

✓  
**ESTRATEGIAS DIDACTICAS QUE FAVORECEN  
EL ANALISIS Y LA REFLEXION SOBRE MENSAJES Y  
PROGRAMAS DE TELEVISION EN NIÑOS  
DE SEGUNDO GRADO DE EDUCACION PRIMARIA**



**MARIA DEL CARMEN TORRES URIAS**

**PROPUESTA PEDAGOGICA PRESENTADA  
PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADA EN EDUCACION PRIMARIA**

**CHIHUAHUA, CHIH., MARZO DE 1994**

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACION

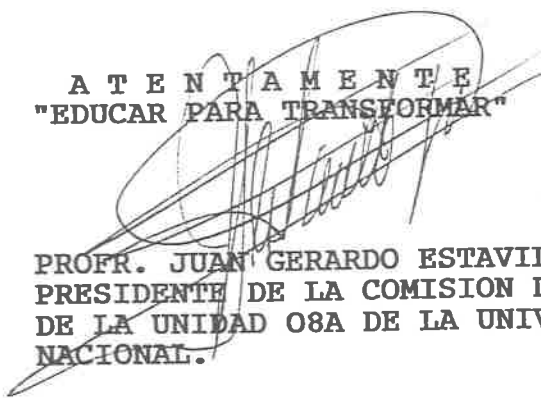
Chihuahua, Chih., marzo 8 de 1994.

C. MARIA DEL CARMEN TORRES URIAS  
P r e s e n t e . -

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado "ESTRATEGIAS DIDACTICAS QUE FAVORECEN EL ANALISIS Y LA REFLEXION SOBRE MENSAJES Y PROGRAMAS DE TELEVISION EN NIÑOS DE SEGUNDO GRADO DE EDUCACION PRIMARIA", opción Propuesta Pedagógica a solicitud del C. Profr. HECTOR ARMANDO MONTOYA ESTRADA, 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.

A T E N T A M E N T E  
"EDUCAR PARA TRANSFORMAR"

  
PROFR. JUAN GERARDO ESTAVILLO NERI  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION  
DE LA UNIDAD 08A DE LA UNIVERSIDAD PEDAGOGICA  
NACIONAL.



Universidad Pedagógica Nacional  
UNIDAD UPN 08A  
CHIHUAHUA, CHIH.  
S. E. P.

Con mucho amor para ISIS  
lo más grande en mi vida

Un profundo agradecimiento hacia:  
Alfonso por su apoyo en  
mi constante superación ...

Todos los niños que han sido mis alumnos  
ya que sin duda merecen más calidad en sus mentores ...

Los maestros asesores  
por su valiosa orientación y conocimientos,  
que motivaron en mí, el anhelo  
de lograr una transformación tanto profesional como  
personal sin decaer en la lucha por intentarlo

1

# INDICE

	Página
INTRODUCCION.....	5
I PROBLEMA.....	7
A. Justificación .....	8
B. Objetivos .....	11
II MARCO TEORICO.....	12
A. Sociedad y la realidad histórico social .....	12
B. La educación .....	14
1. Educación formal .....	16
2. Educación no formal .....	16
3. Educación informal .....	17
C. Ciencias Sociales .....	18
D. Conocimiento y el proceso de enseñanza-aprendizaje .....	20
E. Los sujetos del proceso educativo .....	22
1. Papel del alumno .....	24
2. Papel del maestro .....	26
3. Papel de los padres de familia .....	27
F. Los medios masivos de comunicación .....	30
1. Comunicación y sus funciones .....	30
2. Medios masivos de comunicación .....	32
3. Televisión, antecedentes y su influencia en la formación infantil .....	37
III MARCO CONTEXTUAL.....	44
A. Contexto Institucional.....	44

1. Breve reseña histórica de las Reformas Educativas en México.....	44
2. Plan de estudios de Educación Primaria .....	52
3. Programa de segundo grado .....	57
B. Contexto social .....	61
1. Condiciones Socioeconómicas y Políticas de la República Mexicana, del Estado de Chihuahua, de la Ciudad de Chihuahua y de la Colonia Santo Niño .....	61
2. Escuela Primaria Federal "Eloy S. Vallina" Turno Vespertino .....	65
IV ESTRATEGIAS DIDACTICAS .....	68
A. Propósitos particulares .....	70
B. Estrategias didácticas .....	71
1. "Reuniones de padres de familia" .....	71
2. "Comentario y participación en grupo de análisis de programas" .....	73
3. "Juguemos a ser críticos de televisión" .....	75
CONCLUSIONES.....	78
BIBLIOGRAFIA.....	80
ANEXO .....	82

## INTRODUCCION

La presente Propuesta Pedagógica se elabora de acuerdo a los lineamientos que la Universidad Pedagógica Nacional establece para las Licenciaturas en Preescolar y Primaria del Plan 85, considerando los elementos teórico-metodológicos del área básica y terminal, abarcando las conclusiones obtenidas en las reuniones grupales y rescatando la experiencia del docente y su práctica educativa.

Es un proyecto que ofrece alternativas para intentar colaborar en la solución de una situación problemática detectada en el área de Ciencias Sociales, manifestada en un grupo de segundo grado de Educación Primaria: se plantea una serie de estrategias didácticas que inmiscuyen la participación activa y guiada tanto de alumnos y maestro, como de padres de familia y su contexto social, a través de esto se propone propiciar el análisis y la reflexión de los niños de este grado, sobre los mensajes y programas que ve en televisión. Dichas estrategias se inician tratando de concientizar a los padres de familia sobre su valioso papel, para que esta labor educativa resulte fructífera.

Este trabajo se presenta en Capítulos, descritos de la siguiente forma: se inicia con el Primer Capítulo que incluye el planteamiento del problema, justificación y objetivos, donde se explicita su elección, justificación de la situación problemática, además de enunciar los propósitos generales.

El Segundo Capítulo lo conforma el Marco Teórico, donde se postula la concepción teórica de esta propuesta, respecto a la sociedad y la realidad histórico social, la educación como proceso social complementado en su aspecto formal, informal y no formal, se con-

ceptualiza a las Ciencias Sociales, al conocimiento y al aprendizaje, a la vez que el papel de los sujetos del proceso educativo: alumno, maestro y padres de familia. También se trata ampliamente el tema de los medios de comunicación colectiva, en especial apartado sobre la televisión y su influencia en la formación infantil.

En el Tercer Capítulo, se hace mención de las Reformas Educativas, que se han dado en México a través del tiempo, incluyendo la modernización educativa actual, se ubica al problema estudiado en el Plan de Estudios de Educación Primaria, al Programa de segundo grado, Contenidos Básicos y al Plan y Programas de 1993, además de tratarse el Contexto Social que rodea a los niños de segundo grado "B" desde las condiciones socioeconómicas y políticas de la República Mexicana, del estado de Chihuahua, la ciudad de Chihuahua, la Colonia Santo Niño, hasta las características especiales de la escuela Primaria donde se desarrolla el proceso educativo de estos niños.

El Cuarto Capítulo corresponde a las estrategias didácticas, donde se definen los propósitos, se enuncia la forma de desarrollo, el papel de los sujetos del proceso educativo, recursos didácticos, duración de la estrategia y evaluación. Además en este Capítulo se conceptualiza a la evaluación como un proceso inherente de la educación.

Al final aparecen las Conclusiones, se anotan los Autores y los Textos que se consultaron para elaborar este trabajo.

## I EL PROBLEMA

La mayoría de las personas son influidas por los mensajes y programas de televisión, al permanecer durante horas frente a la misma, donde predomina la publicidad, la propaganda y el intento implícito de establecer cierto modelo de vida, los niños en edad escolar no escapan al encanto de la imagen en movimiento continuo, al color y sonido de este medio masivo, su impacto negativo es muy claro en la modificación de hábitos sociales infantiles, algunos pequeños abandonan el juego y la interacción con los demás niños fuera del hogar y en la escuela, además descuidan las tareas escolares y domésticas, también se deteriora su capacidad de descubrimiento con la fascinación que provoca en ellos, este medio masivo. Otro hábito formativo muy importante que es olvidado es la lectura.

Es tan rápido el cambio de imágenes, tan hábil y llamativa la forma de anunciar los productos que desean vender, e inteligente la manera de mandar mensajes al subconsciente humano, que muchos de los niños de siete u ocho años, a quienes interesa tratar en esta Propuesta Pedagógica, sólo son receptores, no analizan ni reflexionan sobre los mensajes y programas de televisión que perciben.

Ante este problema, y el hecho de que el programa oficial de segundo grado de Educación Primaria, incluye unas cuantas actividades para estudiar los medios de comunicación, el maestro no sólo ha de basarse en éstas, sino que, fundamentándose en la realidad que viven los menores y sus familias como parte integrante de la educación; el profesor ha de plantearse:

¿A través de que estrategias didácticas, es posible favorecer en



los alumnos de segundo grado, el análisis y la reflexión sobre los mensajes y programas de televisión?

Es necesario que la educación escolarizada participe en la solución de esta problemática social, involucrando a los padres de familia, orientándolos y exhortándolos a comprender la responsabilidad de contribuir en unión con el alumno y el maestro en la realización de estas actividades didácticas que ayudarán a solucionar este problema, empleando positivamente este medio masivo.

#### A. Justificación

En la República Mexicana, los medios masivos de comunicación tienen un importante papel, por el apoyo que brindan a las relaciones de producción del sistema socioeconómico, político y capitalista imperante en el país. La televisión es uno de los medios masivos que llega a todos los lugares y estratos sociales influyendo en ocasiones negativamente con su información, entretenimiento, programas, anuncios y mensajes, sobre personas de todas edades, especialmente cuando hay ignorancia en ellas.

La programación emitida por la televisión, es seleccionada y manejada por especialistas en mercadotecnia, cuya prioridad es propiciar el consumismo, dando mayor importancia a asuntos comerciales, políticos e ideológicos acordes al interés de una sola élite social, fomentando así la enajenación y la pobreza cultural, no sucede lo mismo al impulsar la educación en beneficio común de la sociedad.

Aunque la televisión sea empleada bajo reglamentación del gobierno, los dueños de los emporios comerciales nacionales e internacionales, recurren a los más sofisticados procedimientos para explotar

el subconsciente de la gente, creando falsas necesidades e ídolos, distorsionando la realidad.

Es lamentable comprobar que gran parte de la población, incluyendo la infantil, permanece varias horas absorta frente al televisor; obviamente esta última es la más afectada, debido a que el niño que está en proceso de formación capta varias imágenes por segundo frente al televisor, es bombardeado por anuncios que en ocasiones llevan mensajes subliminales, en programas que aparentemente pretenden colaborar en su educación, pero no es así, el niño es incitado a aceptar como verdad lo que se le presenta, a no reflexionar y a imitar modelos, prefiriendo de esta manera estar encerrado en la sala viendo televisión, en vez de ir a jugar y conversar con la familia y amigos, o bien cumplir con sus tareas escolares y domésticas.

Los niños de segundo grado, de la Escuela Primaria en estudio, manifiestan la tendencia a comprar todo lo que les es presentado: alimentos sin valor nutritivo como papitas, pastelillos, dulces de todas marcas o artículos escolares con figuras de personajes televisivos en caricaturas de películas o novelas de moda, a pesar de que dichos artículos son costosos y de dudosa calidad. Algunos pequeños imitan a este tipo de personajes debido a que los toman como modelos positivos aunque no lo sean, copian su lenguaje y forma de actuar. Actualmente la violencia caracteriza la mayoría de las caricaturas y películas infantiles, su influencia se manifiesta en juegos, peleas y el uso de juguetes bélicos. Otra consecuencia negativa, es que estos alumnos de segundo grado, con frecuencia no cumplen con sus tareas escolares.

Algunos padres de familia, fomentan el problema comprándoles objetos bélicos o inútiles, además de que en otras ocasiones ya sea por

ignorancia o por falta de tiempo, los envían solos frente al televisor durante horas, sin importar que programas vean.

Si a un adulto, con el supuesto criterio y madurez que posee, le es difícil reflexionar sobre las imágenes y mensajes emitidos, menos lo hará un niño de siete u ocho años, sin una orientación conveniente.

El programa Oficial de segundo grado aún vigente es integrado, lo social esta incluido en toda la temática y para el objeto de estudio en este trabajo: lograr el análisis y la reflexión de los niños de este grado escolar, sobre mensajes y programas de televisión, plantea unas cuantas actividades, si el maestro en realidad desea ayudar en este aspecto a sus alumnos, no puede basarse sólo en éstos.

El programa emergente de contenidos, separa en materias los temas de segundo grado y plantea en el área de Español, algo relativo a las formas de comunicación pero no exactamente la pretensión del logro del presente objeto de estudio, el maestro tiene libertad de incluirlo y tratarlo como juzgue conveniente. Por ello es necesario que la educación formal apoye la formación íntegra de los niños, considerando su grado de desarrollo, intereses, y su contexto social, se requiere de proponer y desarrollar estrategias didácticas que motiven a los niños de segundo grado a analizar y reflexionar sobre los mensajes y programas de televisión, evitando ser engañados y manejados por intereses ajenos a su voluntad, además de que dichas actividades didácticas han de incluir la participación de padres de familia en unión con el docente y sus alumnos para que este problema entre en vías de solución y se aproveche lo positivo de este medio masivo.

## B. Objetivos

A través de la presente Propuesta Pedagógica, se pretende lograr:

- 1.- Unificar la educación con la participación activa de los padres de familia para fundamentar desde su inicio estas estrategias didácticas.
- 2.- Realizar un estudio de los programas de televisión mayormente vistas por los niños de segundo grado para analizar su contenido.
- 3.- Propiciar el análisis y la reflexión en niños de segundo grado sobre mensajes y programas televisivos, mediante la realización de estrategias didácticas adecuadas.

## II MARCO TEORICO

Para fundamentar teóricamente la presente Propuesta Pedagógica, es necesario partir de algunas conceptualizaciones sobre su objeto de estudio general: las Ciencias Sociales, ubicando al hombre, a la sociedad, al contexto social, a la educación formal, no formal e informal, entre otros, como sus componentes principales.

### A. Sociedad y la realidad histórico-social.

Los seres humanos son sujetos que viven en sociedad, caracterizada por sus contradicciones, problemas, intereses, valores, leyes, economía e ideología. En concreto, los problemas ocasionados por la influencia nociva de los medios masivos de comunicación, se manifiestan en todos los estratos de la sociedad. Los sujetos del proceso educativo, parte integrante de un grupo social que está incluido en esta problemática, son motivo de estudio en esta Propuesta Pedagógica.

La sociedad se define como una asociación humana heterogénea y con intereses distintos. Es considerada como una totalidad, en la que se dan relaciones sociales condicionantes de la actividad total de los hombres, implicando las relaciones económicas y políticas en una red compleja.

La sociedad se transforma y evoluciona supeditándose al devenir histórico, en el que se dan contradicciones y conflictos enmarcados por una situación real concreta.

