capital, esencial, primordial de la prensa, es la de informar, poner al día a los lectores sobre los acontecimientos de interés general, ponerlos al tanto de los sucesos que les afecten directamente o indirectamente.

VENTAJAS.

La sobrevivencia de la noticia es, sin duda, una de las mayores ventajas de la prensa. La noticia, a través de la prensa, sobrevive a su momento, pasa, pero no muere. A pesar de que la radio y la televisión tienen mayor instantaneidad para dar la noticia, la prensa no ha perdido su sitio de primer vehículo de información. Basta con dar una ojeada a las publicaciones locales para demostrar la preferencia del público hacia la prensa. Tijuana edita dos diarios matutinos y tres vespertinos, además de la prensa regional que se edita en Mexicali, B.C., de la prensa que oportunamente nos llega desde la ciudad de Méxi

co y de las publicaciones que se hacen en los Estados Unidos de Norteamérica.

La prensa, además, presenta sus mensajes con mayor profundidad, lo que constituye otra ventaja. Representa un instrumento de ataque y defensa, por lo que los grupos en el poder político o económico tratan de tenerla bajo su control.

Otra de las ventajas es la clandestinidad, cuando grupos opositores al poder político, militar, económico o religioso se lanzan en busca de apoyo para su lucha. Mientras que la televisión y la radio en estos casos, presentan vulnerabilidad, la prensa es casi incontrolable.

DESVENTAJAS.

- 1.- Al analizar el diario de mayor circulación en la ciudad, el matutino "El Mexicano", por el lapso de una semana, y midiendo el espacio por planas o partes de planas que son dedicadas a la publicidad, encontramos que un 39.4% de su espacio total está dedicado a la propaganda comercial.
- 2.- Otra desventaja la constituye el abuso de la nota roja con grandes titulares para explotar el morbo de la gente de escasa cultura, y como los diarios tienen libre acceso a los hogares, resultan altamente nocivos para las mentes infantiles.
- 3.- Dentro de la prensa también encontramos la proliferación de pasquines, fotonovelas y publicaciones pornográficas que desmerecen las cualidades generales de este medio de comunicación.
- 4.- En cuanto a la forma, debido a la celeridad para competir con la radio y la televisión, se descuida la ortografía, la construcción y

el buen trato que ha de darse al lenguaje.

5.- Puede anotarse también como una desventaja, el hecho de que es un medio de comunicación limitativo para personas que sepan leer.

B).- LA RADIODIFUSION.

CARACTERISTICAS:

En Tijuana, B.C., la actividad radiofónica es intensa, pues dispone con más de diez estaciones que difunden en Amplitud Modulada (AM) y siete en Frecuencia Modulada (FM).

Las características de la radio pueden sintetizarse en las siguientes: la comunicación se realiza por medio de ondas electromagnéticas que viajan a la velocidad de la luz desde la fuente, emisor o transmisor hasta el receptor que transforma las ondas en sonidos originales. Los canales de la comunicación que emplea la radio son eminentemente auditivos.

FINALIDAD.

Además de las finalidades comunes de los medios de comunicación que son de informar, educar, propagar cultura, divertir, etc., la finalidad que se advierte como dominante es la de entretener y divertir.

VENTAJAS.

Los avances tecnológicos han logrado la total comunicación a través de este medio, de las regiones más apartadas del orbe.

Niños pequeños, adultos analfabetos, pueden ser informados, deleitados o entretenidos a través de la radio.

Mediante una planeación adecuada podría difundirse educación y cultura

a los grupos marginados de los otros medios de comunicación.

DESVENTAJAS.

El análisis de la estación de radio local XEC, en algunos de sus programas, nos aportará material para apuntar las desventajas.

- 7:00 Hrs. Noticias desde la Ciudad de México
- 7:10 " Programa musical con muchos comerciales intermedios
- 9:00 " Lectura de las noticias que aparecen en los diarios locales
- 9:30 " Comentarios a las noticias
- 10:00 " Programa Musical
- 12:00 " Comunicación.- participan los niños por teléfono, sin planeación previa

Mientras tanto, en la XEBBC - RCN la programación es la siguiente:

- 5:00 Hrs. Hora Inmortal del Recuerdo (musical)
- 6:00 " Las Californias (musical)
- 7:30 " Notimundo de la Mañana (noticiero)
- 8:00 " Novelas
- 12:00 " Hora Infantil
- 12:30 " Kalimán (novela)
- 1:00 " La Tremenda Corte (comedia)
- 1:20 " Las Dobles de RCN (musical)
- 2:30 " Notimundo de la Tarde (noticiero)
- 3:00 " Música Variada
- 6:00 " La vida de Elvis Presley (novela)
- 7:00 " Música Variada
- 8:00 " Noticias desde México

- 8:20 Hrs. Música Variada
- 9:00 " Notimundo de la Noche (noticiero)
- 9:30 " Su majestad la entrevista (entrevistas a personajes de la localidad)
- 10:00 a 12:00 Hrs. Fogata Norteña (musical)

De estas programaciones podemos inferir que no existe ningún programa de tipo cultural o educativo, o al menos alguno en donde se traten temas útiles de interés para su auditorio.

Observamos que las estaciones de radio locales se ocupan sólo de transmitir programas de entretenimiento, sin importarles la calidad de la programación.

La RCN, dedica cinco horas y media de su tiempo a la transmisión de novelas dramáticas precisamente, en las horas de mayor audiencia por las amas de casas.

Algunos programas se hacen sin ningún guion u orden predeterminado, sino - que se dejan al juicio del locutor en turno, quien conversa telefónicamente con el público y pone la música que se le solicita, transmitiendo bastantes comerciales entre canción y canción.

Por otra parte los programas para niños son muy escasos y los pocos que existen padecen de los mismos defectos de la programación considerada para adultos.

El solo nombre que identifique a las radiodifusoras nos da una idea de su programación: Radio Tambora, Radio Caliente, Radio Ranchito, etc.

C).- EL CINEMATOGRAFO.

Este medio de comunicación con sus 14 salas en nuestra ciudad, propaga - entretenimiento y diversión a una población de casi un millón de habitantes.

CARACTERISTICAS:

Se genera con la concurrencia de la Danza, la Literatura, la Música, la - Escultura, la Arquitectura, la Pintura, por eso se ha dado en llamarlo el Séptimo Arte.

Al igual que la televisión se complementan visión y sonido, pero en mayor escala y volumen en cuanto a las dimensiones de la sala e intensidad del sonido.

El cine se presenta en largometrajes y cortometrajes.

FINALIDADES.

El cinematógrafo cumple la finalidad de entretenimiento, amén de que en - cierta forma se emplea en programas educativos y de difusión cultural ade más de ser medio publicitario.

VENTAJAS.

Bien aprovechado, sería inapreciable como medio audiovisual ilustraría - temas de Ciencias Naturales, Ciencias Sociales, etc.

Las grandes dimensiones de la pantalla hacen que el público se sienta den tro de la acción y de la trama.

DESVENTAJAS.

Se dice que es un medio con un público cautivo, es decir, que para disfru

tar del entretenimiento el sujeto receptor se queda prácticamente obligado a permanecer en la sala de proyección.

La siguiente programación, del día en que se redacta este trabajo, nos da - el punto de vista del contenido del cine, y el material para analizar y enumerar las otras desventajas:

| | | |
|---------------|---|---------------------------|
| Cinema 70 | Las Aguilas no se Rinden Cobra | Adultos " |
| Roble | La Pulquerfa | Adultos |
| Reforma | La Hiena Salvaje Alas Doradas | " " |
| Gran Cinema | El Implacable Destino de un Rebelde | " " |
| Bujazán | Lagunilla mi Barrio Persecución y Muerte de Benjamín Argumedo | Adolescentes y Adultos |
| Variedades | El Sático Morir de Madrugada | Adultos " |
| Zaragoza | Dos Superlocos y los Hipopótamos Los 3 Fantásticos Supermanes | Niños " |
| Cinerama 2000 | Falso Orgullo Alcatraz Fuga Imposible | Adolescentes y Adultos |
| Gemelos | 1 Dos Pícaros Tramposos 2 Nosderatu el Vampiro | Adultos " |
| Multicinemas | 1 El Profe 2 Autos Usados 3 Año Nuevo Sántanico | Niños Adultos " |
| Cinelandia | Su cartelera no se publica en los periódicos | |

En esta programación se explotan los temas de la violencia y de sexo. Si además, no se tiene cuidado de vigilar la entrada, es muy probable que adolescentes o niños presencien programas que son aptos para adultos.

La finalidad aparente del Cine es la de proporcionar entretenimiento, pero la realidad, como toda la actividad comercial, es la de obtener la mayor cantidad de utilidades.

El sistema que se sigue en la explotación de las películas, a base de porcentaje sobre las entradas, obliga a los concesionarios de las salas a elevar sus ingresos vendiendo espacio y tiempo a la publicidad; por lo cual el cineespectador a pesar de pagar por un servicio, tiene que soportar los comerciales.

Los programas que son aptos para niños, en la realidad, por la temática y la realización, es discutible que concuerden positivamente con los intereses y capacidades de los infantes.

Algunas películas provocan, ya sea por su calidad o por la publicidad, - aglomeraciones que conducen a la venta indiscriminada de boletaje que ocasiona incomodidad en quienes tienen que permanecer en pie durante toda la función.

D).- LA TELEVISION.

CARACTERÍSTICAS:

Podemos definir a la televisión como a la transportación de imágenes y sonido desde una fuente transmisora hasta los aparatos receptores, por medio de ondas electromagnéticas.

FINALIDADES.

Las finalidades que encontramos en este medio de comunicación coinciden con las que ya se mencionaron al hacer referencia a los otros medios de comunicación de masas: informar, divertir, entretener, propagar cultura y educar.

VENTAJAS.

Con los adelantos de la tecnología en el campo de la electrónica, la televisión viene a ser el medio más completo, ya que ofrece con mayor instantaneidad la información de la prensa, con imagen y sonido el entretenimiento de la radio y con mayor comodidad e intimidad la diversión del cine.

Las transmisiones en vivo de la televisión, en virtud a los acercamientos, producen en el tele_spectador la sensación de su presencia física en el lugar donde se transmite el evento; por ejemplo, la presencia del hombre en la luna.

Un maestro eficiente puede, por medio de la televisión, ser aprovechado para que un número mucho mayor de estudiantes reciba sus enseñanzas.

Los recursos de nuestros museos, de las galerías de arte y de las grandes bibliotecas pueden ponerse a disposición de instituciones y-

de individuos, separados en el espacio, por medio de la televisión.

Como la imagen que aparece en la pantalla puede ser estructurada y controlada, puede mostrarse al espectador sólo lo que debe estar en el foco en un momento dado. Este enfocamiento de la atención tiene a eliminar una gran proporción de los distractores.

El control de la imagen mediante la manipulación de la misma, en determinados casos, ofrece múltiples ventajas: si la detenemos, tenemos oportunidad de estudiarla en un momento determinado; si la aceleramos, podemos en un lapso corto observar la secuencia de un fenómeno cuya duración normal es mayor; si la desaceleramos, podemos apreciar detalladamente en cámara lenta, todo un proceso. Si la hacemos retroceder nos brinda una experiencia nueva; la reconstrucción de un proceso que en la realidad es imposible.

DESVENTAJAS.

La televisión como medio de comunicación de masas presenta muy pocas desventajas.

Con respecto al cine, las imágenes tienen menores dimensiones.

Los aparatos receptores tienen un costo más elevado que los receptores de radio.

Consumo de mayor corriente eléctrica.

CLASIFICACION DE LOS CANALES. (3)

Desde el punto de vista de la programación y tomando en cuenta los canales que se captan en nuestra ciudad los hemos clasificado en:

COMERCIALES: A todos aquellos cuyo sostenimiento se basa en la venta de tiempo para la publicidad y que dan mayor importancia a la distracción y al entretenimiento entre otras finalidades de este medio de comunicación.

(3) Muraro, Heriberto y otros; El Estado y la Televisión (# 10 Bibliog)

CULTURALES: Aquellos que se sostienen con ayuda del Estado, de Fundaciones o de organismos que tienen interés en que se difundan la cultura, la educación y la información, con sentido positivo, antes que la diversión y el entretenimiento.

Entre los primeros, encontramos el 6, el 8, el 10, el 12 y el 39; de éstos el 6 y el 12 son mexicanos, establecidos en la ciudad de Tijuana; el canal 12 transmite en español, y el canal 6 difunde en inglés su programación. Los canales 8, 10 y 39 difunden en inglés desde la ciudad de San Diego, Calif., EE.UU.

De acuerdo a nuestra clasificación el único canal cultural es el 15; difunde en inglés y se encuentra ubicado en la Ciudad de San Diego, Calif., EE.UU.

V I

NUESTRO ESTUDIO DE LA TELEVISION .

EN LA CIUDAD DE TIJUANA

CLASIFICACION DE LA PROGRAMACION

Para darnos una mejor idea acerca de los contenidos de la programación de que disponen los niños y en general el teleauditorio cuando están frente a un aparato de televisión, hemos realizado un estudio a base de la observación directa de los programas y de la consulta, durante el lapso comprendido entre diciembre de 1979 a febrero de 1980, de las revistas: Mr. TE VE y - T.V. GUIDE.

Del análisis comparativo de dichas revistas y de la observación directa de la televisión, decidimos hacer la siguiente clasificación:

- 1.- Programas Informativos.
- 2.- Programas de Entretenimiento.
- 3.- Programas Culturales.
- 4.- Programas Educativos.
- 5.- Programas Religiosos.

Para hacer la clasificación anterior tomamos en cuenta el contenido dominante en cada programa; ya que es posible encontrar programas combinados - es decir, informativos y culturales a la vez, o culturales y de entretenimiento, educativos y de entretenimiento y otras combinaciones.

A continuación detallamos las características de los programas de televisión:

- 1.- Programas Informativos.- En esta clasificación consideramos aquellos programas de televisión mediante los cuales el público se entera de los incidentes y acontecimientos políticos, económicos, trágicos o - de otra índole, ocurridos a nivel local, nacional o mundial en las - últimas horas. Ejemplo: Noticiario Actualidades, 24 Horas, NBC News,

ABC News, etc.

2.- Programas de Entretenimiento.- En vista de que esta clase abarca a una variedad mayor de programas dedicados a la diversión y al pasatiempo, decidimos agruparlos en las siguientes subclases:

- A) Aventuras.- Programas no seriados donde se mantiene el interés del público a base de suspenso y de sorpresas. Ejem. El Increíble Hulk, Manix, Battle Star Galáctica, La Mujer Biónica.
- B) Cine.- Damos esta denominación a los materiales filmicos que fueron producidos para ser exhibidos en salas cinematográficas originalmente: Premier de Gala , Cine Juvenil, Sunday Night Movie, etc.
- C) Comedias y Variedad Musical.- Damos esta denominación a aquellos programas en que la intención es divertir, hacer reír; aquéllos donde las canciones, generalmente de moda, entretienen al público. En estos programas se mezclan aspectos cómicos con bailes y canciones. Ejem: El Chavo del Ocho, El Show de Eduardo II, El Show de Carol Burnett, etc.
- D) Deportes.- Esta subclase agrupa eventos competitivos donde se pone en juego la fuerza, habilidad o inteligencia del participante. Ejem: Campeonatos de básquetbol, Box, Juegos Olímpicos, etc.