Para poder analizar los problemas y fenómenos sociales y darles solución, se requiere de fundamentarse en la realidad histórico-social,

en su totalidad.

Explicada por Marx: "es todo estructurado y dialéctico, en el cual puede ser comprendido racionalmente cualquier hecho, (clase o conjunto de hechos). Los hechos son conocimiento de la realidad, si son comprendidos como hechos de un todo dialéctico." (1)

Para que la realidad histórico-social, sea identificada en su concreción, se necesita de la unidad dialéctica de los estratos de una sociedad en la que se dan relaciones sociales de producción y reproducción, existiendo una relación directa entre el hombre y su realidad. Es decir, se requiere de comprender las contradicciones de las distintas clases sociales de una sociedad con sus determinadas características sociales, políticas, económicas e ideológicas. El conocimiento objetivo de la realidad histórica es un proceso de asimilación teórica o crítica de interpretación y valoración de hechos, y para llegar a éste, se requiere de la acción específica humana, así el hombre se crea como sujeto histórico-social.

Los diferentes intereses humanos condicionan a la sociedad a nivel social e individual, también a los distintos modos de educación e instrucción. Educación y Ciencia están comprometidos y son expresión de los conflictos sociales, no son neutrales, se mantienen dentro de una lucha ideológica.

Para realizar un estudio de la educación, es necesario tomar en cuenta un análisis dialéctico, considerando la contradicción y el conflicto que se da en una sociedad heterogénea en relación a las funciones básicas de la educación, como la de conservación o reproduc-

(1) BRAVO, Victor et. Teoría y realidad en Marx, Dukheim y Weber. "La totalidad concreta". en UPN Ant. Lo social en los planes de la Educación Preescolar y Primaria. pág. 33-34. Vol. II

ción (de intereses, valores y conocimientos de la clase en el poder) y la de transformación o cambio. La educación se experimenta simultáneamente como instancia enajenante y liberadora.

## B. La educación.

Etimológicamente la palabra educación tiene dos sentidos, uno procedente de educare (criar, alimentar); otro proviene de esducere (sacar, llevar, conducir de dentro hacia afuera), tal antinomia educare - esducere es superable; ambos términos traducen las direcciones del proceso educativo.

*= contradicción  
Antítesis  
o posición*

1. Presión del objeto sobre el sujeto y, 2. Desarrollo desde adentro, en realidad, educación es un proceso dinámico de interacción entre el sujeto, objeto y medio ambiente.

Ricardo Nassif, plantea un concepto amplio de educación: "Es la formación del hombre por medio de una influencia exterior consciente o inconsciente (heteroeducación), o por un estímulo que si bien no proviene de algo que no es el individuo mismo, suscita en él, una voluntad de desarrollo autónomo conforme a su propia ley (autoeducación)." (1)

La educación es un proceso de formación en el hombre que se inicia desde su nacimiento y termina en el momento de morir, se complementa con la educación escolarizada, en los diferentes niveles educativos.

Guillermo Bonfil Batalla, menciona que: "en toda sociedad, la edu-

(1) NASSIF, Ricardo. "Los múltiples conceptos de la educación" en Pedagogía General. En UPN Ant. Medios para la enseñanza. p. 131.

cación desempeña un doble papel: mantiene la continuidad cultural, transmite a las nuevas generaciones el acervo de conocimientos, valores, normas, habilidades y prácticas de las generaciones precedentes. Capacita y estimula a los nuevos miembros sociales para que desarrollen esa misma cultura, para que la transformen.

También se puede decir que la educación es un fenómeno social de relaciones de enseñanza - aprendizaje acorde a las funciones que ésta cumple en cierto modo de producción; es decir, se buscará formar el modelo de ciudadano conveniente para el sistema socioeconómico de cada país, sin embargo, la educación funciona también como instancia de liberación.

Ana Meléndez Crespo, citando a Olac Fuentes Molinar dice que:

La educación en México cumple tres funciones en cuanto al orden de la reproducción social, sintetizadas de la siguiente forma:

1. Contribuye a la reproducción de la estructura de clases, a formalizar y legalizar la división social del trabajo a través del acceso desigual de la población al sistema escolar. 2. Desarrolla, inculca y difunde directamente la ideología, la cual con diferentes niveles de complejidad, explica la realidad social para hacerlo colectivamente aceptable y reafirma mediante ello, las relaciones de poder entre las clases. 3. Forma la fuerza de trabajo, que con diferentes niveles de calificación se incorporará al sistema productivo (1)

Considerar la función ideológica y la formación de la fuerza de trabajo ejercidas por el sistema educativo, es muy importante para realizar cualquier análisis al respecto, además de tomar en cuenta que el factor ideológico está ligado al proceso educativo en todas sus modalidades y a las políticas del Estado respecto a la comunicación

(1) MELENDEZ, Crespo, Ana, "La educación en México", en Revista: Perfiles educativos, No. 5 En UPN Ant. Expresión y Comunicación págs. 45-46. Plan abierto.



social que ha determinado las características particulares de los procesos de la comunicación colectiva en México.

La formación de la fuerza de trabajo, ha sido un elemento requerido por el desarrollo del capitalismo industrial del país, ampliamente apoyado por el sistema educativo en sus diferentes modalidades y niveles.

La educación se considera como proceso social de formación completo, fundamentado en tres formas estrechamente vinculadas: la formal, la informal y la no formal.

#### 1. La educación formal.

La educación formal, es un fenómeno caracterizado por las relaciones en el proceso de enseñanza - aprendizaje, entre maestro - alumno, entre alumnos, entre maestros, entre éstos y la Institución y entre ésta, y el alumno: cada relación tiene su especificidad. Esta modalidad educativa se realiza en una Institución escolar, desde educación inicial, hasta el nivel universitario.

#### 2. Educación no formal.

La educación no formal, es organizada fuera de las instituciones escolares, tiene dos finalidades: a) el desarrollo de destrezas ocupacionales específicas a través de programas no reglamentados por planes curriculares, y b) la formación en niveles de educación básica, media superior y superior en el plan de educación abierta regida por planes curriculares específicos, la responsabilidad del aprendizaje recae fundamentalmente en el alumno. En este aspecto no formal se ubican los programas de capacitación técnica, media y superior, de

planificación familiar y los cursos de correspondencia entre otros: todos se caracterizan por el uso de medios de comunicación masiva.

### 3. Educación informal.

Para que se desarrolle adecuadamente la educación escolarizada se debe considerar el contexto social que rodea al niño, es aquí donde recibe la educación informal, relativamente desorganizada y asistemática, proporciona conocimientos prácticos que toda persona puede adquirir. Además, a través de la educación informal se desarrollan actitudes, valores, habilidades, etc. por medio de la experiencia diaria y por la relación con los grupos primarios ( familia, amigos, escuela, trabajo) y con los grupos secundarios (organizaciones políticas, instituciones religiosas y culturales), así pues, la influencia del contexto social y desde luego de los medios de comunicación colectiva, son definitivos en la formación del niño.

La educación informal se conforma por varios factores, entre ellos están el conocimiento y la ideología, como transmisores de valores que dan legitimidad y fortalecen el sistema dominante. Dichos factores tienen influencia en la educación como proceso social, pero específicamente en el desempeño educativo de algunas instituciones sociales del proceso educativo formal. Cabe mencionar que hay dos tipos de aparatos que permiten asegurar el orden existente y reproducción del modo de producción vigente y las relaciones de clases entre los hombres: los coercitivos o represivos del Estado y los aparatos ideológicos del mismo, estos últimos son de carácter privado, no pertenecen directamente al Estado, pero colaboran para lograr, la misma finalidad ideológica, a través de ideas, conceptos, valores, prejuicios y sentimientos. Entre los mas importantes aparatos ideológicos del Estado, se encuentran los medios de comunicación masiva. Estos son

difusores de la cultura política, son instrumentos de socialización, además adecúan a los individuos a cierta forma de comportamiento prevaleciente en una élite social.

Según un manual de educación del Instituto Nacional del Consumidor "La televisión ha tenido mayor penetración en la sociedad debido a que es un soporte y un reforzador de mensajes continuos de información, su principal medio es el poder de la imagen, el sonido y color". (1).

Además una de las instituciones sociales necesarias y trascendentes en la educación del niño, es la familia, donde adquiere las bases de su personalidad y formación integral.

### C. Ciencias Sociales.

Disciplinas de carácter histórico - social cuyo objeto de estudio es la sociedad: ésta se explica a través de la historia, ya que tanto este objeto de conocimiento como el sujeto cognoscente, están marcados por la historia, como construcción humana, como realidad presente y construcción a futuro.

Jean Piaget llama a las Ciencias Sociales, ciencias del hombre ya que ningún fenómeno social deja de ser humano.

Existe el problema de la objetividad de las Ciencias Sociales porque su objeto de conocimiento, no se refiere a cosas u objetos, sino a las relaciones entre los hombres, además de que el alumno está inmerso y afectado por los condicionamientos histórico-sociales, es

(1) Instituto Nacional del Consumidor. "Los efectos de la publicidad", Manuales de Educación para el consumo, págs. 10-11

por ello que hay tanta variedad de interpretaciones sobre las mencionadas disciplinas sociales. Estas, presentan otro problema y es el de la verdad, sujeto a la no linealidad del proceso histórico-social, a la falta de recurrencia y regularidad de los fenómenos, además de la realidad social.

En la enseñanza y aprendizaje de estas ciencias se plantean tres problemas particulares: el ahistoricismo, en donde al conocimiento se le da un carácter acumulativo del saber en orden ascendente; el formalismo, consistente en abstraer la realidad de los contenidos, en éste se enseñan y aprenden leyes, tendencias, fórmulas y modelos teóricos. El cientificismo, donde se plantea lo científico como algo incuestionable, producido por métodos científicos, sin considerar la especificidad y la subjetividad de las Ciencias Sociales.

Parafraseando a Martiniano Arredondo (1), la realidad social y los problemas sociales, se aprehenden a través de un rodeo conceptual o teórico, para propiciar un proceso de aprendizaje de construcción de conceptos y categorías teóricas acordes con el carácter complejo de las Ciencias Sociales, que exigen por parte del alumno, un trabajo de discusión y confrontación de diferentes puntos de vista, que permitan la ruptura de preconcepciones y opiniones de sentido común.

El punto de partida de las Ciencias Sociales es la ideología, ya que surge en un marco ideológico determinado a su vez por las relaciones de producción. Lo que el científico social espera de su ciencia variará considerablemente si opta por dejar al mundo como está, o por su transformación vinculando la ciencia a la práctica social.

(1) ARREDONDO, Martiniano. "La formación de Profesores en las Ciencias Sociales" En UPN Ant. Sociedad y Trabajo de los Sujetos en el Proceso de enseñanza-aprendizaje pág. 80

Conviene ahora definir el término ideología, ya que ésta no puede desvincularse de la ciencia, incluyendo las Ciencias Sociales.

Citando ideas de Sánchez Vázquez, quien afirma que: "la ideología, es conjunto de ideas acerca del mundo y la sociedad, que responde a intereses, aspiraciones e ideales de una clase social, en un contexto social, dado que guía y justifica un comportamiento de los hombres acordes con sus intereses, aspiraciones e ideales". (1)

Es muy importante estudiar las Ciencias Sociales en la escuela primaria debido a que a través de éstas se estudian los fenómenos sociales, que son fenómenos del hombre.

#### D. Conocimiento y el proceso de enseñanza - aprendizaje.

El conocimiento en general, es una construcción histórica de visiones del mundo, presentadas como verdades, para un período histórico determinado, en estas visiones se generan diversas formas en que los sujetos se miran así mismos y a su mundo, es una representación de la realidad (totalidad- pensada) es una producción social e histórica posible sólo a partir del interés.

El conocimiento se transmite y se construye en todo el contexto que rodea al sujeto, aunque la escuela sea el espacio social que legitima los conocimientos validados socialmente para ese fin.

Resulta conveniente citar una reflexión de Reynaldo Suárez, quien sintetizando las ideas de Marx, en relación con el conocimiento afirma que: "conocer es sumergirse en el objeto, en una pasión en busca del

(1) SANCHEZ, Vázquez Adolfo y otros. "La filosofía y las Ciencias Sociales". En UPN Ant. Sociedad, Pensamiento y Educación I. pág. 32

objeto, en acción transformadora, el sujeto solo genera conocimientos relevantes al buscar la transformación de su objeto. (1)

Estas ideas orientan a adquirir o construir conocimientos para transformar la realidad, sin adoptar una actitud pasiva y alienante, la educación debe perseguir la liberación auténtica, así como la humanización del proceso educativo, no es una cosa que se deposita en los hombres, es praxis, implica la acción y la reflexión del hombre sobre el mundo para modificarlo en algo mejor.

La teoría constructivista con respecto al conocimiento menciona lo siguiente: por objeto de conocimiento se entiende todo aquello que es susceptible de despertar el interés del niño, puede tratarse de un fenómeno, problema u objeto, a la reacción ante una acción que ante él, se aplica, tal interés depende del nivel de estructuración del pensamiento.

El objeto de conocimiento se construye cuando las estructuras cognitivas previas al niño. Le permiten poner en juego diversas acciones orientadas a comprenderlo, construye una hipótesis en relación al fenómeno u objeto en cuestión, explora, investiga, pone a prueba sus hipótesis en relación al fenómeno u objeto en cuestión, explora, investiga, pone a prueba sus hipótesis hasta que encuentra la solución al problema o logra comprender el objeto o fenómeno que le interesa.

Piaget (2) establece una diferencia entre desarrollo cognitivo y el aprendizaje, el desarrollo de conocimiento es un proceso espontáneo, relacionado con el proceso genético del sujeto, tanto la maduración

- (1) SUAREZ, Reynaldo. "La educación. Su Filosofía, su Psicología, su método". En UPN Ant. Sociedad y trabajos de los sujetos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, pág. 312
- (2) C. SWENSON, Leland. "Jean Piaget, una teoría maduracional-cognitiva". En UPN Ant. Teorías de aprendizaje pág. 207

de su sistema nervioso como de sus funciones mentales, mientras que el aprendizaje es un proceso provocado por situaciones externas, por medio de un agente o docente limitado a un aspecto o problema.

Por su parte, desde la perspectiva de la Didáctica Crítica el aprendizaje es visto como un proceso manifestante de constantes movimientos de ruptura y reconstrucción, resalta la importancia de las situaciones de aprendizaje, como generadoras de experiencias que promueven la participación del alumno en su propio proceso de conocimiento.

El aprendizaje es un proceso dialéctico, esta aseveración se apoya en que el movimiento que recorre el sujeto al aprender implica crisis, paralizaciones, retrocesos, resistencia al cambio, etc. Estas crisis surgen porque la apropiación y transformación del objeto de conocimiento están determinadas por la complejidad de este objeto y por las características del sujeto.