E) Dramas.- Todos aquellos programas en donde podemos apreciar una combinación de aspectos trágicos y cómicos que representan sucesos de la vida real. Ejemplo: La Zulianita, Ven Conmigo, Raquel, Rina, etc.

F) Programas Infantiles y Caricaturas.- Quedan considerados dentro de los programas infantiles y de caricaturas, aquéllos cuyo contenido y presentación se adecuan a los intereses de los niños: trama y lenguaje sencillo sin complicaciones y sin doble sentido en las expresiones. Ejemplo: Disneylandia, El Show de Mickey Mouse, La Pantera Rosa, etc.

G) Juegos y Pasatiempos.- Esta subclasificación comprende aquellos programas en los que el público participa en concursos o competencias, individualmente o en grupo y en donde se ponen de manifiesto las capacidades intelectuales o las habilidades físicas del concursante. Ejemplo: Las Vegas Gambit, Price is Right, Dating Game, \$ 50,000 Pyramid, etc.

3.- Programas Culturales.- En los programas de esta clase consideramos los que dan a conocer las creaciones del hombre y los descubrimientos e investigaciones, a través del tiempo y del espacio. Ejem. El Mundo Submarino de Jaques Cousteau, National Geographic, etc.

4.- Programas Educativos.- Dentro de nuestra clasificación consideramos como programas educativos, aquellos que persiguen el manejo de contenido por parte de los espectadores, a base de la repetición o secuenciación, es decir, tienen una presentación didáctica. Ejemplo: Clases de Fotograffa, Sesame Street, Home Gardener, Lilia's Yoga and you.

5.- Programas Religiosos.- En esta clase consideramos a los programas que hablan de la relación Dios-Hombre, en donde se realiza proselitismo en favor de alguna creencia religiosa. Ejemplo: Know Your Bible, This is The Life, etc.

Después de exponer nuestro criterio en cuanto a la clasificación de la programación, presentamos un análisis de cada canal de las páginas 18 a 23. en donde damos a conocer las horas que ocupa cada clase de programas así - como el tiempo de programación en general y porcentaje de comerciales.

Para hacer la presentación del resumen comparativo del tiempo que cada canal dedica a las diferentes clases de programas se diseñó el cuadro que - aparece en la página 24, donde además se expresan los porcentajes del tiempo de cada clase de programas en relación con el tiempo total de las programaciones.

CUADROS RESUMEN DEL TIEMPO QUE CADA

CANAL DEDICA A LOS PROGRAMAS:

1.- INFORMATIVOS

2.- DE ENTRETENIMIENTO

3.- CULTURALES

4.- EDUCATIVOS

5.- RELIGIOSOS

CANAL 6.-

| | LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | TOTAL | % | OBSERVACIONES |
|-------------------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|-------|---------------|
| DEPORTES | - | - | - | - | - | :30 | - | :30 | .40 | |
| CINE | 2:00 | 2:00 | 2:00 | 2:00 | 2:00 | 9:00 | 2:00 | 21:00 | 16.67 | |
| AVENTURAS | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 3:30 | 9:30 | 7.54 | |
| DRAMAS | 2:00 | 2:00 | :30 | :30 | :30 | 1:00 | 2:00 | 8:30 | 6.74 | |
| INFANTILES Y CARICATURAS | 3:30 | 3:00 | 3:00 | 3:00 | 3:00 | 4:30 | - | 20:00 | 15.87 | |
| JUEGOS | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | - | - | 5:00 | 3.97 | |
| COMEDIA Y VARIEDAD MUSICAL | 7:00 | 7:30 | 9:00 | 9:00 | 9:00 | :30 | 3:00 | 45:00 | 35.71 | |
| RELIGION | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | - | 5:00 | 10:00 | 7.93 | |
| INFORMATIVO | :30 | :30 | :30 | :30 | :30 | :30 | 1:30 | 4:30 | 3.58 | |
| CULTURAL | - | - | - | - | - | 1:00 | 1:00 | 2:00 | 1.59 | |
| EDUCATIVO | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| TOTAL | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 18:00 | 126:00 | 100. | |
| % COMERCIALES | | | | | | | | | 20.27 | |

CANAL 8.-

| PROGRAMAS | LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | TOTAL | % | OBSERVACIONES |
|-------------------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|-------|---------------|
| DEPORTES | 7:00 | - | - | - | - | 5:00 | 3:00 | 15:00 | 11.36 | |
| CINE | 2:00 | 3:00 | 2:00 | 2:00 | 3:00 | 6:30 | 4:00 | 22:30 | 17.04 | |
| AVENTURAS | - | - | 1:00 | 2:00 | 3:30 | 1:30 | 2:00 | 10:00 | 7.58 | |
| DRAMAS | 1:00 | 5:30 | 3:00 | 5:00 | 1:00 | :30 | 1:30 | 15:30 | 13.26 | |
| INFANTILES Y CARICATURAS | - | - | - | - | - | 1:30 | - | 1:30 | 1.14 | |
| JUEGOS | 4:30 | 2:30 | 3:30 | 3:00 | 1:30 | :30 | 3:30 | 19:00 | 14.36 | |
| COMEDIA Y VARIEDAD MUSICAL | - | 3:00 | :30 | 2:00 | 4:00 | - | :30 | 11:00 | 7.58 | |
| RELIGION | - | - | 1: | - | - | - | 2:30 | 3:30 | 2.65 | |
| INFORMATIVO | 3:00 | 2:30 | 3:00 | 3:30 | 3:00 | 1:00 | 1:00 | 17:00 | 12.88 | |
| CULTURAL | - | 1:30 | 1:30 | 2:00 | 1:00 | 1:30 | :30 | 8:00 | 6.06 | |
| EDUCATIVO | .30 | .30 | 1:30 | 2:00 | 1:00 | 1:00 | 1:30 | 8:00 | 6.06 | |
| TOTAL POR DIA | 18:00 | 18:00 | 17:00 | 20:00 | 18:00 | 19:00 | 21:00 | 131:00 | 100 | |
| COMERCIALES | | | | | | | | | 15% | |

O E N E I N I N E E E A E N E

CANAL 10.-

| PROGRAMACION | LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | TOTAL | % | OBSERVACIONES |
|-------------------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|-------|---------------|
| DEPORTES | - | - | - | - | - | 3:00 | 4:00 | 7:00 | 5.15 | |
| CINE | 1:30 | 3:30 | 4:30 | 3:30 | 4:50 | 5:15 | 2:15 | 25:20 | 18.67 | |
| AVENTURAS | 1:00 | - | 2:20 | 2:20 | 2:10 | 1:30 | 1:00 | 10:20 | 7.61 | |
| DRAMAS | 7:40 | 6:00 | 4:00 | 4:00 | 3:00 | - | 2:30 | 27:10 | 20.01 | |
| CARICATURAS E INFANTILES | - | - | - | - | - | 4:30 | 1:00 | 5:30 | 4.05 | |
| JUEGOS | 2:00 | 1:30 | 1:30 | 1:30 | 1:30 | :30' | - | 8:30 | 6.27 | |
| COMEDIA Y VARIEDAD MUSICAL | 2:00 | 3:00 | 4:00 | 3:00 | 3:00 | 2:30 | 2:00 | 19:30 | 14.37 | |
| RELIGION | - | - | - | :30' | - | - | 2:00 | 2:30 | 1.84 | |
| INFORMATIVO | 5:05 | 5:05 | 3:35 | 5:05 | 5:35 | 1:15 | 2:45 | 28:25 | 20.93 | |
| CULTURAL | - | :30' | - | - | - | :30' | :30' | 1:30 | 1.10 | |
| EDUCATIVO | - | - | - | - | - | - | - | - | 0 | |
| TOTAL POR DIA | 19:15 | 19:35 | 19:55 | 19:55 | 20:05 | 19:00 | 18:00 | 135:45 | 1.00 | |
| % COMERCIALES | | | | | | | | | 22.08 | |

O E N E I N E E E E E E

CANAL 12.-

| PROGRAMAS | LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | TOTAL | % | OBSERVACIONES |
|-------------------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|-------|-------|---------------|
| DEPORTES | - | - | - | - | - | 2:00 | 2:50 | 4:50 | 5.54 | |
| CINE | 2:00 | - | 2:00 | - | - | 2:00 | 2:00 | 8:00 | 9.16 | |
| AVENTURAS | 1:00 | 4:00 | 2:00 | 3:00 | 2:00 | 1:00 | 1:00 | 14:00 | 16.03 | |
| DRAMAS | 4:00 | 4:00 | 4:00 | 4:00 | 4:00 | - | 1:00 | 21:00 | 24.04 | |
| INFANTILES Y CARICATURAS | :30 | :30 | :30 | :30 | :30 | - | - | 2:30 | 2.86 | |
| JUEGOS | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| COMEDIA Y VARIEDAD MUSICAL | 2:30 | 1:30 | 1:30 | 2:30 | 3:30 | 4:30 | 8:00 | 24:00 | 27.48 | |
| RELIGION | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| INFORMATIVO | 1:40 | 1:40 | 1:40 | 1:40 | 1:40 | 1:40 | :45 | 10:45 | 12.31 | |
| CULTURAL | - | - | - | - | - | :30 | 1:45 | 2:15 | 2.58 | |
| EDUCATIVO | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| TOTALES | 11:40 | 11:40 | 11:40 | 11:40 | 11:40 | 11:40 | 17:20 | 87:20 | 100 | |
| % COMERCIALES | | | | | | | | | 22.50 | |

CANAL 15.-

| PROGRAMACION | LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | TOTAL | % | OBSERVACIONES |
|--------------------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|-------|---------------|
| DEPORTES | - | - | - | - | - | - | 4:00 | 4:00 | 3.25 | |
| CINE | :30 | :30 | :30 | :30 | :30 | - | 1:00 | 3:20 | 2.85 | |
| AVENTURAS | - | - | - | - | - | 1:00 | - | 1:00 | .81 | |
| DRAMAS | - | - | - | - | 2:00 | - | 1:00 | 3:00 | 2.44 | |
| CARICATURAS E INFANTILES | 2:00 | 2:00 | 2:00 | 2:00 | 1:00 | - | :30 | 9:30 | 7.73 | |
| JUEGOS | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| COMEDIAS Y VARIEDAD MUSICAL | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 2:00 | 2:00 | 1:00 | 9:00 | 7.32 | |
| RELIGION | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| INFORMATIVO | 2:00 | 2:30 | 1:00 | 1:00 | 6:05 | 5:30 | 1:00 | 19:05 | 15.52 | |
| CULTURAL | 6:00 | 6:00 | 6:30 | 6:30 | 2:00 | 5:00 | 5:00 | 37:00 | 30.10 | |
| EDUCATIVO | 6:30 | 6:30 | 6:30 | 6:30 | 4:20 | 3:30 | 3:00 | 36:50 | 29.98 | |
| TOTAL POR DIA | 18:00 | 18:30 | 17:30 | 17:30 | 17:55 | 17:00 | 16:30 | 122.55 | 100 | |
| % COMERCIALES | | | | | | | | | | NO DIFUNDEN |

CANAL 39.-

| PROGRAMACION | LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | TOTAL | % | OBSERVACIONES |
|--------------------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|-------|---------------|
| DEPORTES | 2:30 | - | - | - | 3:00 | 4:30 | 4:00 | 14:00 | 10.08 | |
| CINE | 2:00 | 2:00 | 2:00 | - | - | 1:30 | 2:00 | 9:30 | 6.84 | |
| AVENTURAS | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| DRAMAS | 1:00 | 2:30 | 2:30 | 4:30 | 3:00 | 1:00 | 2:00 | 16:30 | 11.88 | |
| INFANTILES Y CARICATURAS | - | - | - | - | - | 4:30 | 0:30 | 5:00 | 3.60 | |
| JUEGOS | 2:00 | 3:30 | 2:00 | 2:00 | 2:00 | - | 1:15 | 12:45 | 9.18 | |
| COMEDIAS Y VARIEDAD MUSICAL | 5:00 | 4:30 | 7:00 | 6:00 | 7:10 | 2:30 | 4:30 | 36:40 | 26.39 | |
| RELIGION | 1:00 | - | - | - | - | - | 0:30 | 1:30 | 1.08 | |
| INFORMATIVO | 4:10 | 6:10 | 5:10 | 6:40 | 4:10 | 3:40 | 3:00 | 33:00 | 23.75 | |
| CULTURAL | 1:30 | 1:30 | 1:30 | 1:30 | 1:00 | 1:00 | 2:00 | 10:00 | 7.20 | |
| EDUCATIVO | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| TOTALES | 19:10 | 20:10 | 20:10 | 20:40 | 20:20 | 18:40 | 19:45 | 138:55 | 100 | |
| % COMERCIALES | | | | | | | | | 16.66 | |

O L N E I M I N E L E F R E N E

56401

R E S U M E N

C A N A L E S

| CLASE DE PROGRAMAS | T I E M P O S E M A N A L | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | 6 | 8 | 10 | 12 | 15 | 39 | HRS. | % | HRS. | % | HRS. | % |
| DEPORTES | :30 | 15:00 | 7:00 | 4:50 | 4:00 | 14:00 | 11.36 | 5.15 | 5.54 | 3.25 | 14:00 | 10.08 |
| CINE | 21:00 | 22:30 | 25:20 | 8:00 | 3:30 | 9:30 | 17.04 | 18.67 | 9.16 | 2.85 | 9:30 | 6.84 |
| AVENTURAS | 9:30 | 10:00 | 10:20 | 14:00 | 1:00 | - | 7.58 | 7.61 | 16.03 | .81 | - | - |
| DRAMAS | 8:30 | 15:30 | 27:10 | 21:00 | 3:00 | 16:30 | 13.26 | 20.01 | 24.04 | 2.44 | 16:30 | 11.88 |
| INFANTILES Y CARICATURAS | 20:00 | 1:30 | 5:30 | 2:30 | 9:30 | 5:00 | 1.14 | 4.05 | 2.86 | 7.73 | 5:00 | 3.60 |
| JUEGOS | 5:00 | 19:00 | 8:30 | - | - | 12:45 | 14.36 | 6.27 | - | - | 12:45 | 9.18 |
| COMEDIAS Y VARIEDAD MUSICAL | 45:00 | 11:00 | 19:30 | 24:00 | 9:00 | 36:40 | 7.58 | 14.37 | 27.48 | 7.32 | 36:40 | 26.39 |
| RELIGION | 10:00 | 3:30 | 2:30 | - | - | 1:30 | 2.65 | 1.84 | - | - | 1:30 | 1.08 |
| INFORMATIVOS | 4:30 | 17:00 | 28:25 | 10:45 | 19:05 | 33:00 | 12.88 | 20.93 | 12.31 | 15.52 | 33:00 | 23.75 |
| CULTURALES | 2:00 | 8:00 | 1:30 | 2:15 | 37:00 | 10:00 | 6.06 | 1.10 | 2.58 | 30.10 | 10:00 | 7.20 |
| EDUCATIVOS | - | 8:00 | - | - | 36:50 | - | 6.06 | - | - | 29.98 | - | - |
| TOTALES | 126:00 | 131:00 | 135:45 | 87:20 | 122:55 | 138:55 | 100 | 100 | 100 | 100 | 138:55 | 100 |

VII.