Es fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje, presentar los contenidos menos fragmentados y promover frecuentes operaciones mentales en síntesis y análisis, que permitan aprender conceptos y acontecimientos más complejos.

E. Los sujetos del proceso educativo.

Los sujetos del proceso enseñanza - aprendizaje, son principalmente el alumno y el maestro, ambos se caracterizan por su cotidianeidad, están determinados por la diversidad de actividades diarias de su mundo cada vez más complejo y a través de las cuales se dan a conocer, son definidos también por el grupo social al que pertenecen, por su condición económica, por el sistema socioeconómico.

mico imperante en la sociedad donde se desenvuelven, por su lugar en el trabajo y en la familia, además de su historial personal y escolar, son sujetos propensos a la alienación, son heterogéneos a pesar de pertenecer al mismo grupo social, sus actividades son múltiples y contradictorias. También es importante señalar que los sujetos del proceso educativo mantienen una lucha constante por liberarse.

Tanto el maestro, como el alumno, son seres activos, cognoscentes, se apropian del conocimiento extraño, cuando es de su interés, partiendo de sus experiencias cotidianas, de lo que ya conocen, para poder asimilar lo nuevo; ambos, educan y se autoeducan, además de evaluar y autoevaluarse.

Los padres de familia son parte integrante del proceso educativo, ya que la educación no sólo se centra en el aula, sino que abarca el hogar y la comunidad donde se desenvuelve el alumno.

Las relaciones entre los individuos involucrados en el proceso enseñanza-aprendizaje, se llevan a cabo, de acuerdo a un contrato escolar, que puede estar implícito o explícitamente planteado entre maestros, alumnos, padres de familia y escuela, ahí se expresan los compromisos, las obligaciones y derechos que deberán cumplirse, no existe un documento oficial en el que se establezca el contrato escolar de las actividades diarias de la escuela, pero es desarrollado por ésta y por los sujetos del proceso educativo, quienes no intervienen en su elaboración, pero sí en su cumplimiento, aunque a veces el maestro tiene posibilidades de hacerlo, más bien son restringidas. El máximo contrato escolar es el artículo tercero constitucional, que actualmente ha sufrido algunas modificaciones, entre éstas, se establece la secundaria como obligatoria y se da mayor libertad a las corporaciones religiosas para impartir educación.



## 1. Papel del alumno.

Además de las características ya señaladas sobre el papel del alumno, se complementan con una aportación de la concepción constructivista del aprendizaje (1), que ve al alumno como un sujeto cognoscente que necesita tiempo, comprensión, información, aprobación y apoyo del adulto para construir su conocimiento, ésto último lo hace a partir de la observación del mundo circundante, su acción sobre los objetos, la información recibida del exterior y la reflexión sobre los hechos que observa. En este proceso intervienen cuatro aspectos: La maduración, la experiencia, la transmisión social, y el proceso de equilibración; la maduración interviene ya que para asimilar y estructurar la información proporcionada, el niño necesita de ciertas condiciones fisiológicas, mismas que harán posible la intervención de otros factores que contribuyen en su aprendizaje; como la experiencia adquirida por el niño al interactuar con su ambiente, al explorar y manipular objetos al realizar sobre ellos; distintas acciones, la transmisión social, es otro factor, ya que el niño en su vida cotidiana recibe constante información: de los compañeros, maestros, padres y medios de comunicación, todos los factores están regulados por el proceso de equilibración, motor fundamental del desarrollo, por éste, el sujeto se impulsa a encontrar solución ante una nueva experiencia, creando así estructuras más amplias y complejas.

Los niños de segundo grado, generalmente de siete u ocho años, <sup>esto = los.</sup> motivo de estudio en esta Propuesta Pedagógica, están aproximadamente al término del período preoperatorio y al inicio de las operaciones concretas. <sup>por lo que se recordan</sup> Según el constructivismo, el desarrollo del ser humano es un proceso continuo, donde no se puede determinar el paso

(1) WOLFOLK, Anita y LORRAINE, Nicolich. "Una teoría global sobre el pensamiento, la obra de Piaget". En UPN Ant. Teorías de aprendizaje. pág. 203. -

exacto de una etapa evolutiva a otra, puede haber retardos y aceleraciones en el proceso debido a la acción social o a la sociedad donde se desenvuelve la persona.

Desde los siete años hay ciertos cambios fundamentales en el desarrollo del niño, es poseedor de cierta lógica relacionada con cosas concretas, es capaz de recordar acciones en el sentido de la reversibilidad, ya emplea la estructura de agrupamiento (operaciones) en problemas de seriación y clasificación.

El programa oficial anterior de segundo grado (1), dice que el niño en esta etapa, señala un gran avance en cuanto a sociabilización y objetivación del pensamiento, ya no se encuentra tan centrado en sí mismo, gracias al intercambio social, colabora en grupo, se manifiesta en él, una conducta de cooperación, se relaciona afectivamente con otras personas, aún es mal perdedor, pero más reflexivo, piensa un poco antes de hablar, es capaz de retener más su atención, su pensamiento permanece ligado al mundo real, se va iniciando en la comprensión constante a pesar de cambios aparentes, su pensamiento adquiere características lógicas, empieza a resolver problemas a través de varias alternativas, puede prever y anticipar en parte las consecuencias de las acciones propias y las ajenas, sobre sí mismo y sobre los demás, es capaz de percibir las causas de un fenómeno o situación y generalizar sobre posibles causas o fenómenos semejantes, logra identificar las características de los objetos de las situaciones, clasificándolas progresivamente, lo que posibilita comparar sistemáticamente y coherentemente, sustituye con nuevas explicaciones de la realidad a través de la razón de su anterior representación mágica y fantástica del mundo,

(1) SEP Libro para el maestro 2º grado. pág. 50-53

infiere la relación existente entre las necesidades del hombre y el medio, además de que algunos niños de ésta etapa pueden transmitir en forma coherente información de sus observaciones.

## 2. Papel del maestro.

Al igual que el alumno, el docente ya fue caracterizado al inicio de este apartado, sin embargo, se añade lo siguiente para completar el papel que ha de ejercer el maestro para lograr por parte de los alumnos, una participación efectiva en el proceso educativo.

Debe apoyar y comprender el nivel de desarrollo de sus alumnos, ya que cada uno posee sus diferencias individuales, ha de respetar el tiempo y el interés infantil, además de intercambiar experiencias. El docente debe plantear estrategias acordes a las exigencias reales y cambiantes de su grupo, seleccionando, usando y adaptando recursos personales y profesionales de todo tipo, tales estrategias, responderán a las condiciones de trabajo con los contenidos educativos, propiciando que la experiencias escolar sea agradable, enriquecedora.

Según Elsie Rockwell, "considerar al maestro como sujeto, es considerarlo como persona, con razones, intereses y reflexiones propias, decide y actúa en su trabajo docente dentro de las posibilidades de la situación específica y concreta, en la labor que realiza, tomando en cuenta que el proceso educativo es único y complejo" (1).

En el caso de esta propuesta, cuya pretensión es contribuir a

(1) ROCWELL, Elsie. "El maestro como sujeto" en: Ser maestro, estudios sobre el trabajo docente. En UPN Ant. Sociedad y trabajo de los sujetos en el proceso de enseñanza-aprendizaje. pág. 21

motivar en los niños de segundo grado el análisis y la reflexión sobre mensajes y programas de televisión, la influencia del docente puede ser fructífera si existe el apoyo de los padres de familia.

Con el objeto de ubicar al maestro dentro del proceso educativo, se plantean cuatro modelos que lo definen: el modelo carismático, donde el maestro tiene el lugar más importante, en él se encuentra todo el poder y saber. El modelo de ajuste se centra en el alumno, el maestro adopta el papel de psicólogo. El modelo de relación, aquí hay intercambio entre el alumno y el profesor, se forma tanto el educador como el educando. Y en el cuarto modelo inter-relacional, se basa en las funciones e interacción de roles desarrollados en el salón de clase, se consideran los intercambios de los alumnos, entre alumnos-maestro, siendo éste, el modelo más adecuado, pues valora el papel y las relaciones que se dan entre los sujetos, creando un ambiente más propicio para el aprendizaje (1).

### 3. Papel de los padres de familia.

La familia es una Institución formadora, paralela al proceso educativo escolar, reproduce a los individuos biológica, social y culturalmente siendo el camino de la identificación, la afiliación y la participación social.

La familia colaborará en la formación de sus miembros, dependiendo de su condición social, económica y cultural, de su ubicación geográfica, si es comunidad rural o urbana, de acuerdo a su número de hijos, sus costumbres, tradiciones, si existe o no una relación afec-

(1) FONTAN, Jubero Pedro. "El papel del profesor dentro de cuatro posibles modelos educativos" en La escuela y sus alternativas de poder. En UPN Ant. Sociedad y trabajo de los sujetos en el proceso enseñanza-aprendizaje, pág. 43.

tiva y armoniosa entre los padres.

Es notable cuando el niño en edad escolar, recibe el apoyo de sus padres en el proceso educativo y es orientado favorablemente para enfrentar conscientemente los problemas de su vida cotidiana, se manifiesta como un niño sano biológica y emocionalmente.

Los padres de familia deben acercarse a sus hijos para que haya confianza mutua, además de proveer al niño de alimentación variada y completa, proporcionar una forma digna de vida y una vivienda cómoda, promover el ejercicio físico, propiciar que el niño haga amistades, educarle con el ejemplo, a través de experiencias que fomenten en el menor, los valores positivos, que le formen como ciudadano honesto, responsable, crítico y reflexivo, sin embargo, es lamentable reconocer que los problemas familiares son muy comunes en la actualidad; la falta de comunicación entre la pareja, los pleitos, el uso de palabras altisonantes, carencias económicas o, el hecho de que a pesar de tener los recursos económicos, los niegan a su familia o lo distribuyen inadecuadamente. La falta de afecto, la represión paterna o el libertinaje, la desatención y el abandono ocasionan severos problemas y daños en los niños. ✓

Las actividades del proceso enseñanza-aprendizaje escolar encaminadas a contribuir en el desarrollo de los niños, han de estar unidas a una labor constante de concientización de padres de familia, para que participen con todo su potencial y en conjunto con los maestros y niños, colaboren en forma armoniosa y traten de superar sus fallas.

Cuando el padre o la madre trabajan turnos completos, llegan al hogar agotados de sus labores cotidianas, a preparar alimentos, asear

la casa, lavar la ropa, entre otras, tales actividades principalmente las realiza la mujer, además de atender a sus hijos, quienes son enviados a ver televisión o a jugar, a veces sin la vigilancia paterna, aunque el padre generalmente dispone de tiempo para descansar, ver televisión y en ocasiones los niños lo acompañan, debiera de ayudar a su esposa en las labores del hogar, ya que ambos contribuyen a solventar gastos, cabe aclarar que raramente el hombre es consciente y colabora en las tareas de la casa, motivando así que la madre no disponga de mayor tiempo para atender con calma a sus pequeños.

Algunos padres de familia, por diferentes razones, aún cuando la mujer no trabaje fuera del hogar, descuidan lo que los niños ven en el televisor, que puede ser muy dañino según sea el programa proyectado.

Citando un artículo de El Heraldo de Chihuahua, el día 22 de agosto de 1992, en la sección destinada a la Universidad Pedagógica Nacional dice lo siguiente, en relación con la familia y la sociedad:

La sociedad es extremadamente compleja y caracterizada por un constante proceso evolutivo; la familia, como parte que la integra, es una Institución que está pasando por rápidos y profundos cambios en su forma y estructura. Las características de la familia definen en gran medida, las relaciones que los niños establecen con su maestro, con sus compañeros, y con los contenidos escolares, cuando son apoyados, estimulados y viven en un ambiente favorable, es más fácil integrarse en forma activa al ámbito escolar. (1)

Esta cita complementa lo escrito con anterioridad sobre la familia y su influencia sobre la educación infantil.

---

(1) EL HERALDO, de Chihuahua, Chih., Artículo en la Sección UPN día 22 de agosto de 1992

## F. Los medios masivos de comunicación.

Un motivo de análisis de esta Propuesta, es en especial un medio masivo de comunicación: la televisión, y para llegar a comprender su importancia e influencia en la formación de los niños, se hace necesario aclarar ciertos conceptos tales como comunicación, medios masivos de comunicación y televisión, de la que se tratará en un apartado más adelante.

### 1. Comunicación y sus funciones.

De acuerdo al Diccionario de la Comunicación, "El término comunicación proviene del latín "communicare" (poner en común), es la relación entre emisores y receptores a través de un código y en relación a un objeto" (1).

Hay una diferencia entre comunicación interpersonal y la comunicación a través de los medios masivos de comunicación; en la primera, emisores y receptores interactúan, están sujetos a una influencia recíproca, ya que la comunicación no debe considerarse como proceso de transmisión en un solo sentido. Los cambios efectuados en la interacción, afectan tanto al emisor como al receptor, mientras que en la segunda forma de comunicación, generalmente sólo se transmiten mensajes, sin la oportunidad de intercambios comunes, el receptor sólo recibe.

La comunicación social consiste en toda forma de relación, en que participan conscientemente dos personas o más. Toda sociedad se comunica a través de un sistema de intercambio de información,

(1) ANEXO No. 4 "Glosario" En UPN Ant. Expresión y Comunicación, pág. 81

conocimientos y experiencias entre humanos, poseyendo particular código (la gramática de la lengua) y repertorio propio de unidades de significación (el diccionario de la lengua).

Es importante citar algunas de las funciones, que según Román Jakobson (1) puede tener un mensaje en cualquier tipo de comunicación:

- a) Función referencial, es la función primaria y base de toda comunicación, el lenguaje y los sistemas de signos, sirven para referir y designar objetos o entes de la realidad. Define las relaciones entre mensaje y objeto al que alude ese mensaje, ejemplo, las definiciones de los diccionarios, es decir toda información cuando es verdadera y verificable.
- b) Función emotiva y expresiva, corresponde a elementos del mensaje que resaltan al emisor tal como es, mostrando rasgos de su ser personal, como la subjetividad y la emotividad particular, además define las relaciones entre el mensaje y el emisor.
- c) Función conativa o conmitativa, define las relaciones entre mensaje y el receptor o destinatario, como aquellos mensajes o partes de éstos, tendientes a buscar una acción por parte del receptor, lo conminan a realizar una determinada acción o a tomar cierta actitud. La conminación puede dirigirse a la inteligencia y/o a la afectividad del receptor, ejemplo los códigos de señalización caminera para organizar el tránsito vehicular y peatonal. En cambio los anuncios publicitarios atacan la sensibilidad del receptor, en ellos la función referencial y racional es mínima.
- d) Función fática, define las relaciones entre el mensaje y el canal, afirma, mantiene, detiene y verifica la comunicación; los signos fáticos sirven para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación para verificar si el circuito funciona para atraer la atención o asegurarse de que no decaiga, más que el contenido de la comunica-

(1) ANEXO 1 "Las seis funciones de la comunicación", según Román Jakobson. En UPN Ant. Expresión y Comunicación, pág. 76-78.



ción importa sólo estar en relación.

e) Función metalingüística, define las relaciones entre el mensaje y el código, aclara el sentido de los signos que pueden no ser comprendidos por el receptor, cuando se pregunta por el sentido o intención de la palabra, una frase o mensaje cualquiera, por el sentido o intención de una palabra, una frase o mensaje cualquiera, ésta es función metalingüística.

Cabe señalar también que cualquier mensaje puede llevar a una función ideológica implícita o explícitamente, aunque no se mencione directamente. Esta función se manifiesta mayormente en los mensajes emitidos a través de los medios masivos de comunicación que son definidos enseguida.

## 2. Medios masivos de comunicación.

Se llaman medios de comunicación de masas, a todo sistema de comunicación que alcanza una amplia franja poblacional, son las formas industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo. Los medios masivos son típicos de las ciudades de la era industrial, aunque su gran influencia alcanza también al medio rural, constituyendo nuevos lenguajes y esquemas perceptivos que amplían el campo intelectual humano la posesión de los medios de información está ligado a la posesión de los medios de producción. Los rasgos generales de toda comunicación masiva, han sido subrayados y abreviados por Raymond B. Nixon (1):

Tales medios colectivos se caracterizan por ser públicos, rápidos y transitorios. Son públicos, porque su contenido está al alcance de cualquiera que le preste atención, son rápidos porque dichos mensajes están destinados a llegar al gran

(1) NIXON, B. Raymond. Investigación de la Comunicación Colectiva Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para la América Latina, QUITO, ECUADOR 1969. pág. 5.

público receptor, en un tiempo relativamente corto, y aún simultáneamente; son transitorios porque son proyectados para aprovecharse inmediatamente, no para estar en registro permanentes.

Conforman un importante factor para disminuir distancias físicas pero deberían ser bien empleados, y contribuir a acortar distancias sociales entre humanos. La expresión: medios masivos de comunicación, surgió en los Estados Unidos de Norteamérica, son ante todo, medios de transmisión o difusión, ya que no son vehículos de comunicación interpersonal, puesto que ésta implica diálogo e intercambio y los medios masivos emiten mensajes, pero no admiten respuesta por parte del receptor, aunque en la actualidad haya entrevistas individuales y colectivas, además de que inciten a la gente a participar.

Entre estos medios, se encuentran el radio, los periódicos, revistas, cine, televisión y otros, todos ejercen influencia en las creencias, actitudes y conductas de grandes sectores de la población.

Representan en general, una forma de control social, formando parte de los aparatos ideológicos del Estado, aunque manipulados por la iniciativa privada, los fines que persiguen, son mantener las relaciones de clase entre los hombres y la reproducción del modo de producción del país, pretenden estandarizar el pensamiento y la actividad del hombre.

Según Miguel Granados Chapa, (1) en la República Mexicana, el estado ha venido cumpliendo una triple función en los medios de comunicación:

(1) GRANADOS, Chapa Miguel Angel. "La participación de los medios de comunicación". En UPN Ant. Problemas de Educación y Sociedad en México I. pág. 189

1º Actúa como regulador, es decir, determina su comportamiento ante la ley y conforme al derecho.

2º Ha cumplido la tarea de operador de algunos medios (como era el caso de la televisión en los canales 7 y 13 de IMEVISION, ahora Mi Tele, el periódico El Nacional, la agencia de noticias Notimex, Compañía Operadora de Teatros y la Impulsora de televisión de Chihuahua, que según un artículo de Florence Toussaint, en la revista Proceso (1) fueron puestos a la venta en paquete, el día lunes 23 de noviembre de 1992, por la Secretaría de Hacienda, a la fecha ya fueron vendidos). Por lo que se deduce; el Estado ya no cumplirá esta función como operador.

3º Por último, el Estado ha actuado como fuente y emisor de mensajes difundidos a través del Sistema Nacional de Comunicación Colectiva, ya sea a través de sus medios, o los que están a cargo de particulares.

En el campo de los medios colectivos, hay una zona reservada para operación del Estado y otra más amplia para particulares, dentro del ámbito de la propiedad privada de estos medios, se encuentran tres formas de expresión de la misma:

- a) Por una parte la que es libre absolutamente, no requiere de autorización estatal, ejemplo: los medios impresos.
- b) El área de propiedad privada condicionada a la autoridad gubernamental, concesión o permiso, por ejemplo la televisión y el radio.
- c) La propiedad condicionada es el de los exhibidores y productores de cintas cinematográficas, pueden ser elaboradas por particulares pero requieren autorización gubernamental.

El sistema de comunicación colectiva, es reforzador de los valores

(1) OCAMPO, Rafael. Revista Proceso 4 de enero de 1993. pág. 10

del sistema político mexicano, el usuario toma de estos una conciencia de nación conforme a los lineamientos del sistema, el consumismo y la desolidaridad social son algunos de los rasgos notables en la sociedad mexicana, que participa en tales medios.

Según estadísticas, un factor que sostiene y financia exclusivamente los medios de comunicación, es la publicidad, particularmente la televisión. Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Flor de Cardona (1), mencionan que de las 170 agencias publicitarias que operan en México, hasta 1981, sólo cuatro eran mexicanas, el resto eran dominadas por compañías estadounidenses, que controlaban el 70% del negocio de la publicidad que financiaba la prensa, el radio y las cadenas de televisión.

En general los medios de comunicación colectiva, son empleados por intereses particulares, de las diversas empresas que producen bienes y servicios que desean vender al mejor precio y así obtener mayores ganancias, algunas empresas producen el mismo producto en diferentes marcas y presentaciones, creando una competencia simulada, cuya finalidad es propiciar el consumismo, lográndolo a través de la publicidad, dando a la población una orientación fantasiosa y exagerada de los productos. Es indudable que existe la publicidad informativa, inteligente, medida y respetuosa, pero ésta es desplazada por aquella desvirtuadora de su función orientadora, haciéndola engañosa.

La publicidad ha incorporado conocimientos de psicología, sociología, comunicación estética, física, etc., para lograr efectivamente

(1) BELTRAN, Luis Ramiro y FLOR DE CARDONA, Elizabeth. "Comunicación dominada; Estados Unidos en los Medios de América Latina. En UPN Ant. Problemas de Educación y Sociedad en México. I. pág. 177

te sus objetivos y la principal razón de su eficiencia, se debe a que induce a adquirir productos sin que la persona se percate cómo lo hace, pues los mensajes emitidos por la televisión se dirigen a los niveles no conscientes de la percepción humana, es decir a los niveles afectivos. En realidad, la publicidad en los medios colectivos, transmite rompiendo el esquema de comunicación, ya que el receptor no tiene la posibilidad de influir en el emisor, con su respuesta, como ocurre en el proceso de comunicación. A consecuencia del carácter repetitivo de tales medios, se han uniformado los factores que antes daban un carácter propio a las culturas, las diferenciaban en su originalidad y les conferían identidad propia. Estos valores son, entre otros, los estilos de vida y de consumo, los valores materiales y morales, las ideas políticas y sociales, la mayoría de las costumbres, el lenguaje, las convenciones y en fin, la cultura en general.

La masificación y la uniformación sería útil si ayudara a adquirir nuevos conocimientos, y con ello a ampliar positivamente la experiencia humana. Pero tal como se da, sólo reduce al mínimo la creatividad individual y grupal, enajena e impide un mejor y más racional aprovechamiento de los recursos naturales y humanos, además de imponer modelos de consumo uniformes para todas las economías de mercado; con ésto se puede decir que deforma el desarrollo y anula en cierta medida la iniciativa de toda cultura nacional.

Los medios masivos de comunicación, el radio, cine, televisión, computadora, prensa y revistas, entre otros, tienen su influencia particular, al ser utilizados en forma negativa o positivamente. Sin embargo en esta Propuesta Pedagógica interesa la televisión, por lo que se trata enseguida en un apartado especial.

### 3. Televisión, antecedentes y su influencia en la formación infantil.

La combinación del tubo de vacío, del tubo fotoeléctrico y de los altavoces, hizo posible la síntesis del sonido y la visión, así como la transmisión inalámbrica. Fue necesario hacer muchas investigaciones para poder lograr contemplar desde el hogar, en un aparato de televisión, imágenes paralelas acerca de lo que ocurre en cualquier parte del mundo.

Margarita Castañeda Yáñez, afirma que entre las investigaciones más importantes acerca de la televisión, están los de Vladimir K. Zworykin y Philo T. Farnsworth. El primero diseñó un aparato llamado iconoscopio, que funcionó como el primer ojo electrónico de la televisión. Farnsworth, produjo el ortoscopio de imágenes que más tarde perfeccionó y que es el ojo de la cámara que se usa en la actualidad. La difusión de imágenes por medio del televisor, se ha generalizado tanto que ha absorbido o desplazado a otros medios masivos de comunicación como el cine y el teatro (1).

La televisión, es un medio masivo considerado como una ampliación de la experiencia de los sentidos humanos, a través de los que aprende, debido a que la imagen en movimiento, el color y el sonido, amplían la experiencia imaginaria, debido a que la televisión muestra cómo es la vida en otros lugares, acontecimientos de otros países, justamente en el momento en que suceden. Las cámaras fílmicas y de videotape (televisión), pueden adoptar ángulos de visión imposibles para el ojo humano y proporcionan datos que el hombre no percibe a través de los sentidos, su éxito radica en el poder de la imagen que proyecta, amplificando los materiales demostrativos e ilustrativos. La

---

(1) CASTAÑEDA, Yáñez Margarita. "Los medios de la comunicación y la tecnología educativa". Editorial Trillas, ANUIES. México, 1979. 2a Edición. pág. 25

televisión tiene grandes ventajas, dispone de los servicios noticiosos locales, nacionales y extranjeros de la radio y de las agencias cablegráficas, dándolas a conocer a través de un lenguaje accesible y comprensible, con imágenes y sonidos, acerca de lo que acontece diariamente a millones de hogares, además de proyectar películas, documentales, etc., aunque las películas rara vez sean interesantes, pero con la ayuda de la videocasetera, se puede ver la cinta que se desee.

Como ya se mencionó, la publicidad impera fuertemente sobre la televisión, provocando el consumismo, fenómeno definido como el consumo irracional, la tendencia de los individuos a comprar cuanto producto se lanza al mercado, sólo porque está de moda o porque es novedoso. Tanto la publicidad, como el consumismo, ejercen una violencia encubierta, que influye constantemente sobre la concepción que la gente tiene acerca de la vida, del hombre mismo y del consumismo, que provoca que el hombre ignore o se aise de las necesidades de las demás personas. ✓

Un manual de educación para el consumo (1) del Instituto nacional del Consumidor, dice al respecto: "La publicidad y los medios masivos, en especial la televisión, para lograr sus objetivos: vender, educar y moldear al consumidor, sustentan un proceso de enseñanza-aprendizaje no formal, para lo cual se basan en la manera particular que el hombre tiene de aprender. El hombre aprende, se transforma y evoluciona en forma ininterrumpida a través de las cosas que percibe y modifica en su medio ambiente. Esto es posible ya que el sistema nervioso humano, poco conocido por la ciencia, tiene capacidades y funciones que nos permiten recibir, procesar y almacenar la informa- ✓

(1) INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR. "Los efectos de la publicidad". Manual de Educación para el consumo México, D.F. págs. 24 a 33.

ción que luego nos sirve para planear y realizar nuestra vida práctica.  
Las impresiones que el mundo exterior produce en el hombre, se reflejan en su cerebro bajo la forma de impulsos, sentimientos, pensamientos y actos de voluntad o práctica; en otras palabras, se reflejan bajo la forma de aspiraciones ideales que luego el hombre lleva a la práctica.

El fenómeno publicitario, es una realidad presente en todas partes, emite mensajes en todos los lugares disponibles, para que el hombre los recoja en su memoria.

Los fabricantes, comerciantes y publicistas, saben que para que el mensaje publicitario alcance sus propósitos, el espectador debe sentir que participa en las situaciones que se le presentan, debe identificarse con los personajes, los problemas y las soluciones, además se valen del conocimiento científico, en teorías de aprendizaje y teorías de las clases sociales, para caracterizar la dinámica interna de los grupos y dirigir de este modo, la educación para el consumo. Con el efecto de la demostración, se pretende el conocimiento sobre la existencia de bienes suntuosos, sobre valores y las creencias sociales, asociadas a su uso, a fin de acentuar los sentimientos devaluatorios de las clases de menores ingresos y de dar surgimiento a nuevas necesidades ficticias y mayor consumismo.

Tales medios proponen un liderazgo social no formalizado, que asigna a las clases ricas, el papel de guía y de orientador de las aspiraciones de las clases con menores recursos.

---

Conviene ahora tratar algo relacionado con los antecedentes de la televisión en México. Al término de la Segunda Guerra Mundial, se genera en los Estados Unidos, un proceso de expansión de la industria televisiva, ésto se refleja en México, con un fuerte impulso al desarrollo



comercial de dicha industria. En 1950, se inaugura la televisión privada en México; y en 1953, el Presidente Adolfo Ruiz Cortinez, expide un decreto, para establecer cierto control sobre las transmisiones.

Miguel Angel Granados Chapa, dice cómo se ha organizado la televisión mexicana; En el año de 1950, había tres canales de la propiedad privada, los canales 2, 4 y 5, hacia 1958 se unieron en el telesistema mexicano, después aparecen nuevas concesiones, el canal 8 y 13, hay un período de competencia entre telesistema y el canal 8, operado por el Grupo Monterrey, pero después de cuatro años de competencia se unen y crean Televisa, que con la excepción del canal 13, ha dominado hasta la fecha la actividad comercial de todo el país (1) (Aunque como ya se mencionó el paquete que incluye el canal 13 y otros, fue puesto a la venta por la Secretaría de Hacienda y Crédito público, este paquete fue vendido según información obtenida a través del noticiero ECO.

Actualmente en la ciudad de Chihuahua, se puede ver el espacio cultural en el número 11 por las mañanas; otro cambio que se observa es el nombre del canal 13 ahora "Mi tele".

Hay aproximadamente 80 estaciones televisoras comerciales, la mayoría sólo son repetidoras, en algunas estaciones televisoras de este tipo, se originan programas propios, también hay 200 televisoras, unas 150, pertenecen a la televisión rural de México, como portadoras, simplemente como repetidoras de un mensaje originado en la televisión de la Ciudad de México, ya sea la del sector público o privado.

(1) GRANADOS, Chapa Miguel Angel. "La participación de los medios de comunicación", en: Exámen de la comunicación en México. En UPN Ant. Problemas de Educación y Sociedad en México I, pág. 192-193.