NUESTRA INVESTIGACION

- UNIVERSO

- MUESTRA

- METODOS DE INVESTIGACION

- OBJETIVOS

- CONCLUSIONES

LAS ENCUESTAS Y LA ENTREVISTA

Con el fin de obtener datos concretos que comprobaran el nivel de influencia que tienen los programas televisados entre los alumnos de primaria de diferentes sectores de la ciudad, procedimos a formular cuestionarios y a distribuirlos entre ellos.

Las escuelas en que se aplicaron dichas encuestas se localizan en colonias populares como son: Miramar, Centro Urbano 70-76, Altamira, Herrera, Hidalgo, Obrera, Independencia, Los Laureles, Primer Ayuntamiento y Zona Rural de Rosarito.

Las encuestas fueron 4 y las presentamos a continuación junto con los objetivos que nos fijamos al elaborarlas, así como las conclusiones que obtuvimos al tabularlas.

Para conocer un punto de vista profesional acerca de la televisión realizamos una entrevista con un representante del canal 12, para así tener una visión más amplia de cómo se maneja este medio en la localidad.

ENCUESTA No. 1

UNIVERSO

Niños de escuela primaria

MUESTRA

730 Niños

OBJETIVO GENERAL

Conocer la influencia de la T. V. en los niños

CONTENIDO

Lista de 10 preguntas (ver anexo A).

PREGUNTA No. 1 ¿Cuántas televisiones funcionan en tu casa?

OBJETIVO: Para conocer el número de televisiones existentes en cada uno de los hogares de los niños encuestados.

| T.V. | Personas Encuestadas | % de Personas | T.V.'s En casa | %de T.V.'s |
|----------|----------------------|---------------|----------------|------------|
| 0 | 24 | 3.30% | - | - |
| 1 | 463 | 63.42% | 463 | 46.53% |
| 2 | 199 | 27.26% | 398 | 40.00% |
| 3 | 42 | 5.75% | 126 | 12.66% |
| Más de 3 | 2 | .27% | 8 | .81% |
| TOTALES | 730 | 100.00% | 995 | 100.00% |

CONCLUSION:

Más del 95% de los niños encuestados poseen por lo menos una televisión en su casa.

El promedio de televisiones por hogar es de 1.36.

NOTA:

Se les llama genéricamente televisiones a los aparatos receptores de televisión.

TIPOS DE T. V.

PREGUNTA No. 2.- ¿Qué tipo de T. V. ves con más frecuencia?

OBJETIVO: Conocer el nivel socio-económico de cada uno de los alumnos encuestados.

| TIPOS DE T. V. | NO. DE PERSONAS | % |
|----------------|-----------------|---------|
| COLOR | 163 | 22.33% |
| BLANCO Y NEGRO | 567 | 77.67% |
| | 730 | 100.00% |

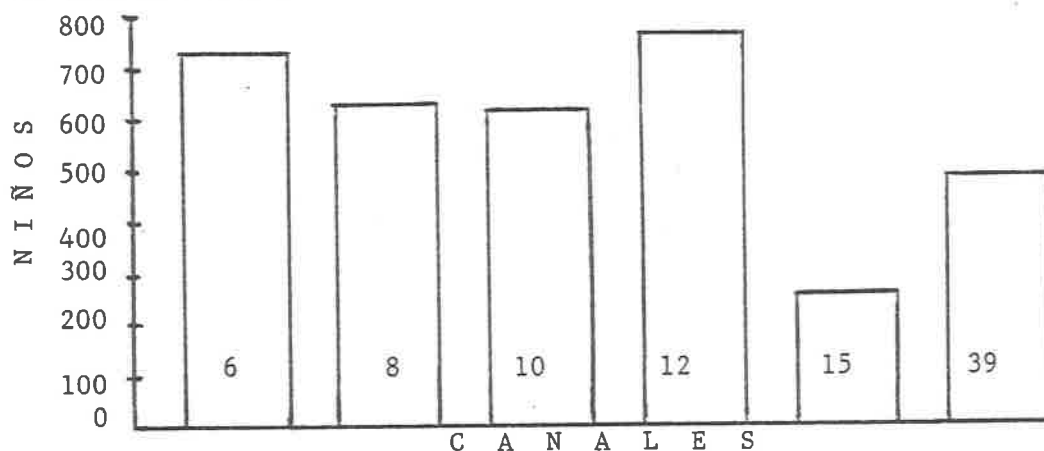
CONCLUSION: Según el resultado obtenido, podemos concluir que las condiciones socio-económicas de los niños encuestados corresponden a la clase media y media-baja, ya que el 77% de los encuestados posee en sus hogares televisión en blanco y negro lo que significa que los recursos económicos son limitados en estas familias.

CAPTACION DE CANALES

PREGUNTA No. 3.- ¿Qué canales recibe tu T. V.? (Respuesta múltiple)

OBJETIVO: Conocer la captación de los canales ya que la topografía de Tijuana impide que en algunas zonas se reciban señales de algunas teleemisoras.

| CANAL | 6 | 8 | 10 | 12 | 15 | 39 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| No. PERSONAS | 708 | 614 | 610 | 722 | 245 | 487 |
| % RELATIVO | 96.98 | 84.11 | 83.56 | 98.90 | 33.56 | 66.71 |



CONCLUSION: Según los resultados de nuestro estudio los canales 6 y 12 que son los que difunden desde Tijuana son los de mayor y mejor captación.

NOTA: Los canales de ultra alta frecuencia (UHF) 15 y 39 deberían tener idéntico porcentaje. Tal vez por desconocimiento de la existencia del primero, muchos niños se pierden su programación, la única cultural y educativa en esta región.

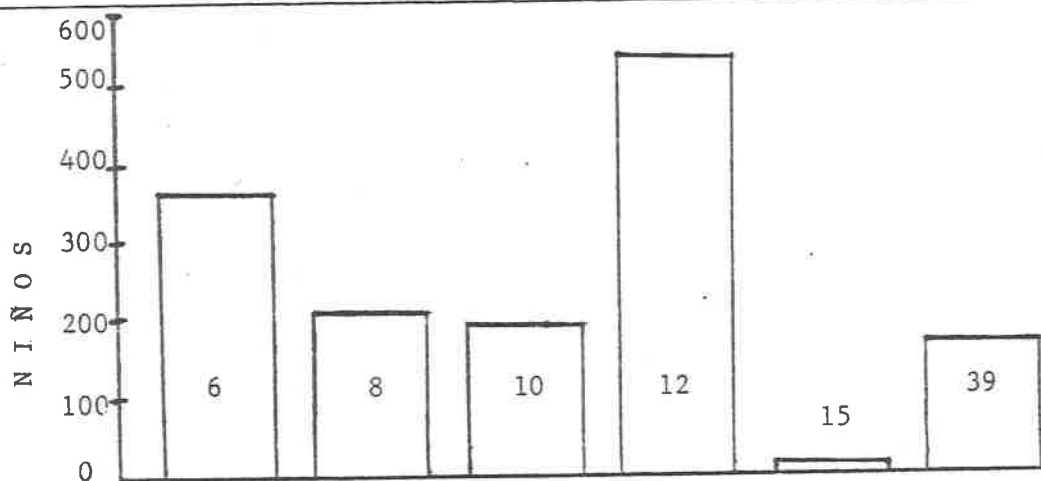
PREFERENCIA DE CANALES

PREGUNTA No. 4.- ¿Cuál es el canal de tu preferencia?

(respuesta múltiple)

- OBJETIVO:
- Conocer y distinguir la preferencia del teleauditorio por los canales comerciales y culturales.
 - Medir el grado de preferencia o penetración del canal 12 que es el único que trasmite en español en esta localidad.
 - Medir el grado de preferencia o penetración de los canales que transmiten en inglés.

| CANAL | 6 | 8 | 10 | 12 | 15 | 39 |
|-------------|-----|-------|-------|-------|------|------|
| PREFERENCIA | 365 | 202 | 192 | 537 | 9 | 169 |
| % RELATIVO | 50 | 27.67 | 26.30 | 73.56 | 1.23 | 23.5 |



- CONCLUSIONES:
- Nuestro universo prefiere los canales comerciales que el cultural.
 - El canal preferido por nuestros encuestados es el 12 con un 73.56%
 - Los canales comerciales que difunden en inglés tienen una preferencia entre el teleauditorio infantil, que va desde el 23% hasta el 50%
 - El único canal cultural tiene aceptación sólo en el 1.23% de nuestro universo de investigación.

PROGRAMAS FAVORITOS.

PREGUNTA No. 5.- ¿Cuáles son tus programas favoritos?
(Respuesta múltiple)

OBJETIVO: Conocer las tendencias de los niños hacia determinadas clases de programación.

RELACION DE PROGRAMAS POR PREFERENCIAS

| | |
|--|-----|
| 1.- CARICATURAS - - - - - | 247 |
| 2.- EL CHAVO DEL OCHO - - - - - | 229 |
| 3.- EL HOMBRE NUCLEAR - - - - - | 220 |
| 4.- MELODRAMAS (NOVELAS) - - - - - | 207 |
| 5.- CINE JUVENIL - - - - - | 175 |
| 6.- DISNEYLANDIA - - - - - | 162 |
| 7.- PREMIER DE GALA - - - - - | 137 |
| 8.- KUNG-FU - - - - - | 129 |
| 9.- EDUARDO II - - - - - | 114 |
| 10.- SHA-NA-NA - - - - - | 110 |
| 11.- EL INCREIBLE HULK - - - - - | 108 |
| 12.- LA MUJER MARAVILLA - - - - - | 108 |
| 13.- LOS PIONEROS - - - - - | 98 |
| 14.- STARKY & HUTCH - - - - - | 94 |
| 15.- CHIPS - - - - - | 89 |
| 16.- LA MUJER BIONICA - - - - - | 81 |
| 17.- EL CRUCERO DEL AMOR - - - - - | 78 |
| 18.- EL HOMBRE DE LA ATLANTIDA - - - - - | 69 |
| 19.- LA CRIADA BIEN CRIADA - - - - - | 62 |
| 20.- ESPACIO 1999 - - - - - | 50 |

CONCLUSIONES: a) El 100% de los alumnos encuestados tiene preferencia por los programas clasificados como de entretenimiento.

b) De entre los programas de entretenimiento, la subclase más favorecida por nuestros encuestados fue la COMEDIA siguiéndole la de AVENTURAS.

PERSONAJES PREFERIDOS

PREGUNTA No. 6.- ¿Qué personaje de la televisión desearías ser?

OBJETIVO: Saber de las inclinaciones de los niños hacia determinados personajes o sus prototipos.

Al preguntarse a los encuestados ¿qué personaje de la T.V. desearías ser? se obtuvieron los siguientes resultados:

| PERSONAJE | No.DE VOTOS |
|-------------------------------|-------------|
| 1.- La mujer maravilla | 108 |
| 2.- El hombre nuclear | 90 |
| 3.- La mujer biónica | 62 |
| 4.- El increíble Hulk | 34 |
| 5.- Kun-Fu | 30 |
| 6.- Starsky y Hutch | 27 |
| 7.- El hombre de la Atlántida | 19 |
| 8.- Chips | 16 |
| 9.- Superman | 16 |
| 10.- Sha-Na-Na | 16 |
| 11.- Angélica María | 15 |
| 12.- La Zulianita | 12 |
| 13.- La mujer policía | 12 |
| 14.- Los Angeles de Charlie | 10 |
| 15.- La Novicia Voladora | 9 |

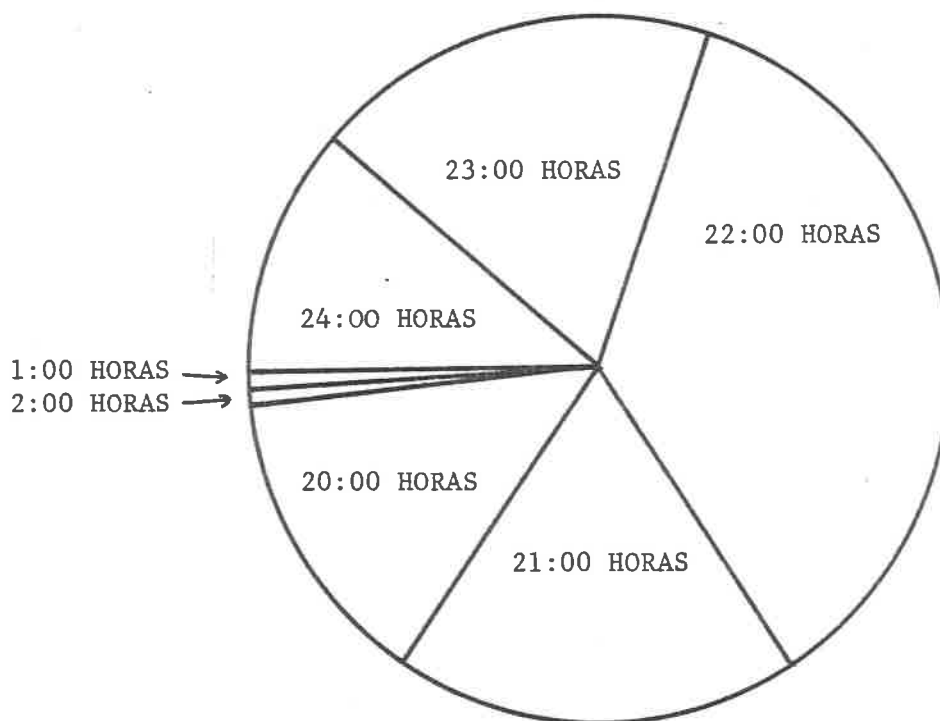
CONCLUSIONES: Nuestros entrevistados prefirieron a los personajes fantásticos dotados de poderes sobrenaturales.

H O R A S

PREGUNTA No. 7.- ¿A qué hora dejas de ver la televisión?

- OBJETIVOS:
- Conocer la hora en que el alumno deja de ver la televisión.
 - Conocer el porcentaje de niños que ven la programación considerada para adultos y que se transmite localmente después de las 9 de la noche.

| | 20:00 | 21:00 | 22:00 | 23:00 | 24:00 | 1:00 | 2:00 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|
| No. de Niños | 104 | 136 | 263 | 134 | 85 | 4 | 4 |
| % | 14.24 | 18.36 | 36.03 | 18.36 | 11.64 | .55 | .55 |



CONCLUSIONES: a) Sólo el 32.87% de los niños dejan de ver la televisión antes de las 10 de la noche.

b) El 67.13% de nuestros alumnos ve la programación considerada para adultos.