Es preciso señalar la influencia que la televisión tiene en la formación de los niños. La televisión es transformadora de hábitos, costumbres y actitudes, ya que a través de ella, se brinda la "cultura infantil", no acorde al desarrollo de los niños, ya que pretende imponer determinado modelo de vida, generador de gustos culturales y a la incorporación inmediata al consumismo, por lo que se crean grandes cantidades de productos destinados al niño. Entre las finalidades de este medio masivo, se encuentran, la propaganda, el control ideológico y la estimulación al consumo, y es en este último con el que el niño se convierte en agente estimulador del consumo de su familia, mismo que le arrebató su autonomía, ya que no sólo es receptor pasivo, sino inconsciente e involuntario de la emisión continua de mensajes estéticos culturales. Es lamentable observar cómo los niños exigen a sus padres que les compren algo, sólo porque sí, ya ni siquiera lo vieron en la televisión.

Según Mari Claire Acosta y Aurora Cano, "La televisión contribuye a conformar mentes receptoras carentes de reflexión y análisis, alejan al niño del ejercicio activo, del juego, del estudio y del deporte." (1)

En México y Latinoamérica se impone el modelo publicitario norteamericano, cuyo núcleo principal es la publicidad, los norteamericanos manifiestan ser los mejores, según algunos, por su color de piel y sus actividades son las "más importantes", sin embargo Antonio M. Grausquin, opina que "el estilo publicitario norteamericano, es el más inadecuado, para favorecer la introducción del niño en la lectura comprensiva de imágenes en movimiento". (2)

- (1) ACOSTA, Mari Claire y CANO, Aurora. "¿Qué ofrece la televisión infantil?" en: Revista Mexicana de Ciencias Políticas. En UPN Ant. Problemas de Educación y Sociedad en México I, pág. 239
- (2) GRAUSQUIN, M. Antonio, et al. "Los Teleniños". En UPN Ant. Problemas de Educación y Sociedad en México I. pp. 208-238

Existe gran pobreza lingüística en las emisiones habituales de televisión, además de que se ha convertido en un competidor de la escuela en el proceso de sociabilización, por sus características de atracción sobre las personas, por ésta razón es necesario que la educación escolarizada, proponga el uso adecuado de este medio masivo.

La televisión mexicana, proporciona entretenimiento y programas ofrecidos como simple pasatiempo, en mayor cantidad que emisiones culturales con contenido pedagógico. El entretenimiento está basado en estereotipos de acción y constituyen una evasión de la realidad debido a la abundancia de los super poderes, de la tecnología ficticia, de que aparentemente la violencia no causa daños físicos de importancia, el uso de la sorpresa y presentación de escenas incongruentes, fuera de toda lógica, ejercen poderosa atracción sobre los pequeños. La cámara lenta y rápida, la aparición y desaparición instantáneas, la destrucción y reconstrucción de los elementos físicos del medio, producen la fuerte impresión de que en la pantalla todo es posible, ocasionando más problemas en los niños más pequeños, que aún no separan lo real de las fantasías.

Mari Claire Acosta y Aurora Cano, concluyen que "el niño, al jugar a su manera, afirma su personalidad, autonomía y esquemas prácticos, que le serán imprescindibles para su vida adulta, el juego es un medio canalizador de tendencias reprimidas, constituye una real catarsis, lo contrario sucede con la actitud pasiva y evasiva que adopta frente al televisor." (1)

No sólo la publicidad provoca efectos negativos en los niños,

(1) Ibidem, pp. 251

también algunos programas infantiles, como ya se dijo, en películas y caricaturas: El folleto del Consejo Nacional de Población (1) argumenta que los niños viendo ciertas programaciones, pueden aprender que las guerras, la violencia y la competencia son inevitables, que triunfar, significa pasar por encima de los demás, los problemas se resuelven a través de la violencia, que ésta puede existir sin consecuencias. También el niño aprende que quienes consumen determinados productos, obtienen mágicamente la felicidad, el éxito, el poder, la belleza y el amor. Resulta indispensable la participación orientadora de los padres de familia y maestros, para evitar confusiones que dañen a los pequeños.

(1) Consejo Nacional de Población, "La influencia de la televisión en los niños." La televisión y los niños México, D.F. 1980. pág. 15

### III. MARCO CONTEXTUAL

#### A. Contexto Institucional.

##### 1. Breve reseña histórica de las Reformas Educativas en México.

La educación en México, ha sido afectada en cierta forma por los medios masivos de comunicación, como ya se mencionó en el anterior Capítulo, donde se hizo énfasis sobre la influencia e importancia que la televisión tiene sobre la población, siendo este, uno de los motivos de análisis de esta Propuesta Pedagógica, tal medio masivo, forma parte de la educación informal y afecta directamente la educación de los sujetos del procesos educativo formal a veces negativamente, constituyendo todo ésto, un problema al que se enfrenta el maestro en su práctica docente teniendo la obligación de estudiar para poder darle una solución, o contribuir en el mejoramiento de la formación de sus alumnos.

Tal problema se ubica en el área de Ciencias Sociales, dentro del Programa de Educación Primaria, manejado por el Sistema Educativo Nacional, que ha sufrido cambios a través de la historia, mismos que se han originado por los problemas que ha tenido la sociedad.

De acuerdo con Renward García Medrano, algunos factores han obstaculizado la Política Educativa, tales como la acción de los medios electrónicos de difusión masiva, cuya capacidad de penetración ideológica en la sociedad es grande y parece pasar inadvertida por los gobernantes. (1)

(1) MEDRANO, García Renward. "Economía Nacional. Ensayos. La educación en México." En UPN Ant. Política educativa. p. 21.

Por ello es necesario tratar los antecedentes de la Educación en México con sus diversas transformaciones de acuerdo con la Política Educativa de cada sexenio y al proceso de desarrollo político y socioeconómico del país. Puede decirse que con los diferentes proyectos y reformas, se han operado resultados positivos, pero aún hay conflictos, a los que no se les ha dado solución, tales modificaciones no han sido fundamentadas en un estudio profundo de la realidad que vive la población.

Se han estructurado diferentes tipos de escuelas, que han respondido a la organización política del Estado Mexicano: la naturalista y comunitaria de la época indígena, la escolástica dogmática confesional privilegiada de la época colonial, la laica, gratuita y obligatoria a partir de las leyes de Reforma instauradas por Benito Juárez en 1856, que dio importancia a la instrucción pública, lo que motivó la creación posterior de las escuelas primarias y secundarias, aunque durante el Porfiriato (1880-1911) hubo conciliación con el clero, después fue la época del laicismo combativo, emanado del Congreso Constituyente de 1916-1917.

En 1920, se crea la Secretaría de Educación Pública, durante el mandato de Alvaro Obregón con José Vasconcelos como Secretario de Educación, quien considera a la educación como agente de movilidad social, tuvo una visión nacionalista, humanista y religiosa, que imprimió en su obra, Alvaro Obregon (1920-1924) al igual que Carranza (1917-1920), sustentaba el criterio respecto a la libertad absoluta de la enseñanza para escuelas no oficiales. Con el gobierno de Plutarco Elias Calles (1928-1924), se impulsa la escuela rural, surge una ideología social demócrata, fue entonces cuando el gobierno empezó a darse cuenta de que la enseñanza del alfabeto por si sola no era suficiente para sacar a los campesinos e indígenas de su ignorancia y pobreza,

desafortunadamente no se percató de que esos problemas no se resolverían exclusivamente por el camino de la educación. Esta se transforma en la misión más importante del Estado, por cumplir funciones de integración nacional y ayudar al gobierno a ejercer el control social.

Durante el gobierno de Lázaro Cárdenas (1934-1940), se popularizó la enseñanza en todos sus niveles, desde la elemental hasta la superior, se federalizó la educación, la escuela rural y las misiones culturales llegaron a las comunidades más alejadas, se convirtieron en núcleos impulsores de diferentes servicios de fomento económico y bienestar social. Se le hicieron reformas al Artículo Tercero Constitucional donde se enunció que la educación que imparta el Estado, será socialista, misma que tenía la meta de unificar a todo el país, consolidar una sociedad más equitativa y justa y se reconoció la labor del maestro.

En la época de 1941 a 1970, el propósito de la educación fue lograr la conciliación nacional, buscándose el mejoramiento de las clases medias urbanas y solventar las necesidades del desarrollo del país. Con Manuel Avila Camacho (1940-1946), se redacta la Ley Orgánica de Educación Reglamentaria del Artículo Tercero, se formulan Planes y Programas que regirían las instituciones rurales y urbanas, se concibe al nacionalismo en la educación como la unión de tres elementos: el hombre mexicano, la familia y la nación, Se deteriora la escuela rural, se da paso a la incorporación activa de la iniciativa privada en la enseñanza, se aumentan licencias para escuelas religiosas, además se unificó al magisterio en un Sindicato Nacional en 1943.

Durante el mandato de Miguel Alemán (1946-1952). La escuela pretendía desarrollar aparte de las aptitudes intelectuales también las

destrezas orgánicas, en otras palabras que produjera mano de obra para el trabajo ya que en ese tiempo crecía la industria en el país.

La escuela rural sufrió deterioro con la industrialización ya que se redujo a la pura enseñanza de los niños dentro de los términos de un programa de estudios, un calendario y un horario prefijados para todo el país.

El proyecto de Ruiz Cortinez (1952-1958) era sólo teórico, científico y culturalmente universal, pero sin referencia al medio nacional, ni a la época en que se vivía. El Plan de Once años, en el período de Adolfo López Mateos (1958-1964), se reduce el analfabetismo, se aumenta la creación de aulas y la formación de profesores, se mejora la calidad de la educación, a la vez que se adecúa a las necesidades de la actividad económica del país, por ese tiempo se instituye el libro de texto gratuito en 1960.

La reforma de Díaz Ordaz (1964-1970), no se conoció públicamente, pero interrumpió el Plan de Once años. El gobierno de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976) teniendo como Secretario de Educación Pública, al señor Bravo Ahuja, dió otra versión de Reforma Educativa a través de la Ley Federal de Educación, con los principios de formación de una conciencia crítica, identidad nacional, idioma común, acrecentar el acervo cultural, valores nacionales, respeto por las instituciones, conocimiento de la investigación científica, democracia e igualdad, entre otras.

En 1974, se inicia el programa de licenciatura en educación primaria, bajo la Coordinación General de Educación Normal, en 1979, ya dependía de la Dirección de Capacitación y mejoramiento Profesional del Magisterio y en el mismo año se crea la Universidad Pedagógica-



gica Nacional, la cual continúa prestando servicios en dicha licenciatura y establece además la Licenciatura en Educación Básica, con un sistema abierto.

Durante el sexenio de José López Portillo (1976-1982), se aplicó el Programa de Educación para todos, se planteaba elevar la calidad del magisterio en cursos de capacitación, al mismo tiempo se instauró la Universidad Pedagógica Nacional poco después se presentó la Revolución Educativa bajo el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988), este Plan Nacional pretendía elevar la calidad educativa en todos los niveles, en un proceso permanente y participativo.

Actualmente, el Presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) implanta un Programa de Modernización Educativa, argumentándose que la educación será la base de transformación de los mexicanos, un medio para desarrollar nuevas capacidades de producir, de liberarse, de fortalecimiento, de la solidaridad social, identidad nacional, democracia, justicia e igualdad y soberanía en las tendencias acordes con los cambios sociales de México, así como la reafirmación de los criterios educativos del Artículo Tercero Constitucional. Se pretende una educación relevante, útil, moderna, de calidad, cambiar los métodos de enseñanza, formalización y actualización del docente, articular los niveles educativos, apertura de la ciencia y la tecnología.

Las orientaciones específicas en la formulación de nuevos Planes y Programas de estudio deben graduar y contener conceptos para interpretar el presente y el futuro, fomentar el trabajo personal nutrido, las técnicas, el estudio y las herramientas de la acción, entender el conocimiento de la lengua como medio de comunicación y pensamiento, profundizar en la Ética y el Civismo como criterios para asegurar la convivencia respetuosa en la igualdad y en la justicia, capacitar

para aprender a juzgar y actuar de manera crítica, innovadora y equilibrada, perfilar estrategias de aprendizaje para atender a la preservación e incremento de la cultura y las interrelaciones personales como fuente inagotable de respeto e integridad humana, atender a las actividades deportivas y recreativas, en tanto que son instrumentos de educación para la solidaridad y el desarrollo personal, ofrecer los elementos que permitan un mejor conocimiento del mundo cotidiano, urbano y rural, sus limitaciones y posibilidades, fomentar el conocimiento para la democracia, la participación, la vida en la unidad y el trabajo y por último la concepción y valoración de la función social del magisterio.

Dentro del primer modelo educativo del sexenio, los perfiles de desempeño fueron elemento operativo para el cambio del contenido, tales perfiles describían los modos de ser y actuar de un individuo, en los diversos ámbitos de convivencia, en todo momento, en las distintas esferas de la vida cotidiana, así como en situaciones determinadas extraeducativas.

La modernización educativa se presenta así, como un movimiento que demanda adhesión y compromiso de los alumnos, maestros, padres de familia, autoridades y todos los demás sectores de la vida social, hará posible generar prácticas educativas más eficientes y de mayor calidad.

El Acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación Básica, firmado en el mes de mayo de 1992, por la Secretaría de Educación Pública, Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Educación y los Gobiernos de los Estados, busca una profunda reforma al Sistema Educativo Nacional para elevar la calidad en la educación y darle mayor cobertura.

La educación se marca con una decidida participación de todos los sectores sociales, niveles de gobierno, maestros, alumnos y padres de familia, ésto implica el cumplimiento de responsabilidades, el uso de los recursos, la correspondencia con los niveles de gobierno emanados del régimen federal y la creación de figuras colegiadas, consejos escolares, municipales y estatales, en los que representen cada elemento del proceso educativo, todo lo anterior es para que haya un nuevo dinamismo de las relaciones entre el Sistema educativo y la sociedad.

El Acuerdo Nacional se concentra en la Educación Básica. Esta comprende los ciclos fundamentales en la instrucción y formación de los educandos, preparatorios para acceder a los ciclos medios y superiores. Se añade la educación normal, porque es la que capacita a los maestros.

Para el logro de sus objetivos, el Acuerdo Nacional, se basa en una estrategia que compromete los recursos presupuestales crecientes para la educación pública, y se propone la reorganización de la función magisterial.

En verdad se han obtenido mejoras en la educación en general, a través del tiempo, aunque siendo lentas, se han realizado, cada etapa histórica tiene sus características y necesidades, así como cada gobierno ha hecho lo que ha considerado justo en cada período, sin embargo aún cuando la educación ha llegado a todos los rincones del territorio mexicano, puede decirse que es todavía privilegio de algunos, gran parte de la población escolar, aún no concluye sus estudios por diversos motivos: su precario nivel socioeconómico, las deficiencias en el sistemas educativo, problemas en su capacidad personal, la impreparación de algunos docentes para orientar el proceso educati-

vo entre otros.

Afortunadamente el Acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación Básica contempla estos aspectos e intenta darles solución, mediante las estrategias ya señaladas en este apartado.