HORAS QUE DEDICA EL NIÑO A VER T. V.

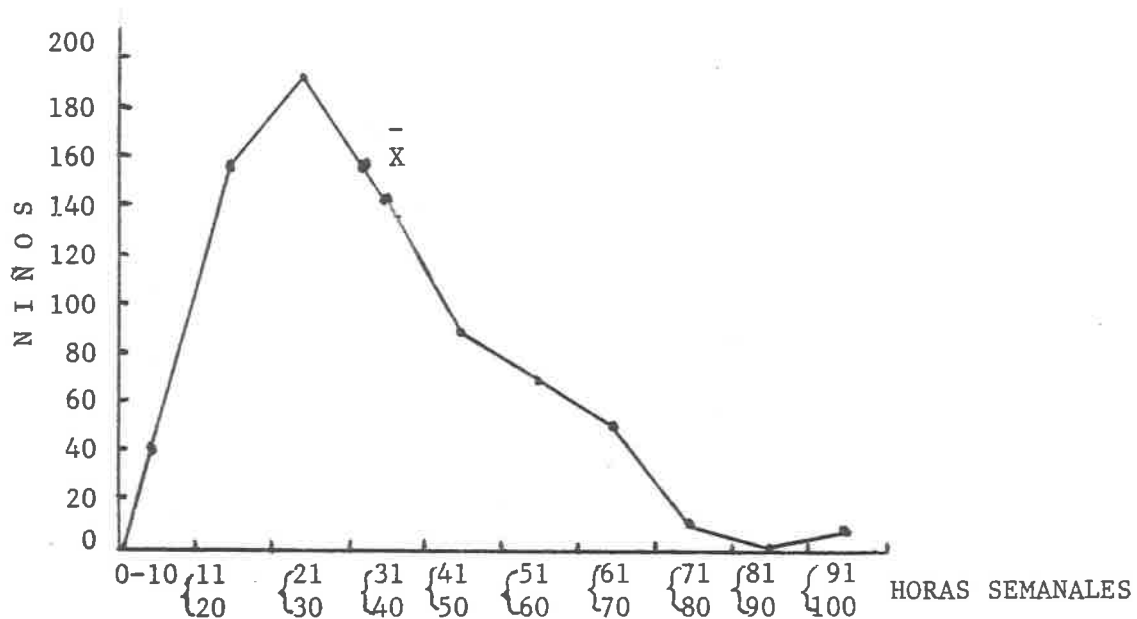
PREGUNTA No. 8.- ¿Cuántas horas dedica a ver T.V. diariamente?

NOTA: La pregunta se planteó para que los niños dieran respuesta por día e hicieran una suma que diera el total de horas por semana.

OBJETIVO: Conocer el tiempo que el alumno de primaria dedica semanalmente a ver la T. V.

| HORAS | NIÑOS | % |
|----------|-------|----------|
| 0 a 10 | 40 | 5.48 |
| 11 a 20 | 155 | 21.23 |
| 21 a 30 | 188 | 25.75 |
| 31 a 40 | 141 | 19.32 |
| 41 a 50 | 83 | 11.37 |
| 51 a 60 | 67 | 9.18 |
| 61 a 70 | 48 | 6.58 |
| 71 a 80 | 6 | .82 |
| 81 a 90 | -- | ---- |
| 91 a 100 | 2 | .27 |
| SUMA | 730 | 100.00 % |

CONCLUSION: Los integrantes de nuestro universo ven, en promedio, 32 horas semanales de programas televisados.



COMENTARIO CON LOS COMPAÑEROS

PREGUNTA No. 9.- ¿Comentas con tus compañeros tus programas favoritos?

OBJETIVO: Saber el número de niños de nuestras escuelas que comentan entre sí sus programas favoritos.

CONCLUSION: Encontramos que 578 niños de los 730 encuestados sí comentan sus programas favoritos con sus compañeros, esto representa un 80% de los mismos.

TURNO EN QUE ASISTE A LA ESCUELA

PREGUNTA No. 10.- ¿En qué turno asistes a la escuela?

OBJETIVO: Conocer el número de alumnos encuestados que asisten a la escuela por la mañana o por la tarde.

CONCLUSIONES: De los 730 niños, 381 (52%) corresponden al turno matutino; y 349 (48%) al turno vespertino. Observamos que el horario preferido por los niños del turno matutino para ver la televisión, es de las 14:30 a las 17:00 y de las 19:00 a las 21:00 horas.

Mientras que los alumnos del turno vespertino se inclinan por el horario de las 19:00 a las 21:00 y cuentan además con la posibilidad de ver algunos programas matutinos.

E N C U E S T A # 2

U N I V E R S O
NIÑOS DE ESCUELA PRIMARIA

M U E S T R A

1000

NIÑOS

O B J E T I V O G E N E R A L

CONOCER LOS PROGRAMAS QUE LOS NIÑOS ACOSTUMBRAN VER

C O N T E N I D O

RELACION DE 82 PROGRAMAS (VER ANEXO B)

La encuesta No. 2 (Anexo B) es una relación de 82 programas tomados de las guías de T.V., Mr. T.V. y T.V. Guide, donde se pide al niño televidente, sujeto de nuestra investigación, que marque todos aquellos que acostumbra ver.

El universo de aplicación fueron 1000 niños, con quienes pretendimos lograr los siguientes objetivos:

- 1.- Conocer los programas con mayor teleaudiencia infantil que asiste a la escuela primaria.
- 2.- Conocer las preferencias de una programación por parte de nuestros escuestados.
- 3.- Conocer que clase de programas tiene el mayor número de televidentes en edad escolar.
- 4.- Conocer cuando se difunden los programas preferidos por los niños.
- 5.- Comparar el tipo de publicidad que se da con la programación preferida por los niños.

A continuación presentamos los 20 programas en los que incidieron el mayor número de frecuencias.

| No. | PROGRAMA | FRECUENCIA | CLASE | SUBCLASE |
|------|-----------------------|------------|-----------------|-------------|
| 1.- | DISNEYLANDIA | 760 | ENTRETENIMIENTO | AVENTURAS |
| 2.- | EL CHAVO DEL OCHO | 755 | " | COMEDIA |
| 3.- | EL CHAPULIN COLORADO | 727 | " | COMEDIA |
| 4.- | LA MUJER BIONICA | 697 | " | AVENTURAS |
| 5.- | LOS PIONEROS | 695 | " | AVENTURAS |
| 6.- | CINE JUVENIL | 679 | " | CINE |
| 7.- | TOM Y JERRY | 672 | " | CARICATURAS |
| 8.- | LA CRIADA BIEN CRIADA | 670 | " | COMEDIA |
| 9.- | PREMIER DE GALA | 658 | " | CINE |
| 10.- | POPEYE EL MARINO | 644 | " | CARICATURAS |
| 11.- | EL SHOW DE EDUARDO II | 636 | " | COMEDIA |
| 12.- | LA NOVICIA VOLADORA | 620 | " | AVENTURAS |
| 13.- | HOGAR DULCE HOGAR | 603 | " | COMEDIA |
| 14.- | EMERGENCIA | 589 | " | AVENTURAS |
| 15.- | SHA NA NA | 551 | " | COMEDIA |
| 16.- | SIEMPRE EN DOMINGO | 544 | " | MUSICAL |
| 17.- | CHARLIE'S ANGELS | 509 | " | AVENTURAS |
| 18.- | MI SECRETARIA | 499 | " | COMEDIA |
| 19.- | TELENOVELAS | 497 | " | DRAMA |
| 20.- | BARNABY JONES | 480 | " | AVENTURAS |

CONCLUSIONES ENCUESTA No. 2.-

OBJETIVO No. 1 y 2 se concluyen con la lista de los 20 programas de acuerdo al OBJETIVO No. 3, podemos concluir que en primer lugar tenemos los siguientes tipos de programas: *

Infantiles (2 a)

De Aventuras (2 b)

Cine (2 c)

Comedias (2 d)

Dramas (2 e)

4.- Las horas de mayor audiencia por parte del público infantil son precisamente de las 14:30 a las 16:00 y de las 19:00 a las 21:00 horas.

5.- La gran mayoría de los programas preferidos pertenecen al canal 12.

La publicidad que acompaña a los programas preferidos por nuestro universo van de acuerdo al lugar donde se editan.

Los que vienen directamente de la ciudad de México se acompañan de comerciales para niños. Panificadora Bimbo, Jugos Jumex, Tang, Productos Marinela, Productos Nestlé, etc.

Los programas que se editan en nuestra ciudad conllevan publicidad de casas comerciales locales y de casas comerciales del Condado de -- San Diego, EE. UU.

* Ver clasificación de los programas en página 38.

E N C U E S T A 3

U N I V E R S O

ESTUDIANTES DEL NIVEL MEDIO SUPERIOR

M U E S T R A

88 ESTUDIANTES

O B J E T I V O G E N E R A L

CONOCER EL PUNTO DE VISTA INDEPENDIENTE
ACERCA DE LAS CONDUCTAS DE LOS PADRES
HACIA LOS HIJOS CON RELACION A LA
T. V.

C O N T E N I D O

CUESTIONARIO DE 10 PREGUNTAS (VER ANEXO C)

OBJETIVOS DE LA ENCUESTA NO. 3

- 1.- Observar hasta que grado puede llegar la desatención de los padres hacia sus hijos a causa de la T. V.
- 2.- Como reaccionan los padres cuando se ven interrumpidos por sus hijos en sus programas de T. V.
- 3.- Conocer si los padres controlan el tiempo que sus hijos dedican para ver la T. V.
- 4.- Que tanto influyen en los padres los comerciales televisados para la adquisición de bienes de consumo en el hogar.
- 5.- Saber si las campañas de aseo, conservación de la salud y mejoramiento ambiental que se transmiten por T. V. tienen resultados positivos para el niño.
- 6.- Si hay o no en el niño manifestaciones de conocimientos elevados adquiridos en la T. V.
- 7.- Conocer la influencia de las proyecciones televisadas en los juegos, lenguaje y actitudes del niño.

CONCLUSIONES ENCUESTA No. 3

Es indispensable incluir en el presente trabajo el estudio de la conducta que los mayores y los padres de familia adoptan ante los menores al si tuarse frente a un aparato de televisión.

Es por ello que decidimos realizar una encuesta con estudiantes de nive les superiores, considerando que son personas con cierta experiencia y críte rio, poseedoras de discernimiento y con capacidad para enunciar claramente - sus opiniones, que además observan la conducta de los mayores al ver la tele visión y el trato que dan a los niños por esta causa.

Según la encuesta realizada entre 88 personas, estudiantes de nivel me-
dio superior, además de las experiencias y observaciones recopiladas por los
integrantes del equipo, llegamos a las siguientes:

C O N C L U S I O N E S:

1.- Pudimos observar como resultado de esta encuesta que las mamás ven más -
televisión que los papás. según los resultados, las madres ven como pro-
medio 3 horas diarias de televisión y los padres 2 horas diarias.

Por otra parte el 75% de los encuestados declaró que las mamás no distri
buyen adecuadamente el tiempo entre sus obligaciones hogareñas y ver la-
televisión, sino que fácilmente dejan las primeras para dedicarse a lo -
segundo.

De esto podemos concluir que durante el tiempo que las madres ven la te-
levisión se olvidan de sus obligaciones o de la atención hacia sus hijos.

2.- Con respecto a las posibles reacciones de los padres cuando son interrum
pidos de ver sus programas televisivos, el 52% señaló que la reacción es
de regaño o enfado por la interrupción, el 21% de los jóvenes encuesta -
dos manifestó que los padres se muestran indiferentes, o reacios a aten-
der el asunto que se les presenta para no perder detalle de la trama ex-
puesta en el programa que están viendo.

Un 2% contestó que algunos de los padres llegan hasta golpear a sus hijos, molestos por la interrupción hecha, y sólo un 25% afirmó que los padres atienden y ponen interés a los problemas que les presentan sus hijos.

Esto demuestra que el 75% de los padres, al estar frente a su aparato televisor, les atrae toda su atención y descuidan en ese tiempo todas las obligaciones, incluyendo el cuidado de los hijos.

- 3.- Por lo que respecta al control que ejercen los padres de familia en cuanto a la calidad de los programas y horario en que deben de ver los niños la televisión, podemos concluir según los resultados obtenidos en esta encuesta, que un 50% de los padres de familia tienen un relativo control, puesto que supervisan los programas que deben ver los niños y los horarios en que deberán hacerlo; sin embargo, pudimos percartarnos, a través de la observación directa y el interrogatorio de nuestros alumnos, que muchas veces este control no tiene un razonamiento verdadero o meditado por los padres de familia, ni tiende a buscar el beneficio de los niños, sino que este control varía en función del humor de los padres o bien se utiliza como un medio de castigo al privarle de ver alguno de sus programas preferidos.

Mientras tanto, el otro 50% de los hogares encuestados carece de la supervisión de los padres, quedando al arbitrio del niño televidente el decidir los programas que quiere ver y la distribución que hará de su tiempo; lamentablemente, los programas que el niño acostumbra ver no son siempre los mejores de la programación ofrecida por los canales televisores locales; además por su corta edad nuestros alumnos carecen de malicia y sentido crítico para discriminar lo mejor para él, circunstancia que aprovechan los publicistas para influirlos con comerciales que les programan como futuros consumidores.

- 4.- En cuanto la influencia de la publicidad en los hábitos de consumo de los hogares encuestados, encontramos que un 52% aceptó que sí consume los artículos anunciados en la televisión y un 48% manifestó que no es ésta la motivación más fuerte para consumir tal o cual artículo, sino que dicen fijarse en algunas cualidades del artículo antes de adquirirlo.

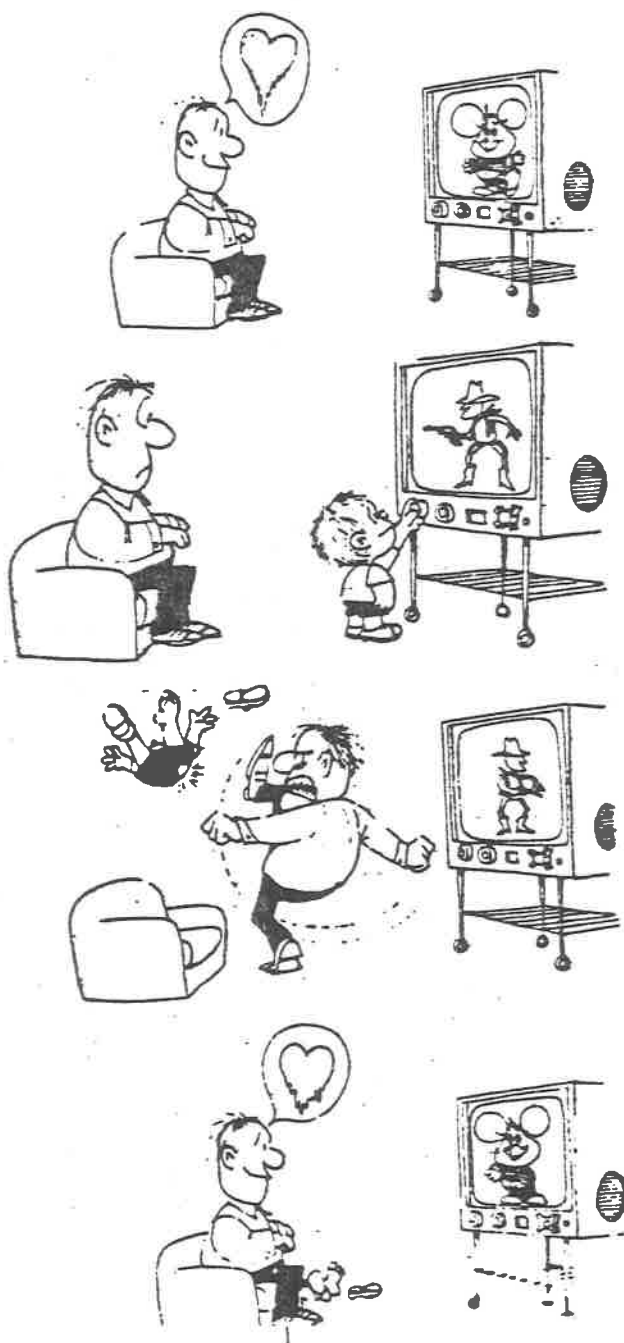
- 5.- En lo que se refiere a la aceptación de las campañas televisadas acerca de la higiene y las vacunaciones preventivas, el 90% de los encuestados manifestó que en sus hogares sí se hace caso de estas campañas, ya que motiva grandemente a los propios niños el ver a algunos de sus personajes favoritos invitándolos a seguir esos hábitos que le ayudan a conservar la salud.
- 6.- Con respecto a sí en los niños que ven televisión hay manifestación de conocimientos elevados para su edad, encontramos que un 74% de los encuestados contestó afirmativamente a esta pregunta, dado que en los programas que ve el niño, en ocasiones se manejan términos, técnicas, en fin, conocimientos que el niño va asimilando y en ocasiones los emplea convenientemente.

Aunque, desgraciadamente, en su mayoría, estos conocimientos no son dados con una finalidad educativa, sino como un recurso necesario para la trama del programa televisivo, por lo que en muchas ocasiones se cae en equívoco o en conceptos falsos porque así conviene al desarrollo de la historia.

- 7.- En cuanto a la influencia de la televisión en los juegos, lenguaje y actitudes del niño, pudimos captar que un 60% de los niños lleva a sus juegos algunos de sus programas o personajes preferidos, mientras que un 34% demuestra esta influencia principalmente en su lenguaje y un 31% en sus actividades al imitar a algunos de los personajes populares en la televisión.

NOTA: En esta pregunta se podía elegir de una a tres opciones.

UNA ACTITUD DEL PADRE DE FAMILIA FRENTE A LA TELEVISION*



* Tomado de la Televisión y el Estado, Revista Trimestral NUEVA POLITICA. México, 1976.

ENCUESTA 4

UNIVERSO

Niños de Escuela Primaria

MUESTRA

170 Niños

OBJETIVO

Conocer la respuesta del alumno cuando se le deja de tarea ver un determinado programa de T.V. y la influencia de este medio en su comportamiento dentro - del hogar.

CONTENIDO

Cuestionario de 11 preguntas (ver anexo D)

ENCUESTA No. 4

La encuesta No. 4 , consta de 11 preguntas, algunas de las cuales tienen respuesta múltiple. Esta encuesta fué aplicada a un total de - 170 niños.

Los objetivos que se pretendieron fueron los siguientes:

- 1.- Conocer en qué proporción se cumplen las tareas escolares sobre - algunos programas de televisión con contenido cultural, Ejemplo: El Mundo Submarino, El Reino Salvaje, Nova, etc.
- 2.- Conocer las motivaciones que impulsan al alumno a ver los progra - mas sugeridos por el maestro.
- 3.- Conocer hasta que punto existe la costumbre de ver televisión y - realizar otras tareas al mismo tiempo y además saber las motivaciones que lo impulsan a hacerlo.
- 4.- Conocer el impacto de los comerciales y los factores que influyen - en el ánimo de los niños para aprenderlos.
- 5.- Medir el grado de la influencia de la televisión en las relaciones - familiares así como algunas de las causas de los conflictos que pro - voca.
- 6.- Considerar hasta que punto la televisión es distractor de los jue - gos, de las tareas hogareñas, de las tareas escolares y de las relaciones familiares en general.
- 7.- Conocer la opinión personal de los alumnos con respecto a la televisión.

CONCLUSIONES ENCUESTA No. 4

- 1.- Al asignársele a un alumno que vea como tarea algún programa de televisión que el maestro considera útil para el alumno, sólo el 50% declaró verlo completo mientras que el otro 50% manifestó no verlo, destacando el hecho de que más de un 20% mostró una actitud negativa hacia ese tipo de tareas, cosa que pudiera considerarse desconcertante debido a la afición tan extendida de ver la televisión; aunque esto nos demuestra que el muchacho sólo ve, en su gran mayoría, aquello que quiere ver o aquello que le dejan ver.
- 2.- Del inciso A, de la pregunta 1 derivamos la pregunta 2, de las motivaciones para ver el programa indicado y en las cuales el alumno podía considerar tres opciones: Por cumplir con el maestro, por un interés personal verdadero o por creer en la necesidad y conveniencia del hecho; obteniendo las tres opciones un número casi igual de frecuencias.
- 3.- Al inquirir al alumno sobre la costumbre de ver la televisión y realizar otras actividades, el 47% manifestó que sí acostumbra hacer las dos cosas a la vez, con el objeto primordial de no perderse algún programa que el alumno considera interesante y algunos otros por sentir compañía. El 45% manifestó no realizar dos cosas a la vez destacando el hecho de que es la televisión la que atrae fundamentalmente su atención y no se distraen al estar viéndola, para hacer otras cosas.
- 4.- Al preguntar a los alumnos si saben algunos comerciales de la televisión, el 61% contestó afirmativamente, considerando además, según su particular punto de vista, el conocer pocos comerciales, aunque según pudimos constatar, la gran mayoría son capaces de recitarlos completos o de terminarlos una vez que se les dice el principio.

Por otra parte el 24% de los alumnos sujetos de la investigación -- manifestó ser atraído fundamentalmente por las imágenes de los comerciales y el 57% declaró que le agrada todo el anuncio. Entre los comerciales que encontramos más populares están: Los Pingüinos-

Marinela, Chocolate Quick, Refrescos Kool-Aid, Jabón Nórdiko, algunos anuncios de cigarrillos y cervezas, etc. Porque cuentan con música - letra, dibujos animados y acciones que los hacen sumamente atractivos.

- 5.- Sobre las riñas o motivos de discordia a causa de la televisión, los niños contestaron afirmativamente en un 78% este hecho sucede en mayor o menor frecuencia, haciéndolo por diferentes razones: que sus hermanos quisieran ver otro programa (31%) que se le indicó que debería estudiar o hacer sus tareas escolares (20%) o, sencillamente, por no dejarle ver algún programa de su preferencia (19%).

Esto demuestra que la televisión, más que aumentar las buenas relaciones familiares, se ha introducido como factor de discordia. Es frecuente que los hermanos mayores o los padres utilicen a la televisión como medio de castigo.

- 6.- La televisión como un distractor de las otras actividades del niño, mostró ser un elemento muy importante ya que el 90% de los niños manifestó que deja de realizar otras labores por sentarse a ver un programa televisivo de su preferencia.

- 7.- Un objetivo que consideramos muy importante es el conocer la opinión personal de los alumnos acerca de la televisión. El 55% de los alumnos encuestados la considera como algo divertido, dato que viene a reforzar el hecho de que son los programas de entretenimiento los que más auditorio infantil poseen.

Un 26% consideró a la televisión como algo muy útil y sólo un 14% la considera como algo educativo.

E N T R E V I S T A

CON EL SUBGERENTE ADMINISTRATIVO DE XEWTV CANAL 12

O B J E T I V O S

C O N C L U S I O N E S

ENTREVISTA REALIZADA CON EL SEÑOR CARLOS LUNA, SUBGERENTE
DE CALIMEX, S. A., EMPRESA DUEÑA DE LA ESTACION TELEVISORA

CANAL 12

OBJETIVOS:

QUE NOSOTROS COMO MAESTROS DE GRUPO

CONOZCAMOS:

- 1.- Las instalaciones y su funcionamiento.
- 2.- Las fuentes de adquisición de materiales de proyección y los criterios de selección de los mismos.
- 3.- La forma como se hace el montaje de un programa en vivo.
- 4.- La distribución del tiempo y costo de los comerciales.
- 5.- Si se cumple con la Ley de Radio y Televisión que destina el 12.5% del tiempo de programación para servicio público y cómo.
- 6.- El grado de preparación profesional del personal que labora en la estación televisora.
- 7.- Cuál es el medio de que se valen para conocer la audiencia de sus programas.
- 8.- Las causas por las que no se proyectan programas educativos.

CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA

Después de haber analizado las respuestas que nos diera el Sr. Carlos Luna, Subgerente de Televisora CALIMEX, S.A., llegamos a las siguientes conclusiones.

- 1.- Al conocer el edificio del Canal 12, encontramos que dispone de instalaciones y equipo modesto, ya que sólo dispone de un transmisor para color y cuenta para reserva con un transmisor para blanco y negro, ya bastante viejo. Por otra parte frecuentemente tienen que recurrir a sus habilidades manuales y a su imaginación creativa para poder solucionar problemas técnicos imprevistos debido a lo costoso de las refacciones o a la escasez de ellas.
- 2.- El material de proyección es rentado a una distribuidora de la Cd. de México, la que a su vez adquiere paquetes de programas de las cadenas televisoras estadounidenses. Otros programas son adquiridos de la Cía. Televisa.
- 3.- Los programas en vivo son muy pocos, dado lo costoso de su producción, para sacarlos adelante se echa mano de artistas locales, ya que a éstos no se les paga por su trabajo. El acuerdo es que la televisora los promueve al proyectarlos y los artistas les llenan el tiempo de algún programa.
- 4.- Acerca de la distribución de tiempo y costo de comerciales, el entrevistado aseguró que era el mismo a cualquier hora. Pero según nuestras observaciones, en la hora de mayor audiencia es cuando se proyectan comerciales de firmas económicamente fuertes y se aumenta la frecuencia de proyección de los mismos.
- 5.- El 12.5% del tiempo que la Ley fija para el servicio público sí se cumple, pero administrados por el criterio del propietario y programador de la televisora son puestos en las primeras horas de proyección del ca

nal, cuando se tiene menor audiencia. Estos no son programas completos sino breves anuncios que se intercalan entre el programa que se - esté proyectando, generalmente el programa llama "Función de la Tarde!"

- 6.- La preparación académica del personal es mínima, ya que en su mayoría apenas alcanza la primaria y algunos la secundaria y por lo tanto su preparación técnica no es mucha, habiéndose formado la gran mayoría - de los empleados de una manera empírica.
- 7.- Para conocer la teleaudiencia con la que cuentan se contratan los ser vicios de una compañía norteamericana de investigación de mercado, la que a través de encuestas y entrevistas telefónicas recoge los datos estadísticos con los que se elaboran los niveles de audiencia del canal.
- 8.- Los programas en vivo no son costeables por tener que producirlos ellos mismos y porque sería difícil encontrarles patrocinador. Por otra par te tomando en cuenta las necesidades administrativas de la empresa, la persona o institución que solicitara ese tiempo necesita presentar un plan mínimo de programas para desarrollarse durante un año.

VIII

CONCLUSIONES GENERALES

- 1.- Considerando las características de nuestra clasificación, el 97.42% de los programas del Canal 12, el de mayor preferencia de nuestros alumnos, carecen de un enfoque educativo y cultural, esto resulta negativo ya que lo que el niño asimila es una serie de informaciones que no corresponden a la realidad.

- 2.- El 20% del tiempo de transmisión de la televisión está destinado a la publicidad, esta cifra de por sí significativa tiene mayor relevancia si consideramos que se utiliza en horarios y con programas que tienen mayor audiencia lo que permite a los publicistas influir consciente o subliminalmente en el público consumidor. (4)

- 3.- El niño de la escuela primaria ocupa, como promedio el 19% de su tiempo en ver la televisión y el 13% dentro de la escuela.
Si consideramos además que no se aprovecha el 100% de las 22:30 horas semanales que teóricamente pasa en las aulas con actividades programadas para su aprendizaje, encontramos que la escuela está en gran desventaja con respecto a la televisión.

El 67% de los alumnos deja de ver la televisión después de las 21:00 horas y si tomamos en cuenta que en esta etapa de la vida el sueño es necesario en promedio de 9 horas diarias, encontramos que el abuso de ver la televisión roba tiempo al descanso lo cual repercute en somnolencia, cansancio, apatía de los niños al trabajo escolar.

- 4.- A través de las proyecciones televisadas el niño toma modelos de conducta que se van incorporando a su manera de actuar y sobre todo recibe una constante influencia de los personajes preferidos quienes en su mayoría son héroes fabulosos dotados de poderes sobrenaturales e impartidores de justicia, modelos que el niño integra en sus juegos y que hablan con ciertos modismos que adapta rápidamente. Desafortunadamente estos modelos no representan los patrones de conducta ideales para nuestra sociedad.

La inactividad en que se mantiene el niño al ver la televisión durante 1664 horas promedio al año, a la escuela asiste, como máximo, 646 horas, resulta negativa ya que repercute en una pereza física y mental en su comportamiento.

- 5.- El análisis de los programas con mayor aceptación y de los personajes - con quienes mejor se identifican nuestros alumnos tienen como denominados común la violencia, la fantasía y lo sobrenatural. Si agregamos - además la sugestión subliminal; todo esto provoca desviaciones en la - concepción de los valores por los infantes pues encuentra siempre al - blanco, rubio y alto como el bueno, inteligente y sagaz. Y el negro - el latino o el oriental son tontos, los malos, los payasos, cuando bien les va, los ayudantes del héroe.
- 6.- La televisión ha ido interfiriendo en la comunicación familiar hasta lle- gar a ser motivo de discordia entre iguales o de castigo empleado por los padres y quienes llevan la peor parte son los niños, los que muchas ve- ces transfieren sus sentimientos reprimidos al salón de clases manifes- tándolos en forma agresiva o mostrándose incommunicativos.
- 7.- Es significativo que el 47% de los niños hagan otra cosa al mismo tiem- po que ven la televisión. Las consecuencias son negativas pues se fomen- ta la irresponsabilidad desde temprana edad; las tareas de la casa se ha cen mal o se hacen a medias. Se trata de medio cumplir con los compromi sos contraídos.
- 8.- Ver un programa televisado como una tarea escolar, resultó no ser del - agrado de los alumnos ya que sólo el 50% cumplió con ella. Los alumnos televidentes se encuentran ya habituados a cierta clase de programas que son de su agrado y por otra parte el hecho de que algunas proyecciones - tengan el carácter de obligatorios viene a chocar con su opinión perso- nal de que la televisión es para divertirse únicamente.
- 9.- En el Canal 12 local, la escasa preparación del personal, técnico y ad- ministrativo; los pocos recursos materiales y técnicos de que dispone la la empresa y la falta de variedad de donde se pueden seleccionar progra- mas con contenido cultural, hacen que la calidad de su programación sea- baja en perjuicio del público general y de los niños en particular. (5)

(5) Castro Leal, Antonio y otros. Los medios de comunicación de masas (# 4 Bibliog.)