Se exige demasiado por parte del docente y aunque se asegura que tendrá una remuneración económica que cubra completamente sus necesidades de tal manera que pueda dar más de sí, los incrementos aún no llegan.

Resulta lamentable observar cómo algunas logros positivos hechos a la educación pública mexicana, en beneficio de las mayorías de la población, logradas con mucho esfuerzo por algunos mandatarios conscientes, han sido considerados obsoletos por los nuevos gobernantes y con sus políticas educativas las han anulado, implementando otras reformas, tal como ocurre en la actualidad.

A pesar de todo, la autora de esta Propuesta Pedagógica considera que dichas reformas no han sido fundamentadas en un estudio de la realidad que vive la población en su mayoría. Las modificaciones arman gran revuelo en todos los sectores relacionados con la educación en todos los niveles, los alumnos, maestros, padres de familia, autoridades y demás, sin embargo tales reformas se anuncian elegantemente, usando los principios del Artículo Tercero Constitucional (modificado en el actual sexenio), y en la Ley Federal de Educación (ahora Ley General de Educación), cuyos postulados son muy positivos que de cumplirse cabalmente, la educación mexicana mejoraría considerablemente, sin tanto alarde y papeleo como se ha venido haciendo.

Además se está elaborando la Ley Estatal de Educación que

regirá la Educación en cada estado, apegándose al Artículo Tercero y la Ley General de Educación.

La Ley General de Educación proporciona una mayor participación social a los padres de familia y a los medios de comunicación masiva, éstos últimos con sus actividades contribuirán al desarrollo integral del individuo, favorecerán el desarrollo de sus facultades para adquirir conocimiento, la capacidad de observación, análisis y reflexión críticos, fortalecerá la conciencia de nacionalidad y soberanía, aprecio por la Historia, los símbolos patrios y las Instituciones, deberán pugnar por que el Español sea el idioma común entre los mexicanos, promoverán valores de justicia, igualdad, democracia, entre otros, también fomentará la investigación e innovación científica y tecnológica, se impulsará la creación artística, el deporte, el respeto por la vida, el aprovechamiento racional de los recursos naturales y protección del medio ambiente, además de destacar la importancia del trabajo y el ahorro, contribuyendo a lograr una mejor convivencia humana.

Los criterios que orientan la educación deben ser considerados ampliamente por los medios masivos de comunicación, ya que ésta se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, fanatismos y prejuicios, será democrática y nacional.

## 2. Plan de Estudios de Educación Primaria.

A pesar de que en la actualidad, se han editado el Plan y Programas de estudio 1993, en segundo, cuarto y sexto grado, todavía se seguirá tomando en cuenta tanto el Plan de estudios antiguo, como el Programa Emergente de contenidos básicos del ciclo escolar 1992-1993, junto con los libros de texto anteriores, debido a que son los

grados de reforzamiento y por que así lo enuncia el nuevo Plan y Programas de estudio 1993. Por este motivo y porque el problema que originó esta Propuesta Pedagógica se detectó en un grupo de segundo grado durante el año de 1990, cuando aún solo era vigente el antiguo plan de estudios de educación primaria, por ello se tratarán los objetivos de éste, además se hará referencia a los nuevos Planes y Programas, tanto el emergente como el de 1993.

El Plan de estudios de educación primaria, de acuerdo a los planteamientos del artículo tercero y la Ley Federal de Educación (ahora Ley General) pretende lo siguiente: lograr la formación integral de los mexicanos, de tal forma que se transformen en sujetos críticos, analíticos y reflexivos, pero que activamente participen en la vida social. La escuela primaria busca promover actitudes de cooperación e integración con la comunidad, aprecio por los valores nacionales, asimilación y enriquecimiento de la cultura, así como fomentar el respeto por los demás, para conformar un individuo solidario y justo que a partir de su realidad pueda transformarlo para que se convierta en promotor de su propio aprendizaje. Con la finalidad de alcanzar estos propósitos, el Plan de Estudios de Educación Primaria, organizaba por áreas el aprendizaje: Español, Matemáticas, Ciencias Naturales, Ciencias Sociales, Educación Tecnológica, Educación Artística, Educación para la salud y Educación Física.

En el área de Ciencias Sociales, objeto de estudio del presente trabajo el Plan menciona: la escuela representa un paso a la sociabilización, esta asignatura a través de la Geografía Humana, Historia, Economía, Sociología, Ciencia Política, Antropología y Psicología Social, se propone contribuir a que el educando adquiera y desarrolle los conocimientos teóricos y metodológicos que lo guíen a formarse una conciencia crítica y creadora, indispensable para la búsqueda y logro

de una sociedad más justa y democrática. Considera importante el papel de la familia, comunidad y otros grupos sociales, con los que el niño participa en su vida diaria, en el proceso educativo.

Los objetivos generales de Ciencias Sociales en este Plan se enunciaban así: que el niño adquiriera conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan: reconocerse como ser individual y social, conocer las principales características geográficas y socioeconómicas de las comunidades, locales, nacionales e internacionales, comprender el carácter dialéctico de la evolución social a través del conocimiento y análisis de procesos educativos, analizar la problemática de México en la actualidad, relacionándolo con su evolución histórica y valor, además de defender las manifestaciones culturales propias y ajenas.

Este Plan de Estudios de Educación Primaria, en el ciclo anterior, sólo fue motivo de consulta, tomándose mayormente como guía de trabajo el programa emergente de Contenidos Básicos, cuyos objetivos generales de los diferentes programas, a los que deberá recurrir el docente durante el ciclo escolar 93-94, de esta manera, se puede tener un amplio panorama de las pretensiones de la educación formal en México, además de ubicar el problema de este trabajo, en un área específica. Tanto el programa de Contenidos Básicos, como el nuevo Plan 1993, en segundo grado, lo marcan en el área de Español, no precisamente con la finalidad que lleva esta propuesta pedagógica. (Debido a ello, en otro apartado se estudia el área de Español, según lo marca el programa de contenidos Básicos).

El Plan de Contenidos Básicos (1) señala cinco aspectos que

(1) SEP. Educación primaria. Contenidos Básicos. México, D.F. 1992. pág. 6-7.

constituyen una selección y reordenamiento de los contenidos del Libro del Maestro, deben atenderse de manera prioritaria, no exclusiva, se argumenta que tales aspectos, fueron considerados básicos por amplios sectores de la sociedad, las etapas de evaluación y consulta de la Modernización Educativa; requieren de atención inmediata.

a) Fortalecer el aprendizaje de la lectura, escritura y expresión oral, orientar hacia un uso eficaz del Español, tanto en el aula, como en la vida cotidiana.

b) Desarrollar la capacidad de plantear y resolver problemas y la habilidad para hacer mediciones y cálculos precisos, propiciando la comprensión y el gusto por las Matemáticas.

c) Otorgar un lugar importante al estudio sistemático de la Historia de México y recuperar la enseñanza de la Geografía, fortaleciendo la identidad regional y nacional a la vez que el conocimiento del patrimonio material y cultural de la nación.

d) Dirigir la Educación Cívica hacia la conciencia de los derechos y valores vigentes, así su influencia se hará presente y determinante de las conductas y actitudes frente a la vida escolar, familiar y comunitaria.

e) Organizar los contenidos básicos de la formación científica en torno a los problemas fundamentales de la época actual; el cuidado del medio ambiente y el de la salud, con ello se fomentará la toma de conciencia, el compromiso y la participación del educando en la vida comunitaria.

"Las guías de estudio ofrecidas al docente en este Programa no



- 112726



conforman un aparato rígido, sino que alientan la creatividad, con sugerencias nuevas y diferentes maneras de emprender la enseñanza. Hace énfasis en que no se deben descuidar los temas incluidos en el "Libro del maestro". (1)

Enseguida se mencionan los planteamientos del nuevo Plan y Programas de estudio 1993. Principalmente organizan la enseñanza y el aprendizaje de los contenidos básicos, para lograr que los niños: 1º Adquieran y desarrollen las habilidades intelectuales (la lectura, la escritura, 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. 2º Adquieran los conocimientos fundamentales para comprender los fenómenos naturales, particularmente los relacionados con la preservación de la salud, con la protección del ambiente y uso racional de los recursos naturales, así como los que proporcionan una visión organizada de la Historia y la Geografía de México. 3º Se formen éticamente mediante el conocimiento de sus derechos, deberes y la práctica de valores en su vida personal, en sus relaciones con los demás y como integrantes de la comunidad nacional. 4º Desarrollen actitudes propicias para el aprecio y disfrute de las Artes y el ejercicio físico y deportivo. De acuerdo con esta concepción, los contenidos básicos son fundamentales para que los alumnos logren los objetivos de la formación integral, como definen a ésta el Artículo Tercero y su ley reglamentaria. No se ampliará más lo relacionado con el nuevo Plan, ya que en segundo grado, como ya se indicó, no se aplicará todavía. Enseguida se estudiarán los programas vigentes para este grado, en la materia correspondiente al tema de la presente propuesta.

---

(1) Ibidem, p. 8.

### 3. Programa de segundo grado.

El anterior libro del maestro manifiesta (1) un programa integrado, que presenta al alumno las cosas y los hechos, como suceden en la realidad, como un todo unificado, susceptible de ser estudiado principalmente desde cada una de las áreas de aprendizaje, partiendo del supuesto de que el niño de esta edad, percibe las cosas de manera global y que aprende mejor a través de desempeñarse como una personalidad total en situaciones significativas. El programa aún vigente, integrado, se divide en ocho unidades. Cada unidad consta de cuatro módulos relacionados entre sí, cada uno formado por objetivos y actividades. En los objetivos generales del segundo grado se espera que el alumno sea capaz de manifestar actitudes positivas hacia el proceso de aprendizaje, que participe como miembro activo de su familia, comunidad y país. Emplee la observación y experimentación elemental para comprender algunos fenómenos naturales y sociales, exprese sus intereses, pensamientos, sentimientos y opiniones en forma oral, escrita, corporal y plástica, desarrolle la capacidad de comprensión de la lectura, aplique la información de su entorno para resolver problemas. Adquiera madurez motriz y practique normas elementales de higiene, seguridad, convivencia y trabajo en actividades cotidianas. Ya se anotó anteriormente, cómo el niño es concebido por este programa y tanto éste, como el Plan de Educación Primaria, definen a la educación como dinámica y abierta que influye en los procesos sociales y es influida por éstos a la vez. Sin embargo, aún cuando se hable de la educación como un proceso social permanente, la verdad es que continúa con una mediocridad cultural generalizada, ya que la estructura económica de un país condiciona lo político-

(1) SEP Programa de segundo grado. p. 59

social, y estos factores en conjunto determinan el Sistema Educativo. Los contenidos del programa en mención y los temas de los libros de texto gratuitos, fueron seleccionados por un grupo de especialistas en educación (sin considerar la opinión de maestros de grupo, directivos, autoridades y padres de familia, tal como se argumenta que se hizo en la Modernización Educativa). Tales contenidos no fueron enfocados a las mayorías de la población ya que sus temáticas y ejemplificaciones corresponden a una clase social determinada y es la que vive cómodamente, de tal forma que el niño más afectado con esta selección es el niño más humilde, a quien sólo llega como único medio cultural el libro de texto gratuito, si es que alcanza, debido a que son escasos, aparte de que el padre de familia humilde carece de recursos para comprarle otros.

Para que el proceso educativo resulte provechoso a los niños, debe considerar las características de cada etapa de desarrollo y darle el tiempo necesario para ésto, sin embargo en múltiples ocasiones esta situación pasa inadvertida debido a lo extenso de los contenidos académicos y a la duración del ciclo escolar, además las autoridades educativas exigen al maestro el cumplimiento de los objetivos a un determinado tiempo, entonces los temas son tratados ligeramente, sin permitirle al niño, la asimilación, participación y el aprendizaje adecuado.

El objeto de estudio de esta propuesta pedagógica, son las Ciencias Sociales que están integradas en los contenidos generales del curso, sin embargo en relación con el tema: análisis y reflexión son los mensajes y programas de televisión, podría ubicarse en los objetivos específicos de la Unidad tres, en Módulo tres, que indican: (1) Explicar

---

(1) Ibidem.

la utilidad de algunos medios de comunicación y comunicar en forma oral y escrita sus experiencias acerca de los medios de comunicación. Sin embargo en este trabajo, se analizará sólo un medio masivo: la televisión, por ser uno de los que más afecta a los sujetos en estudio de esta situación problemática, los niños de segundo grado.

El programa de segundo grado sugiere dos actividades ejes, que se complementan con otras que en este trabajo no se citan por no considerarse necesario, sólo se mencionan los objetivos y las actividades más importantes:

Objetivo: Explicar la utilidad de algunos medios de comunicación.  
 Actividades: 3.1. Relate una experiencia que haya tenido en relación con algún medio de comunicación. Libro del alumno página 195-199.  
 Actividad 3.21. Exprese la utilidad de algunos medios de comunicación que conozca. Libro del alumno páginas 200 a 201. En realidad son pocas las actividades y no tienen los mismos objetivos que plantea esta Propuesta, resulta necesario que el docente idee otras estrategias más acordes y propicias al interés infantil, que lleven a obtener resultados favorables.

La propuesta del Programa Emergente de Contenidos y Materiales Educativos presenta los temas para segundo grado, en materias y el tema de los medios de comunicación, se ubica en Español, por ese motivo a continuación se aborda lo relacionado a esta asignatura: este programa dice al respecto que es importante fomentar en las aulas el ambiente propicio con situaciones de aprendizaje variadas, favorecedoras en el educando del lenguaje oral y escrito mediante usos y funciones comunicativas reales. Poner al alcance del niño libros y diferentes materiales impresos significativos y útiles en los diferentes ámbitos donde se desarrolla el escolar. Se replantea el enfoque de los

contenidos gramaticales, orientándolo hacia la reflexión sobre el lenguaje y sus diversos propósitos comunicativos. Se sugiere que los maestros aprovechen las materias de este plan de estudios como espacios valiosos y necesarios para el trabajo con el lenguaje oral y escrito, considerando los intereses y las necesidades personales de los alumnos y promover la cooperación y el trabajo conjunto entre ellos. Este programa no propone actividades a desarrollarse, da al maestro la oportunidad de actuar como considere conveniente y aprovechando mejor el tiempo disponible para el proceso educativo.

Se señalan enseguida los propósitos de este plan en el área de Español para segundo grado: Se deberá considerar la relación del primer grado con el segundo, para dar continuidad al proceso de adquisición de la lectura y escritura. Es indispensable enriquecer la experiencia escolar de este grado, en particular en relación con la adquisición de la lengua escrita. Es importante fortalecer los contenidos que se introdujeron en primer grado para lograr un uso significativo y duradero de la lectura y escritura. Dicho plan presenta los siguientes temas en relación con esta Propuesta:

Reconocimiento de los usos y formas particulares del lenguaje escrito, como noticias periodísticas, anuncios, cartas y recados, éstos en lectura.

En el aspecto expresión oral: Expresión de experiencias y observaciones sobre situaciones escolares y no escolares. Diálogo con maestros y compañeros acerca de diferentes temas. Elaboración de relatos sobre acontecimientos diversos. En expresión escrita: Expresión en forma escrita de experiencias y observaciones sobre situaciones escolares y no escolares.

No se trata concretamente el tema de los medios de comunicación, como ya se dijo antes, sin embargo hay la necesidad de tratar este tema desde que el niño es pequeño, considerando la gran influencia que reciben de tales medios colectivos en especial de la televisión. Un aspecto importante que conviene señalar es lo relacionado con el material y recursos didácticos, que según la Ley General de Educación se debe proveer a las Instituciones educativas, para que se tenga un desempeño atractivo y efectivo de la labor docente, se dan muchas explicaciones para justificar la carencia de tales recursos, argumentando que la situación económica del país es crítica, que los gobiernos de los estados son los indicados para organizar este aspecto en su entidad, o en los municipios; entre otras razones. El caso es que en la mayoría de las escuelas primarias federales sólo se cuenta con lo indispensable para realizar la práctica docente, un pizarrón, gis, a veces borrador, libros de texto (incompletos en algunas escuelas), mesabancos y ya. El maestro tiene que hacer uso de su inventiva, capacidad de inteligencia y trabajo extra para solventar estas carencias, empleando los recursos que el medio pueda ofrecer.

Muy importante es la labor del maestro si realiza lo anterior: pero la triste realidad es que los medios masivos de comunicación ganan terreno con su atractivo, absorben la atención del niño con contenidos quizá no convenientes para él, como en el caso de la televisión, que en determinadas circunstancias, deja atrás la labor educativa escolar, cuando no tiene un buen uso.

## B. Contexto social.

1. Condiciones Socioeconómicas y Políticas de la República Mexicana, del Estado de Chihuahua, de la Ciudad de Chihuahua y de la Colonia Santo Niño.

La República Mexicana es un país en proceso de desarrollo, su población es joven, goza de aparente estabilidad político-social, con marcadas diferencias en sus estratos sociales ya que los mejores recursos naturales y riquezas son aprovechadas y explotadas por unos cuantos. La mayoría de la gente pertenece a la clase trabajadora, como empleada o en la prestación de servicios, viviendo con muchas limitaciones y gozando de relativa libertad.

Es conveniente hacer notar que México está luchando por elevar el nivel de vida de sus habitantes, aumentando la actividad económica, participando activamente en los mercados internacionales en sus avances tecnológicos para atraer capitales, con el Tratado de Libre Comercio se espera que México pueda tener beneficios y se mejore la calidad en la producción a la vez que se generen más empleos.

Aunque el gobierno se ha preocupado para que la educación y los servicios elementales lleguen a todos los rincones del país, existen muchos grupos marginados que siguen sufriendo por el atraso cultural y socioeconómico. Por ello en algunos lugares han surgido brotes de inconformidad consternando a la nación mexicana, como lo fue el violento caso de Chiapas, que hasta la fecha no se ha solucionado del todo, pero si ha influido para que otros grupos sociales en otras zonas de México hagan manifestaciones públicas exigiendo respuesta a sus problemas.

Es conveniente hacer mención del asesinato del Licenciado Sonorense Luis Donaldo Colosio Murrieta Candidato a la Presidencia de la República Mexicana por el Partido Revolucionario Institucional ocurrido el día 23 de Marzo de 1994 después de un acto de campaña política en un barrio popular de Tijuana Baja California, según versión del noticiero ECO en programa especial, el presunto responsable fue

Mario Aburto Martínez de 23 años en complicidad con otros sujetos. El crimen fue cometido con arma calibre 35, violando asombrosamente la valla de protección del candidato.

El presidente de la República Mexicana Carlos Salinas de Gortari decretó los días 24-25 de marzo de 1994 como días de luto nacional debido a la conmoción que este hecho ocasionó en el pueblo mexicano y las repercusiones políticas, sociales y económicas que tendrá sin duda.

¿Por qué no se nombraron días de luto nacional cuando murieron tantos hombres humildes en la lucha de Chiapas? Algunos días del mes de marzo del año en curso, los medios masivos de comunicación (en especial la televisión) interrumpieron su programación normal para mantener «informada a la población», sin embargo la muerte del Licenciado Colosio fue dada a conocer después de ocurrida, aún cuando ya sabían que había muerto, no lo comunicaban por llamar la atención del pueblo. Incluso minutos antes de notificarla, el candidato del frente cardenista Cuauhtémoc Cárdenas dió el pésame al Partido oficial y a la Familia Colosio a través de noticiero ECO.

La autora de esta propuesta quisiera poder comprender las razones implícitas de estos violentos acontecimientos ¿Acaso fueron motivados por intereses políticos, sociales y económicos de algunos poderosos que tienen nombramiento legitimado en el poder? ¿O por quienes ambicionan ocupar un puesto presidencial y continuar la obra de otros que se quieren mantener con facultades para seguir inmiscuyéndose en el gobierno del país?

Sería lamentable que fuese verdadera la atrevida suposición de que el asesinato del Licenciado Colosio y los hechos de Chiapas



hubiesen sido planeados por miembros del Partido oficial por que ya no convenía a sus intereses.

Es cómodo aceptar que estas acciones criminales fueron ocasionadas por fanáticos, retrasados mentales o gente ignorante, pero la verdad es que no se puede afirmar ninguna razón ya que es difícil que esta información llegue a oídos de todos y menos a través de los medios masivos de comunicación.

Chihuahua, lugar donde se desarrolla esta Propuesta Pedagógica, no es la excepción, en cuanto a manifestaciones sociales y políticas se refiere siendo un Estado de gran extensión territorial, con una población de aproximadamente 2,439,081 habitantes, su gente se caracteriza por su hospitalidad, actualmente el estado de Chihuahua esta gobernado por Francisco Barrio Terrazas militante del partido Acción Nacional.

Chihuahua se ubica en la frontera con Estados Unidos de Norteamérica, recibiendo influencia extranjera tanto cultural como política y comercial, también en cuestión de comunicación masiva entre otros aspectos.

Es necesario hacer notar que existe aquí el grupo étnico de los tarahumaras muy discriminado, a quien los gobiernos no han encontrado la forma efectiva de ayudar (o mas bien no han querido).

La capital del estado es la ciudad de Chihuahua que está en constante crecimiento, cuenta con los servicios urbanos necesarios y los medios de transporte y comunicación adecuados, la gente en su mayoría puede recibir educación en todos sus niveles, practicar deportes, asistencia médica de acuerdo a su nivel socioeconómico,

además de poder participar en la vida política y desempeñar actividades laborales desde grandes empresarios y servidores públicos hasta el más humilde peón, siendo por ello su forma de vivir, tan desigual.

La Colonia Santo Niño donde se encuentra ubicada la escuela Primaria Federal «Eloy S. Vallina», fue poblada casi desde que se fundó la ciudad de Chihuahua, por lo que sus habitantes conforman familias cuyos miembros ya son grandes, puede decirse que ya no hay niños por ahí, ya que la mayor parte de los niños que asisten a la escuela vienen de otras colonias de la ciudad.

Esta céntrica colonia cuenta con todos los servicios urbanos necesarios, en general su gente es de condición socioeconómica media y baja; sin embargo toda su gente puede recibir los beneficios que la ciudad ofrece o porque no decirlo, también los daños como lo es la contaminación, y los problemas sociales característicos de una ciudad grande, tales como el problema de esta propuesta, la influencia de los medios de comunicación masiva, en especial la televisión sobre los niños.

## 2. Escuela Primaria Federal «Eloy S. Vallina», turno vespertino.

Considerar la educación informal y su importancia en el proceso de formación integral del niño es vital, debido a que éste se desenvuelve en un contexto social, que debe actuar en conjunto con la educación escolar, para colaborar efectivamente con ese desarrollo. Por ello, se mencionan enseguida las características escolares, familiares y de la comunidad, que rodean a los niños sujetos de estudio de este trabajo.

La escuela primaria federal «Eloy S. Vallina» se ubica en la Colonia

Santo Niño, de la Ciudad de Chihuahua, Chih., funciona desde 1959 laborando en tres turnos: matutino, vespertino y nocturno durante el turno matutino se desarrollan actividades escolares en los niveles primaria y preescolar en el turno vespertino en nivel de primaria y durante el turno nocturno como preparatoria abierta.

El edificio es de construcción antigua, consta de dos plantas, alta y baja, hay 22 salones de clase, además de biblioteca museo, auditorio, canchas deportivas, bebederos, sanitarios, aparatos de aire, de calefacción, jardines y dos direcciones. Es un lugar cómodo pero falta mayor iluminación y ventilación en sus aulas. Aunque cada salón cuenta con un amplio pizarrón, librero, gises y borradores, los recursos didácticos los consigue cada maestro según sea su disposición, necesidad y posibilidades.

Esta escuela es de organización completa, el turno vespertino labora con diez grupos, desde primero hasta sexto grado, su personal docente esta constituido por quince elementos, entre ellos el director, dos maestras auxiliares en la dirección, una maestra de Educación Especial para niños sobresalientes y una maestra de Educación Física. A pesar de ser una escuela amplia solo cuenta con un intendente. Su población escolar es de 250 alumnos; el específico caso del grupo segundo grado «B» esta formado por 18 niños, cuyas edades son de siete u ocho años, todos cursaron el jardín de niños, cinco de ellos asisten a la escuela desde las Colonias Santo Niño y Alta Vista, el resto tiene su hogar en lugares lejanos como Infonavit Nacional, Industrial, Nombre de Dios y otras. En su mayoría, son procedentes de familias de condición socioeconómica media baja, sus padres laboran en diferentes tipos de empleos o como profesionistas, ocho niños son hijos de madres solteras que trabajan, sea como secretarias y empleadas de maquiladoras, cabe aclarar que la mayoría de los padres de familia,

manifiestan una actitud sincera de cooperación y buena disposición para realizar las actividades convenientes que ayuden al desarrollo positivo de sus hijos.

Generalmente los menores de este grado escolar reflejan buena salud y su nivel de aprovechamiento puede catalogarse como aceptable, aunque hay tres casos de lentitud de aprendizaje.

En base a una encuesta realizada al grupo, se afirma que todos poseen televisor a colores, videocasetera, ocho tienen antena parabólica en sus hogares y manifestaron tener autorización paterna para verla tanto por las noches, como por las mañanas. Cabe decir que tanto en la situación donde ambos padres trabajan, como las madres solteras trabajadoras, lo hacen en turno completo, así que los niños permanecen bajo el cuidado de algún hermano mayor o un adulto, familiar o amigo, implicando con ello la posibilidad de ver los programas de televisión durante el tiempo que deseen y los programas que les agraden. Sin formular aseveraciones a la ligera, esto, como ya se mencionó, en base a entrevistas y visitas domiciliarias realizadas sin previo aviso a los padres. A pesar de las condiciones presentadas por los niños y sus familias, se considera que se puede realizar una labor educativa mayor y eficaz para lograr que el problema del presente trabajo entre en vías de solución.

No se trata de cambiar el mundo, sino de colaborar con los niños, orientándoles con actividades didácticas propicias para que adopten una actitud crítica de lo que los mensajes y programas de televisión emiten, rescatando el apoyo y comprensión tan importante de la familia y sus miembros.

#### IV. ESTRATEGIAS DIDACTICAS

En este apartado se desarrollan las estrategias didácticas basadas en las conceptualizaciones tratadas en el Marco Teórico sobre Ciencias Sociales, Educación y sus diferentes formas, conocimiento, aprendizaje, papel del alumno y maestro, de los padres de familia y de los medios de comunicación, especialmente la televisión. Aquí se considera a las Ciencias Sociales como ciencias del hombre, ya que su estudio histórico-social, se fundamenta en la sociedad formada por seres humanos.

Se maneja que la educación formal (escolar) se complementa con la informal en un proceso social (familia, influencia del contexto social incluyendo los medios masivos de comunicación) y viceversa, no se menosprecia ninguna de las dos, ni la educación no formal (organizada fuera de las instituciones escolares). De tal forma que para la solución del problema objeto de estudio del presente trabajo, se tomará en cuenta la participación de la familia.

Tanto el conocimiento, como el aprendizaje, llevan el enfoque psicogenético, donde el alumno construye su conocimiento en base a su experiencia e interés, es un sujeto social, activo, con las características del periodo de desarrollo correspondiente, en este caso se ubica al término del preoperatorio y al inicio de las operaciones concretas. En cuanto al maestro, es un sujeto social, cognoscente, que respeta y orienta al alumno, lo pone en situación de conflicto cognitivo.

En el presente trabajo se trata de lograr el siguiente objetivo general: La contribución activa de la educación escolar, para propiciar el análisis y la reflexión, en niños de segundo grado, sobre mensajes y programas de televisión, mediante la elaboración y aplicación de

estrategias, además de unificar esfuerzos con el apoyo de los padres de familia.

Las estrategias didácticas se elaboran considerando la futura aplicación en la familia, el contexto social y ámbito escolar, ya que por razones ya explicadas, no se pueden enunciar actividades aisladas que desvinculen la educación formal y la informal.

Tales actividades deberán ser evaluadas en el transcurso de su realización, tomando en cuenta la participación activa y el interés de los sujetos del proceso educativo y las consecuencias derivadas de su actuación.

No se va a practicar un examen objetivo, debido a las características propias de este trabajo educativo, que pretende lograr una transformación positiva en los sujetos que intervengan en éste. La motivación, comprensión, concientización y orientación serán factores indispensables para la realización de estas estrategias didácticas y se podrá contribuir adecuadamente con la formación infantil.

La evaluación es un proceso inherente a la educación. Citando a Javier Olmedo:

«La educación es un proceso sumamente amplio y complicado que por su trascendencia requiere de una actuación plenamente consciente de todos los elementos involucrados en él: alumnos, maestros padres de familia, autoridades, etc. Es mediante la educación que cada uno de ellos tendrá elementos para conocer la eficacia y el sentido del proceso. (1)

Cada etapa y cada elemento formador de la educación, ha de

(1) OLMEDO, Javier. "La evaluación educativa". En UPN Ant. Evaluación de la Práctica Docente. p. 172.

evaluarse expresa y sistemáticamente. Deberá ser una evaluación de aprendizaje cognoscitivo, afectivo y psicomotriz. En instituciones, programas, recursos didácticos, alumnos, maestros y padres de familia, entre otros.

La determinación de los tipos, momentos e instrumentos de evaluación forma parte de la planificación educativa y de la elaboración de cada programa. La evaluación del aprendizaje es un proceso sistemático, en el que se recoge información acerca del aprendizaje de los sujetos a evaluar o los aspectos, permite su mejoramiento, proporcionándole al docente, elementos para formular un juicio de nivel alcanzado, de la calidad del aprendizaje logrado y de lo que el alumno es capaz de hacer con su aprendizaje.