IX

RECOMENDACIONES

56401

RECOMENDACIONES A LOS MAESTROS

Al llegar a la parte final de esta investigación, hacemos referencia a uno de los motivos que apuntamos en el prólogo: El de compartir con nuestros compañeros las experiencias obtenidas.

Sugerimos a los compañeros maestros:

- a).- Encauzar la televisión como medio de aprendizaje para los niños de hoy y del futuro, para que desarrollen su sentido crítico aprovechando todos los aspectos que posee la programación y obtengan el mayor beneficio de ella.
- b).- Promover ante las autoridades correspondientes que el tiempo destinado al servicio público sea utilizado en forma continua donde a la vez que se utilice para temas de interés social, también se proyecten programas de carácter escolar.
- c).- Como organizadores de las actividades escolares deberán motivar a los padres de familia para que seleccionen sus programas y horarios de ver televisión y de esta forma sus hijos aprovechen lo mejor de las programaciones y además que organicen su tiempo para que no sean descuidadas otras actividades como: tareas escolares, quehaceres hogareños, comunicación familiar, etc.
- d).- Prepararse para sacar el mayor provecho de la información que se difunde a través de los medios de comunicación, tomando en cuenta la finalidad de la Pedagogía del Lenguaje Total en el sentido de estimular y promover en el educando la perceptividad, la criticidad y la creatividad a través de los medios de comunicación.
- e).- Se alfen a estos medios para que, al aprovechar el poder de ellos, obtenga beneficios para su labor educativa porque los signos simbólicos que usan los medios de comunicación de masas son demasiado impactantes y subyugantes y sería lamentable desperdiciar este factor.

B I B L I O G R A F I A

- 1.- Best, John
Como investigar en Educación.
Ediciones Morata;S. A.
España, 1970.
- 2.- Burke, Richard
Televisión en la Escuela
Edit. Pax, México la. Edición
en español, México, D. F. 1973.
- 3.- Castañeda Yañez, Margarita
Los Medios de la Comunicación y
la Tecnología Educativa.
Edit. Trillas 1a. Edición.
México;D.F. 1978
- 4.- Castro Leal, Antonio y otros
Los Medios de Comunicación de
Masas en México.
Edit. U.N.A.M., México; D.F.
1969.
- 5.- Cremoux, Raúl
Televisión o prisión electrónica
Edit. Fondo de Cult. Económica
1a. Edición
México,D.F. 1974.
- 6.- Elizundia Balcázar, Beatriz
Microenseñanza
Edit. Politécnico
1a. Edición.
México, D.F. 1976.
- 7.- Gutiérrez, Francisco
El Lenguaje Total
Edit. Humanitas
2a. Edición
Buenos Aires, Argentina
1974.
- 8.- Mc Luhan, Marshall
La Comprensión de los Medios como
las extensiones del hombre.
Edit. Diana.
1a. Edición.
México,D.F.
1969.
Traducción de Ramón Palazón

- 9.- Munguía Z., Irma y Salcedo Aquino,
J. Manuel
Técnicas de Investigación documental.
Edit. U.P.N.
1a. Edición
México, D.F., 1980
- 10.- Muraro Heriberto y otros.
Nueva Política
El Estado y la Televisión,
Vol. 1, No. 3, Julio-Sept.
Edit. Fondo de Cult. Econ.
México, 1976.
- 11.- Pardini, Felipe
Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales.
Siglo XXI Editores
1a. Edición.
México, 1978.
- 12.- Sanjinés Jorge y Gpo. Ukamau
Teoría y Práctica de un Cine
Junto al Pueblo.
Siglo XXI Editores
1a. Edición
México, 1979.
- 13.- Wilson, Brian Key
La Seducción Subliminal.
Edit. Diana.
1a. Edición.
México, D.F., 1980.

X i

A P E N D I C E

1) ENCUESTAS

2) ENTREVISTA

3) GRAFICAS

LICENCIATURA EN PREESCOLAR Y PRIMARIA

Tijuana, Baja California

CUESTIONARIO

ENCUESTA #1

1. ¿Cuántas televisiones funcionan en tu casa?
ninguna una dos tres ó más
2. Tipo de T.V. que ves con más frecuencia,
color blanco y negro cable visión
3. ¿Qué canales recibe tu T.V.?
6 8 10 12 15 39

4. ¿Cuál es el canal de tu preferencia? _____
5. ¿Cuáles son tus programas preferidos?

6. ¿Qué personaje de la T.V. desearías ser? _____
7. ¿A qué hora dejas de ver la T.V.? _____
8. ¿Cuántas horas dedicas a la T.V. diariamente?
Lunes _____ Martes _____ Miércoles _____ Jueves _____
Viernes _____ Sábado _____ Domingo _____ Total: _____
9. ¿Comentas con tus compañeros tus programas favoritos? SI _____ NO _____
10. ¿En qué turno asistes a la escuela? Matutino _____ Vespertino _____

E N C U E S T A #2

INSTRUCCIONES.- A la siguiente lista de programas de televisión más populares colócales una cruz a todos aquellos que acostumbres ver con frecuencia, en el paréntesis de la izquierda o de la derecha, según corresponda.

| | | | |
|-----|------------------------------|-----------------------------------|-----|
| () | Noticiero actualidades | Popeye el marino | () |
| () | ABC News | 24 Horas con Jacobo Zabloudosky | () |
| () | NBC News | Tom y Jerry | () |
| () | Calle Sésamo | Villa Alegre | () |
| () | Religiosos | Cine Juvenil | () |
| () | Premier de Gala | Friday Night Movie | () |
| () | The incredible Hulk | Bonanza | () |
| () | La Pandilla (Little rascals) | Sha Na Na | () |
| () | Juan Luis Presenta | Space 1 999 | () |
| () | Los pioneros | Lawrence Welk | () |
| () | Partidos de Básquetbol | Welcome back, Kotter | () |
| () | Love boat | Hogar, dulce hogar | () |
| () | La novicia voladora | Fantasy island | () |
| () | Mannix | Boston Pops Orchestra | () |
| () | Disneylandia | Siempre en Domingo | () |
| () | México, Magia y Encuentro | La muñeca rota | () |
| () | Pina | Chips | () |
| () | Happy days | Hardy boys | () |
| () | Fútbol dominical | Tijuana, Window to the South | () |
| () | Wild kingdom | Lost in space | () |
| () | Evening at simphony | Star Trek (Viaje a las estrellas) | () |
| () | Battlestar Galáctica | Emergencia | () |
| () | Dinah | That Girl | () |
| () | Humillados y ofendidos | La Zulianita | () |
| () | La venganza | Carol Burnett and friends | () |
| () | Datting game | Little (Love) experts | () |
| () | La mujer biónica | El chavo del 8 | () |
| () | Ven conmigo | El Chapulín colorado | () |
| () | Notiero información | La criada bien criada | () |

| | | |
|-------------------------------|--------------------------|-----|
| () Hawaii 5 - 0 | Mi secretaria | () |
| () Variedades de media noche | Historia policiaca | () |
| () Noches tapatías | Electric company | () |
| () Barnaby Jones | El hombre nuclear | () |
| () Superestelar musical | Starsky & Hutch | () |
| () Hacia el mañana | El show de Eduardo II | () |
| () Police woman | Cámara Social | () |
| () El show de los Camarena | The Muppet Show | () |
| () Donie & Marie Osmond | Charlie's Angels | () |
| () National Geographic | Programas Especiales | () |
| () Función de Box | Jueves espectacular | () |
| () La Universidad y usted | El Club de las estrellas | () |

ENCUESTA # 3

- 1.- Qué actitud observas en los jefes de familia cuando se les interrumpen por sus hijos, sus programas de televisión?
- Son indiferentes _____
 - Comprenden a sus hijos _____
 - Se enojan y regañan _____
 - Se enojan y los golpean _____
- 2.- Cuántas horas a la semana ve la mamá televisión, aproximadamente.
- Más de 30 _____
 - Entre 21 y 29 _____
 - Menos de 20 _____
- 3.- Tiene usted control en el horario que ven televisión sus hijos?
- Si _____
 - No _____
- 4.- Intervienen los padres en el tipo de programas que han de ver sus hijos?
- Si _____
 - No _____
- 5.- Las vivencias obtenidas por el niño, las refleja en:
- Su lenguaje _____
 - Sus juegos _____
 - Su comportamiento _____
- 6.- El ama de casa programa sus actividades hogareñas de modo que no interfieran con sus programas favoritos?
- Si _____
 - No _____
- 7.- Se compra en el mercado el producto que más se anuncia?
- Si _____
 - No _____
- 8.- Existe ya en los niños el hábito de aseo a causa de las recomendaciones que se hacen por televisión?
- Si _____
 - No.. _____

9.- Se observaron las recomendaciones que por televisión se hicieron con --
motivo de la última campaña de vacunación?

a) Si _____

b) No _____

c) No hay niños de esa edad _____

10.- Has observado en los niños manifestaciones de conocimientos elevados pa
ra sus edad, debidos a la influencia de la televisión?

a) Si _____

b) No _____

c) No ha notado _____

E N C U E S T A #4

ENCUESTA SOBRE LA TELEVISION EN TIJUANA

ERES NIÑO O NIÑA: _____ EDAD: _____ GRADO: _____

INSTRUCCIONES:

Contesta tachando con una cruz la respuesta que se aplique a tí en cada una de las preguntas.

1. Si tu maestro te deja de tarea el que veas un programa de televisión - determinado:

- a) Lo ves completo ()
- b) Sólo vez una parte ()
- c) Se te olvida frecuentemente : ()
- d) No te lo permiten tus papás ()
- e) No lo ves por creer que no es necesario ()
- f) Le apagas porque te parece aburrido ()

2. En caso de ver el programa, ¿por qué razón lo ves?

- a) Por cumplir con el maestro ()
- b) Porque verdaderamente te interesa ()
- c) Porque crees que es necesario y conveniente para ti ()

3. Acostumbras hacer tu tarea, jugar o cualquier otra cosa cuando ves la televisión?

SI NO FRECUENTEMENTE

4. ¿Por qué la mantienes prendida cuando haces otra cosa?

Por hacer dos cosas Por ver algún programa interesante

Por sentir compañía Porque pasan comerciales que te gustan

5. ¿Te sabes algunos comerciales de la televisión?

SI NO ¿Cuántos? POCOS MUCHOS

6. ¿Qué es lo que te gusta más de los comerciales?

LA LETRA LA MUSICA LAS IMAGENES TODO

7. ¿Peleas con tus hermanos por causa de la televisión?

SI NO A VECES

8. ¿Por qué?

Porque no te dejan ver algún programa que tú prefieres . . . ()

Por hacerte enojar ()

Porque ellos quieren ver otro programa ()

Porque dicen que debes estudiar o hacer tus tareas ()

9. ¿Has dejado de jugar con tus amigos o hermanos por ponerte a ver algún programa de televisión de tu preferencia?

A VECES NUNCA MUCHAS VECES SIEMPRE

10. ¿Obedeces a una orden de tus padres rápidamente cuando estás viendo un programa de televisión que consideras interesante?

SIEMPRE A VECES NUNCA FRECUENTEMENTE

11. Tú consideras a la televisión como algo:

MUY UTIL DIVERTIDO EDUCATIVO

ENTREVISTA

- 1.- Horario de Programación
Lunes de _____ a _____
Martes de _____ a _____
Miércoles de _____ a _____
Jueves de _____ a _____
Viernes de _____ a _____
Sábado de _____ a _____
Domingo de _____ a _____
- 2.- Area geográfica que cubre _____

- 3.- Porcentaje de la programación que es de origen:
Nacional _____
Extranjera _____
- 4.- ¿Qué porcentaje del tiempo total se usa en comerciales?

- 5.- Ejemplifique los programas o anuncios en que se invierta el tiempo que la Ley exige o estipula

- 6.- Cuál es aquí el porcentaje que le corresponde al Gobierno usar?

- 7.- Se cubre la totalidad del tiempo a que se refieren los puntos anteriores? _____
- 8.- Cuál es la razón de ésto? _____

- 9.- Qué tiempo se dedica a programación local y en vivo? _____
horas a la semana.
- 10.- Qué aspectos cubren esos programas en general? _____

11.- Qué criterio se sigue para la selección de los programas grabados - que han de difundirse? _____

12.- Qué demanda hay para la presentación de programas culturales o educativos? _____

13.- Cuáles pros o/y contras aprecian para proyectar programas educativos? _____

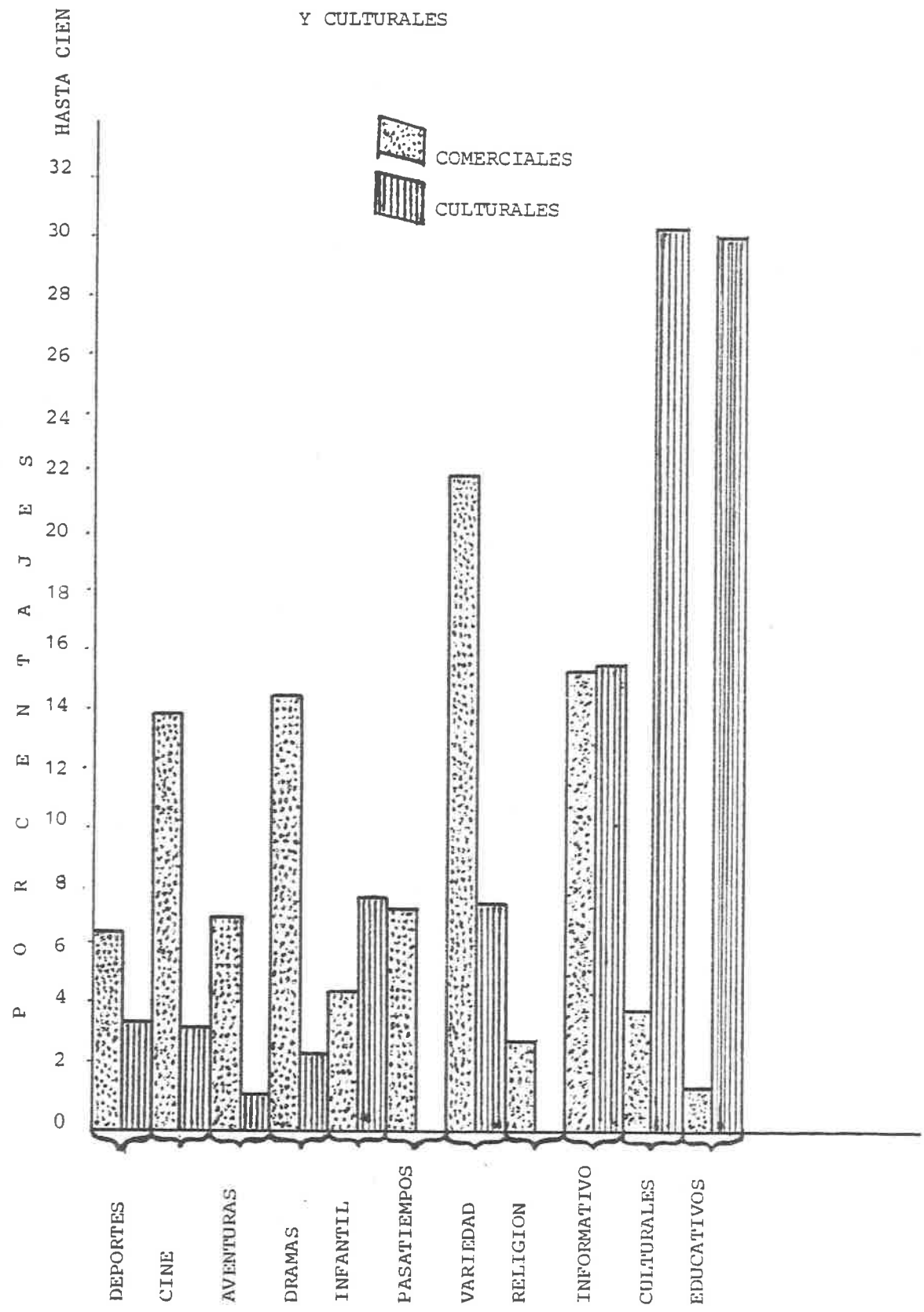
14.- Cuáles son las horas de mayor teleauditorio? _____

15.- De qué medios se valen para averiguarlos? _____

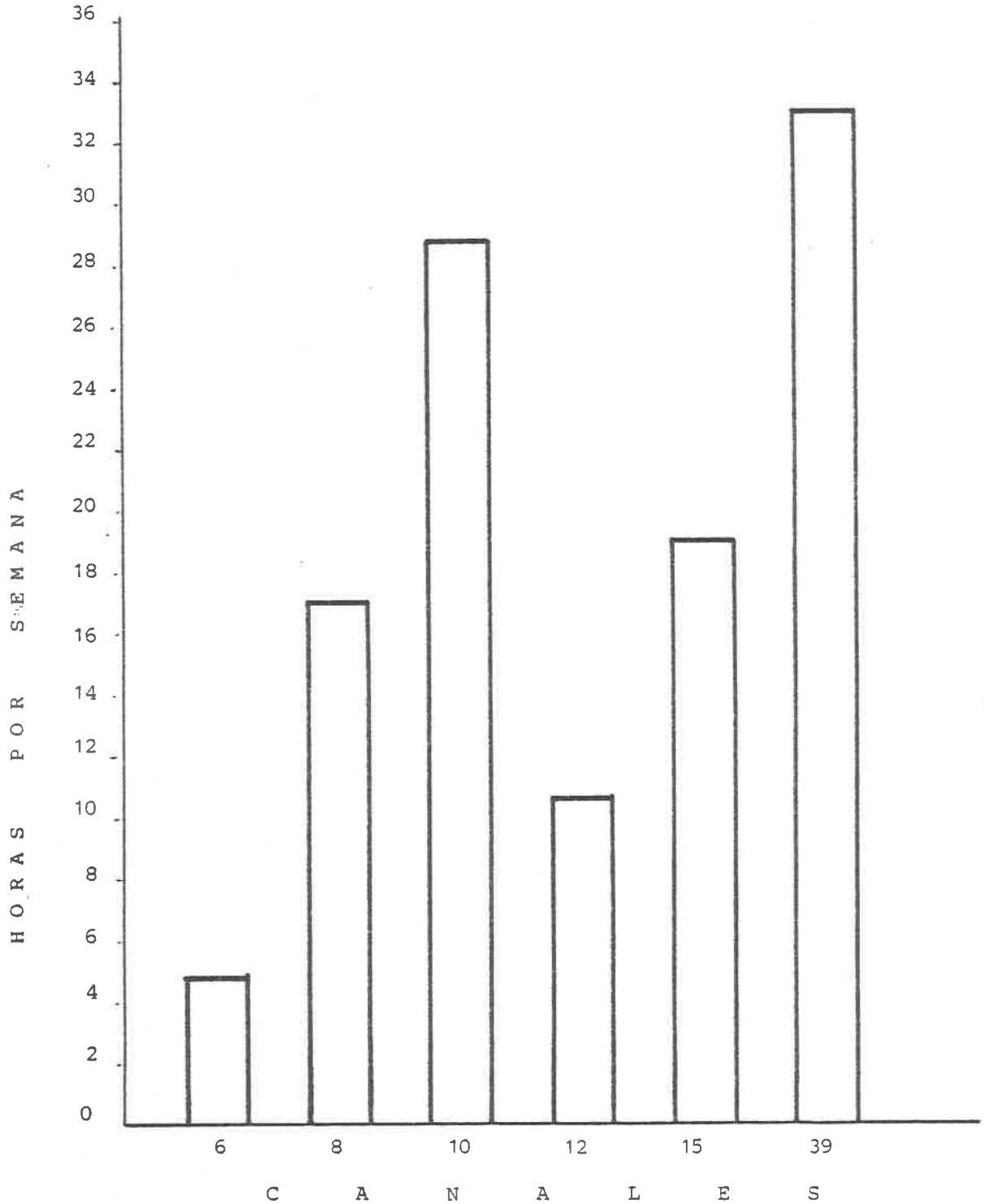
16.- Enumere algunas dificultades técnicas con las que tropiezan y diga las posibilidades de solución? _____

17.- Enliste los puestos que hacen posible la teledifusión y el grado de preparación que tienen las personas que lo desempeñan? _____

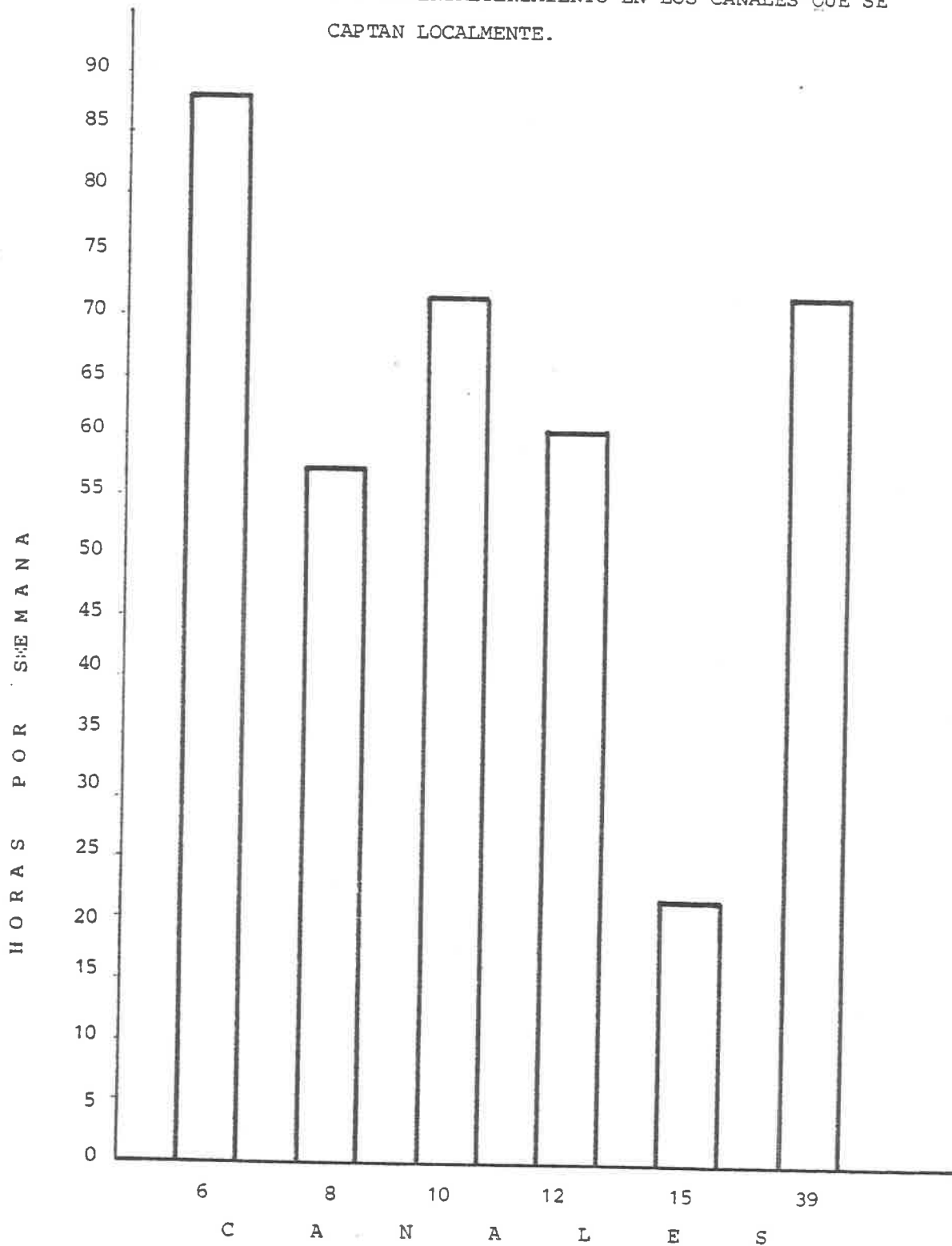
GRAFICA COMPARATIVA SOBRE CANALES COMERCIALES Y CULTURALES



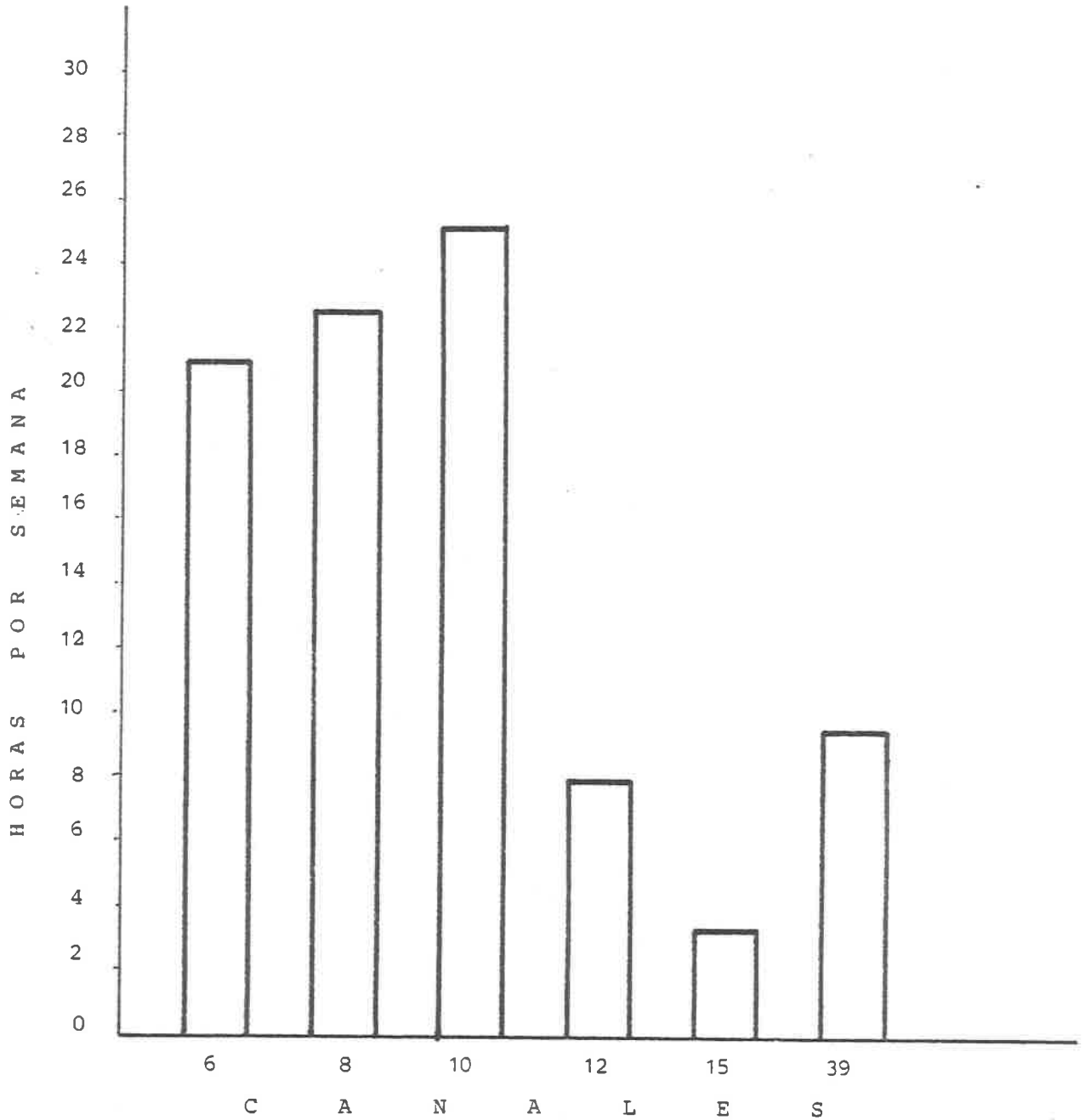
GRAFICA COMPARATIVA SOBRE LA SUMA DE HORAS DE PROGRAMA
CION INFORMATIVOS EN LOS CANALES QUE SE CAPTAN
EN TIJUANA.



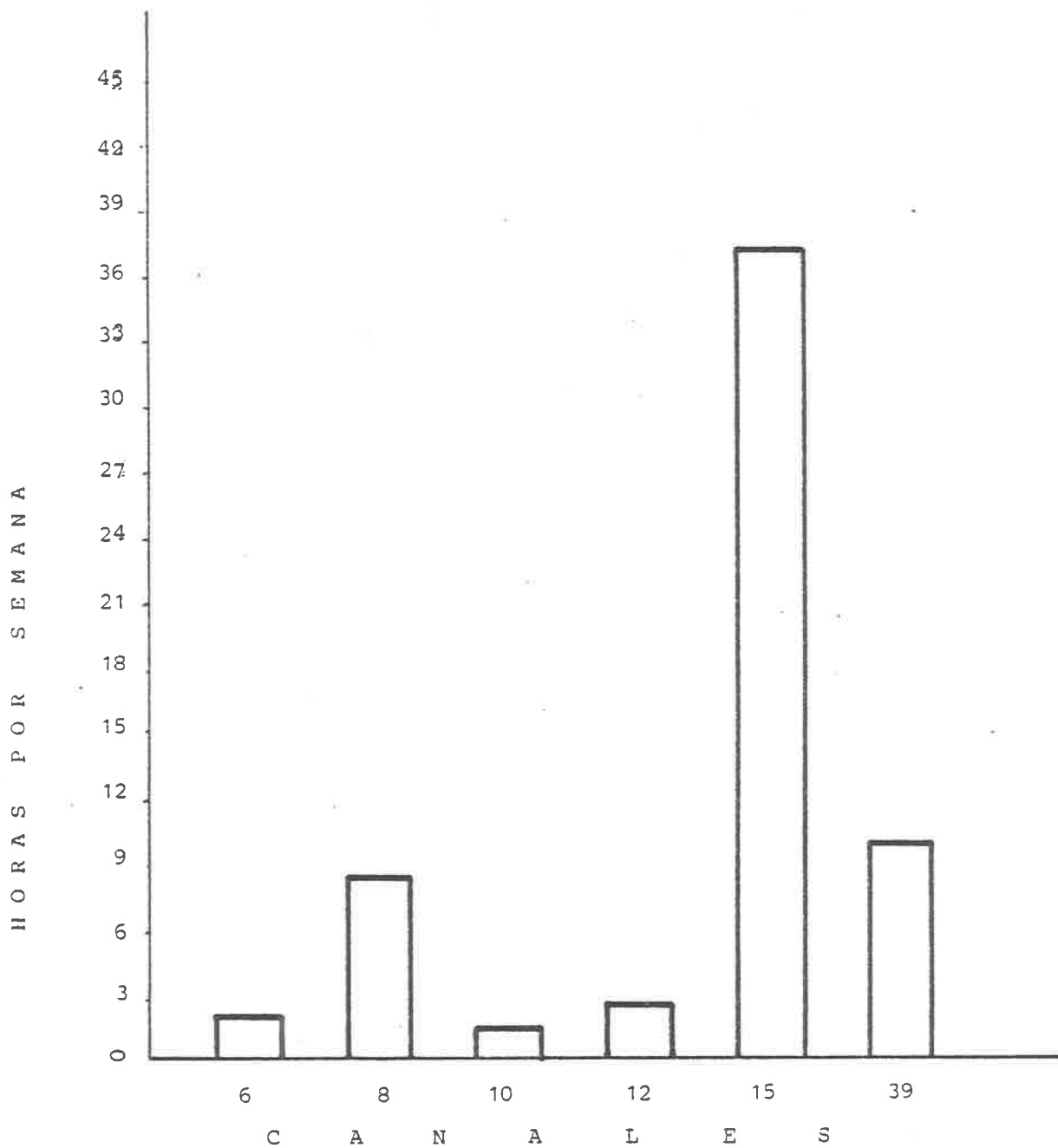
GRAFICA COMPARATIVA SOBRE LA SUMA DE HORAS DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO EN LOS CANALES QUE SE CAPTAN LOCALMENTE.



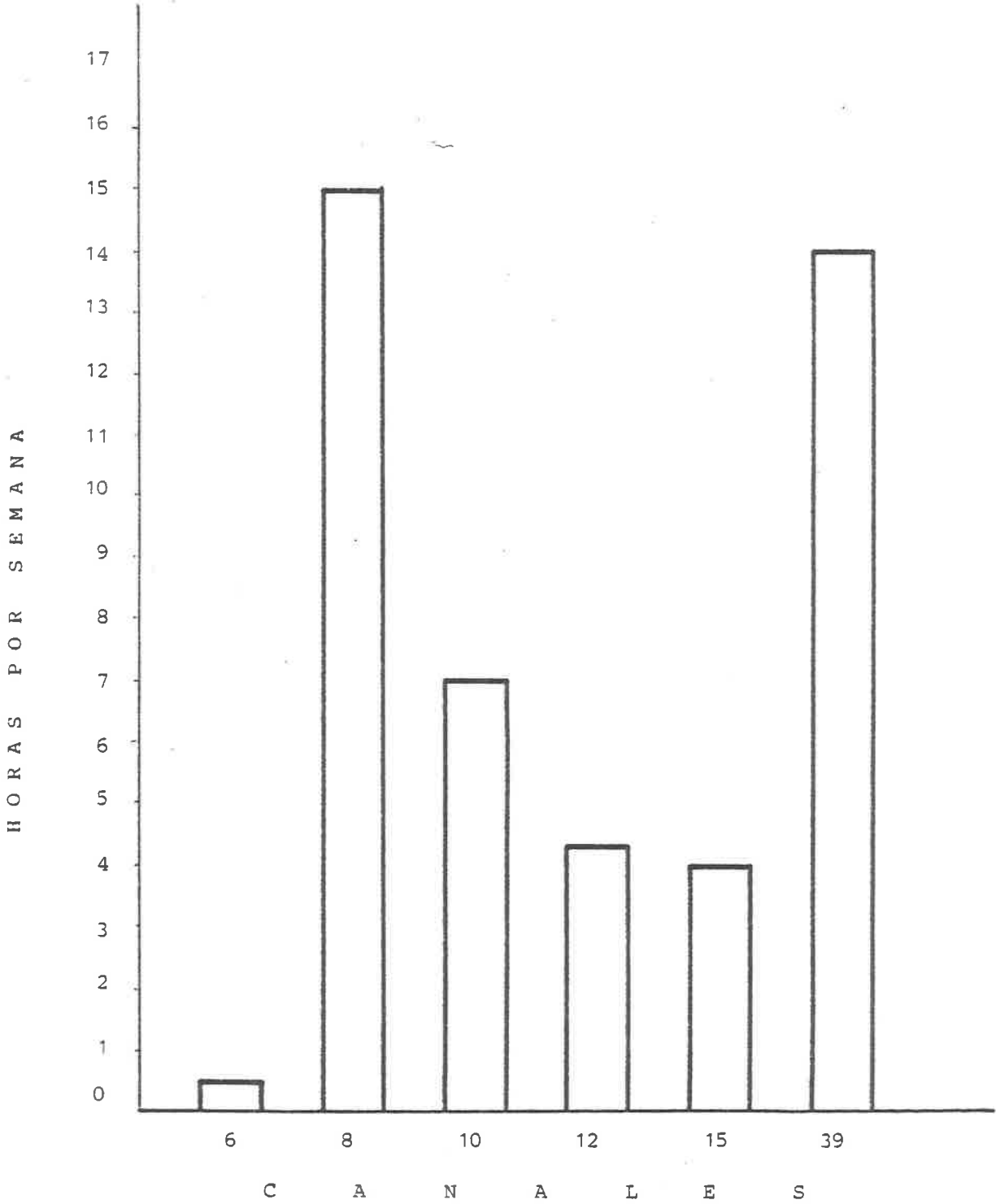
GRAFICA COMPARATIVA SOBRE LA SUMA DE HORAS DE PROGRAMAS
DE CINE EN LOS CANALES QUE SE CAPTAN LOCALMEN-
TE



GRAFICA COMPARATIVA SOBRE LA SUMA DE HORAS DE PROGRAMAS
CULTURALES EN LOS CANALES QUE SE CAPTAN LOCAL-
MENTE.



GRAFICA COMPARATIVA SOBRE LA SUMA DE HORAS DE PROGRAMAS DE DEPORTES EN LOS CANALES QUE SE CAPTAN LOCALMENTE.



XII

G L O S A R I O

G L O S A R I O

AUDIENCIA .-

Cantidad de personas que asisten o presencian un espectáculo.

COMERCIALES .-

Avisos publicitarios que en cada medio adquieren características peculiares que nos muestran los avances en la presentación y su técnica para el manejo del mensaje.

COMUNICACION.-

Todo aquello a lo que se logra dar una significación. Toda transmisión con una respuesta directa o indirecta, positiva o negativa, puede ser considerada como un acto de comunicación. Hoy sabemos que un acto de comunicación puede realizarse indistintamente por persona, animal o cosa. Cuando la comunicación es entre personas, su proceso podría esquematizarse con la fórmula: " Quien dice qué, por qué medio, a quién, con qué efectos ".

COMUNICACION DE MASAS.-

Es la que se produce públicamente, por medios técnicos (prensa, cinematógrafo, radio, televisión, etc.), indirectamente, unilateralmente, y a un público disperso.

DIBUJO ANIMADO .-

Representar en una superficie la figura de un cuerpo por medio de líneas y sombras. Su técnica deriva de uno de los trucos filmicos más viejos y elementales: la " vuelta de manivela ", o sea el fotografiar imágenes aisladas, dando así movimientos a cosas inanimadas, es decir, consiste en animar personas u objetos, fotografiándolos a cámara fija, en actitudes o situaciones sucesivas.

ENFOCAR .-

Hacer que la imagen de un objeto producida en el foco de una lente se recoja con claridad sobre un plano u objeto determinado.

IMAGEN .-

Unidad representativa de los lenguajes de algunas artes y medios de comunicación social. La imagen filmica es diferente de otras imágenes: No acaba en sí misma, exige la sucesión de otras imágenes, es decir está en movimiento.

INFORMACION .-

Transmisión de mensajes en forma unidireccional, mientras que comunicación se refiere a la transmisión en doble dirección. En este sentido

tido, todos los " medios técnicos de comunicación " serían llamados me
jor "medios de información ". Llamamiento hecho a la mente.

LENGUAJE TOTAL .-

Todo se comunica con nosotros de tal modo que nuestra conducta no es
más que la respuesta a las significaciones que cada cual haya dado a los
mensajes recibidos. Los medios de comunicación de muchos de ellos to
talizan de tal modo nuestra existencia que estamos siendo convertidos en
un producto del consumo y elaboración abusivos de los mismos. Estamos am
bientados por el " Lenguaje Total " , y como nunca en nuestros días, no so
lo está determinando nuestra conducta sino conformando la vida. De aquí
la necesidad y urgencia de una " PEDAGOGIA DEL LENGUAJE TOTAL " que
fundamentándose como " Educación liberadora " nos dé un hombre psico
lógicamente dinámico en su desarrollo integral, comprometido con su pro-
pia acción crítica, creadora y socializante en la permanente transforma-
ción de la sociedad.

MASA .-

Fenómeno social propio de nuestro tiempo: la circunstancia domina al YO
, y crea un tipo genérico; piensa como todo el mundo y se siente agus
to con todo el mundo. En mayor o menor grado, consciente e inconsciente-
mente hoy estamos todos masificados. Cantidad de personas en mayoría, in
timamente unidas entre sí, de manera que pueden sentir y posiblemente ac
tuar como unidad. Para los " medios de comunicación social ", público dis
perso que presta su atención, todos a la vez a un mismo objeto.

MENSAJE .-

Contenido de toda comunicación. Su significado, resulta integral de
un significante y un significado, puede ser: connotativa, denotativa o es
tructural.

MICROENSEÑANZA .- (7)

La Microenseñanza es el aprovechamiento de la televisión para pre-
parar a los maestros que quieren mejorar sus sistemas de enseñanza y con
sta de: a).- Un ambiente controlado para demostrar hab
ilidades docentes (salón, iluminación, equipo de video-grabación), b).- Retroalimen-
tación de múltiples fuentes (alumno, supervisor, y repetición de video
tapes) c).- Oportunidad de una inmediata integración y su aplicación in

de una retroalimentación (reenseñar con un grupo diferente de alumnos).

PERCEPCION .-

El hecho de darnos cuenta de objetos externos mediante los sentidos. Es característica de la percepción la presencia de sensaciones, que no es necesario para recordar o imaginar. Por percepción se entiende la PERCEPCION EXTERNA, y equivale por consiguiente a experiencia externa. Es un hecho complejo que además de sensaciones contiene recuerdos y otros elementos.

La PERCEPCION INTERNA consiste en darnos cuenta de los hechos de nuestra propia conciencia. También se entiende por percepción todo acto cognoscitivo.

PERCEPCION SUBLIMINAL .-

Sensaciones recibidas por vía subconsciente que la mente consciente no capta. Se ha demostrado que una imagen o sonido expuestos al hombre durante cierta fracción de segundo son demasiado rápidas para ser percibidos y que van directamente al subconsciente. Se llaman subliminales porque están debajo del límite inferior de la percepción humana.

PROTOTIPO .-

Modelo de conducta aceptada, tradicional, de lentos cambios. No es una imagen, sino un poder productor de imágenes, una disposición para producir mitos. Todo prototipo es colectivo, no pertenece al individuo, sino a la naturaleza universal del hombre. Dícese en televisión o cine, de los personajes que representan el más perfecto ejemplar y modelo de una virtud, vicio o cualidad.

PUBLICIDAD .-

Conjunto de técnicas para crear en el público un comportamiento preconcebido sobre ideas, objetos y personas. Dispone de múltiples medios que van desde el grito del vendedor callejero hasta el "slogan" y la técnica refinada de las revistas, carteles, radio y televisión. Arte de combinar en imágenes representativas, unidades plásticas puras y elementos verbales.

TELEAUDIENCIA .-

Dícese de la cantidad de personas que ven un programa de televisión en un momento y área determinada.

TELEEDUCACION .-

Alfabetización por televisión. Desde Agosto de 1965 se inicia en la ciudad de México un curso de alfabetización por circuito cerrado, para pasar un año después a un curso por circuito abierto con nueve televisoras, para 1970 sumaban 15 las televisoras encargadas de esta labor.

Al constatar resultados la SEP obtiene los siguientes datos; solamente una de cada tres personas que inició el curso lo termina; todos los que terminaron el curso fueron alfabetizados.

Telesecundaria.- Para 1968, la SEP, tratando de hacer una aplicación más práctica de la televisión educativa inicia los cursos de telesecundaria y en 1970 en el Distrito Federal y siete estados de la República se atienden ya 49 662 alumnos. A pesar de los tropiezos y críticas se logra llegar al acuerdo por parte del Secretario de Educación Pública de incluir dentro del sistema educativo nacional la enseñanza secundaria por televisión.

Los resultados han sido favorables tanto cualitativa como cuantitativamente al grado de ratificar los trabajos al respecto con otro acuerdo, el de el 31 de Agosto de 1973.(8)

A partir de 1981, se inicia una modalidad la Secundaria Abierta por Televisión. En donde el alumno recoge su paquete didáctico, instrucciones, libros y después de un periodo escolarizado intensivo frente a la televisión durante las vacaciones escolares, presenta sus exámenes en el centro de acreditación correspondiente.

TELEVISION POR CIRCUITO CERRADO .-

La televisión por circuito cerrado se basa esencialmente en los mismos que conforman el sistema de televisión convencional que conocemos: un transmisor de imágenes que recoge desde la fuente del mensaje que se va a comunicar; un receptor semejante al que vemos en nuestros hogares.

La diferencia de la televisión por circuito cerrado comparado con la televisión convencional es de que en la primera no hay posibilidad de mandar al aire señales (ondas hertzianas) sino que el transmisor y el receptor están unidos por cables y el enlace se hace con ondas eléctricas.

Ejemplo de empleo de la televisión por circuito cerrado es: Mostrar a un grupo numeroso de estudiantes de Medicina todo el proceso de