#### A. Propósitos particulares.

1. Obtener la participación activa de los padres de familia del grupo de segundo grado «B», a través de una orientación adecuada con la finalidad de fundamentar desde su inicio, estas actividades.

2. Realizar un estudio de los programas de televisión, vistos mayormente por los niños de este grado, para analizar sus contenidos.

3. Propiciar el análisis y reflexión de los niños de segundo grado «B», sobre mensajes emitidos por la televisión.

Tanto en la construcción, como en la realización de las estrategias es muy importante la participación de los alumnos, el maestro, la familia, la escuela y la comunidad.

## B. Estrategias Didácticas.

Para lograr el primer propósito: Obtener la participación activa de los padres de familia del grupo de niños de segundo grado «B», a través de una orientación adecuada con la finalidad de fundamentar desde su inicio, estas actividades, se proponen las siguientes estrategias:

### 1. Reuniones de padres de familia.

Se citará a los padres de familia a una reunión bajo la coordinación del maestro de grupo, para entablar un diálogo acerca de las metas pretendidas en este programa, en vista de los sutiles efectos psicológicos del medio televisivo, se acordará que para el uso adecuado de la televisión se requiere de una estrecha supervisión y guía, advirtiéndoles debidamente sobre los efectos que puede tener la carencia de control sobre la presentación de los medios masivo de comunicación especialmente de la televisión.

→ La actividad durará una hora y treinta minutos, la evaluación será en base a la participación de padres de familia, a su actitud de cooperación y comprensión.

→ Para que haya mayor orientación acerca del tema se invitará a los padres de familia a dos conferencias que estarán dirigidas por dos especialistas en la materia: un psicólogo y un sociólogo, empleando material impreso y auditivo-visual que demuestren la influencia nociva de algunos programas de televisión, (mensajes subliminales, doble sentido, intereses comerciales, etc.) sobre las personas en general y en particular sobre los niños.

La efectividad de una conferencia, donde hay un expositor y



varios oyentes, radica en la elocuencia del expositor, su conocimiento sobre el tema, el interés despertado en los oyentes, el material atractivo y adecuado, mostrado en el momento propicio, al final se da una síntesis y se permiten preguntas en un tiempo considerable.

En este caso serán dos conferencias que durarán una hora aproximadamente en dos días diferentes.

Al final de éstas, se les presentará un plan elaborado tomando en consideración los resultados de la encuesta realizada con anterioridad a los padres de familia sobre los programas de televisión que ven los niños y sus familias, donde se sugieren actividades a realizar en el hogar y en los lugares donde se desenvuelve el menor y para aprovechar las valiosas ventajas que la televisión puede aportar.

El plan podrá ser modificado por las opiniones fundamentadas que hagan los padres de familia.

Esta actividad es importante debido a que está basada en la realidad que viven los hogares de las familias de los niños en mención y es necesaria, por la ayuda que los tutores darán a sus hijos posteriormente.

Los criterios de evaluación del plan de sugerencias serán: que en tales sugerencias haya congruencia y sencillez, además deberán estar escritas en textos comprensibles a quien los lea.

→ Los recursos que se emplearán para la realización de las actividades de esta estrategia didáctica son: el material humano, aparato de televisión, videocasetera, rotafolio, revistas, películas y folletos.

→ La duración de todas estas estrategias, será de una semana

aproximadamente y el horario será de 5:00 a 6:00 P.M., con la autorización del Director del plantel, y de las autoridades superiores, cabe aclarar que en esta Institución escolar, se pueden tener las facilidades para la realización del trabajo, en cuanto apoyo de las autoridades educativas y condiciones materiales.

↳ La evaluación como ya se anotó anteriormente no se puede realizar a la ligera y con números, debido a que es un proceso, y los resultados se podrán observar con el paso del tiempo, con la orientación que los niños reciban de sus padres, de acuerdo a la comprensión que los mismos vayan teniendo de los daños y beneficios que se reciben de la televisión.

## 2. Comentario y participación en grupo de análisis de programas

Con la finalidad de lograr el segundo objetivo particular: Realizar un estudio de los programas de televisión vistos mayormente por los niños de segundo grado «B», para analizar sus contenidos, se propone la siguiente estrategia didáctica:

↳ Que los niños comenten en clase sobre los programas que más ven en televisión, haciendo una lista de los que mayormente atraen su atención y diga por qué.

Conversen con sus compañeros y maestro sobre la veracidad de lo que ve en tales programas y lo que ha aprendido en éstos.

→ De acuerdo a las conclusiones alcanzadas por el grupo, y con la preparación recibida del hogar por sus padres y la orientación del maestro en la escuela; elaboren un guión donde anoten los horarios, programas más interesantes y apropiados a su edad, proyectados por

la televisión y en qué canales. (Consulte las revistas de teleguía, folletos de la Procuraduría Federal del Consumidor, y la publicación de telecable, como apoyo didáctico).

Publiquen un folleto con la información obtenida y sus conclusiones, ilustrado por los niños, en el periódico mural escolar y reparta copias, para darlo a conocer a la comunidad escolar, así podrán valorar el esfuerzo y el significado de ser útiles a otros.

Protagonice un tema de algún programa televisivo, actuación planeada anticipadamente, de un tema elegido por los niños donde participen todos, puede emplearse o no vestuario, a final se propiciará una discusión para evaluar la estrategia y analizar el contenido del tema protagonizado.

Esta serie de estrategias se sugieren para que el grupo completo, se concientice acerca de lo que regularmente ve a través del televisor.

La participación en esta estrategia didáctica es de los niños, el maestro de grupo coordinará, los apoyará con sus ideas y conocimientos, considerando la edad y madurez de los menores.

Esta actividad rescata las aportaciones infantiles, su expresión y confrontación de ideas en la conversación, que tan importante es en todos los niveles educativos.

La duración de esta serie de estrategias será en lapsos de una hora, en el transcurso de una semana, o más, según sea necesaria, sin pretender agotarlas rápidamente sin respetar el tiempo de trabajo de los niños, evitando el aburrimiento.

→ Los recursos didácticos a emplearse serán: material humano (niños, maestro y padres de familia), cuaderno, lápiz, pizarrón, mimeógrafo, colores (impresión del Folleto por el maestro) folleto, revistas de Teleguía, publicaciones de Telecable, folleto de Profeco, periódico mural y vestuario sencillo para la representación.

Para la evaluación se considerará la participación en grupo:

¿Fue general?

¿Hubo interés por parte de todos los niños?

¿Trabajaron todos en la elaboración del folleto? y si la información en éste:

¿Fué acorde a la realidad actual de la televisión y de los niños de segundo grado?

### 3. Juguemos a ser críticos de televisión.

Con el propósito de lograr el objetivo: Propiciar el análisis y reflexión de los niños de segundo grado «B», sobre mensajes emitidos por la televisión: se sugieren estas actividades:

En un aparato de televisión, llevado por el maestro, o por algún padre de familia al salón de clase, vea algún programan seleccionado por los niños y su maestro, jugando a ser críticos de televisión.

Comenten con sus compañeros y maestros sobre las acciones del tema, la cantidad de intermedios comerciales que manejan y sobre los productos que se anuncian y haga sus anotaciones en el cuaderno al respecto, en la medida de sus posibilidades.

Analice qué productos en verdad le dan un servicio adecuado a

su persona y a su familia, cuáles objetos son inservibles, aunque sean presentados a través de la televisión como algo valiosos, para engañar, atraer e inducir a las personas a adquirirlos, o a seguir con las costumbres planteadas en este medio masivo.

Vea una película infantil en la televisión haciendo uso de la videocasetera y note la diferencia entre elegir un tema a voluntad, y ver algo obligado, porque no hay más dado que, a través de la televisión proyectan lo que a los empresarios y manipuladores de la misma les interesa.

Visite la biblioteca infantil CIDECH, (Centro de información del Estado de Chihuahua) para ver una película adecuada y seleccionada para su nivel de desarrollo, tanto emocional como intelectual irá acompañado por su maestro.

Esta serie de actividades de: ver un programa, jugar a ser críticos de televisión, presenciar película en videocasetera y visita a la biblioteca infantil, requieren del auxilio del maestro como guía, del alumno, como espectador y crítico, ya que los niños al ser orientados convenientemente en sus acciones, suelen ser excelentes críticos, logrando así expresar sus ideas, por ello, en esta estrategia: Juguemos a ser críticos de televisión, los menores pueden detectar trampas publicitarias y algunos trucos de doble sentido (aunque no en todos los casos) de la temática televisiva, si el niño necesitara ayuda para ello, el maestro debe intervenir, ya que los niños de segundo grado son pequeños.

No se pretende argumentar que las películas que rentan los videoclubs son las mejores, sólo se trata de que los niños comprendan la diferencia entre elegir algún tema a voluntad y no ver algo, a voluntad de extraños.

La visita al Centro de Información de Chihuahua, es una actividad motivadora, relajante para el niño, sobre todo si el objetivo va de acuerdo a sus intereses, aquí se necesita la participación de la escuela y la comunidad, de la autorización del Director y permiso por parte de la biblioteca infantil, en este lugar tienen variedad de películas, algunas más acordes al niño y se pueden seleccionar, avisando con anticipación sobre la visita, además ahí se pueden realizar lecturas de cuentos y libros interesantes para ello, se puede nombrar una comisión de niños para ir al mencionado lugar y solicitar permiso, acompañados por el maestro.

La duración de estas estrategias será de una semana, en días intercalados, según se vea el interés de los niños.

Los recursos didácticos a emplearse son: material humano, televisor grande, una videocasetera, películas, biblioteca, lápices y cuadernos.

Para evaluar se tomará en cuenta la participación infantil, sus comentarios, anotaciones, conclusiones y si estos aspectos van de acuerdo al objetivo trazado.

## CONCLUSIONES

Las estrategias didácticas planteadas en esta Propuesta Pedagógica son muy sencillas, pretenden lograr la colaboración de la educación formal en el contexto social que rodea al menor, involucrando la participación de padres de familia y comunidad para que en actuación conjunta propicien que los niños de segundo grado «B», de esta Institución de Educación primaria, no acepten pasiva e irreflexivamente lo que ven en televisión, sin pretender con ello que se priven de verla, sino que analicen más detenidamente y reflexionen sobre la programación que la televisión ofrece.

Se inicia con estrategias didácticas dedicadas a los padres de familia, ya que resultará básico su papel orientador hacia sus niños, de ellos depende en gran parte que este problema se solucione.

Se incluye el apoyo de otros profesionales en Psicología y Sociología, aparte del docente, para que tengan mayor influencia en los tutores y la información sea más validada.

En los niños de segundo grado, con abordar toda esta problemática durante dos semanas o más, es insuficiente, sin embargo este proyecto se puede planear a largo plazo, durante todo el ciclo escolar, contando desde luego con la ayuda de los padres de familia y las actividades posteriormente planeadas por el docente.

La actuación del maestro en la realización de las estrategias, con niños tan pequeños es importante, en ningún momento debe ser pasiva, habrá de esforzarse por permitir la libre expresión del niño, sin coartarle su libertad, manteniendo un ambiente de armonía, aún cuando los infantes jueguen de más y desvíen la actividad.

Motivar a los niños de segundo grado para que vean crítica y reflexivamente la televisión es un trabajo lento, difícil pero existe la imperiosa necesidad de que el maestro empiece a realizar actividades convenientes al respecto ya que en la actualidad la televisión está ganando terreno sobre el aspecto formal de la educación, por las razones anteriormente señaladas.

Esta propuesta sugiere dar los primeros pasos, que quizá sean torpes pero son el principio de todo un proceso de transformación.



## BIBLIOGRAFIA

- CASTAÑEDA, Yañez Margarita. Los medios de comunicación y la Tecnología Educativa. Editorial Trillas, ANUIES, México, 1979. 2a. edición.
- CONSEJO NACIONAL DE POBLACION. La televisión y los niños. México 7, D.F. 1980.
- EL HERALDO DE CHIHUAHUA. Artículo de la sección UPN. Día 22 de agosto de 1992.
- INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR. Manuales de educación para el consumo. México, D.F. 1990.
- NIXON, B. Ramond. Investigación de la Comunicación Colectiva. CIESPAL, Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para la América Latina, Quito, Ecuador. 1967.
- O CAMPO, Rafael. Revista Proceso. 4 de enero de 1993.
- S.E.P. Libro para el maestro 2º grado. México, D.F. 1984.
- \_\_\_\_\_. Contenidos básicos. Educación Primaria. México, D.F. 1992.
- U.P.N. Antología Expresión y Comunicación. México, 1990.
- \_\_\_\_\_. Antología Evaluación de la Práctica Docente. México, D.F. 1988.
- \_\_\_\_\_. Antología Formación Social Mexicana II. Vol. 2. México, 1990.
- \_\_\_\_\_. Antología Lo social en los Planes de Estudio de la Educación Preescolar y Primaria. Vol. I. México, 1986.
- \_\_\_\_\_. Antología Medios para la enseñanza. México, 1986.

\_\_\_\_ Antología Política Educativa. México, 1988.

\_\_\_\_ Antología Problemas de Educación y Sociedad en México I. México, D.F. 1987.

\_\_\_\_ Antología Sociedad, Pensamiento y Educación. México, 1988.

\_\_\_\_ Antología Sociedad y Trabajo de los Sujetos en el Proceso de enseñanza-aprendizaje. México, 1988.

\_\_\_\_ Antología Teorías del Aprendizaje. México, 1986.. México, 1986.

Este anexo sobre la reglamentación legal de la televisión fue recopilada en 1992 a través del Instituto Nacional del Consumidor.

### LEYES QUE REGULAN LA PUBLICIDAD

- Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley Federal de Protección al Consumidor.
- Ley General de Salud.
- Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Control Sanitario de la Publicidad.
- Ley Federal de Radio y Televisión.
- Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión de la Industria Cinematográfica  
relativo al contenido de las transmisiones de radio y televisión.
- Reglamento de Promociones y Ofertas.

### LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR CAPITULO SEGUNDO De la Publicidad y Garantías

Art. 5º.- Todo proveedor de bienes y servicios está obligado a informar clara, veraz y suficientemente al consumidor cualquiera que lo utilice. En consecuencia, se prohíbe, que en cualquier tipo de información, comunicación o publicidad comercial se haga uso de textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente impliquen inexactitud, obscuridad, omisión, ambigüedad, exageración o que por cualquier otra circunstancia pueda inducir al consumidor a engaño, error o confusión sobre:

I.- El origen del producto, bien sea geográfico, comercial o de cualquier otra índole, o, en su caso del lugar de prestación del servicio y la tecnología empleada.

II.- Los componentes o ingredientes que integran el producto o el porcentaje

en que concurran en éste.

III.- Los beneficios o implicaciones del uso del producto o servicio.

IV.- Las características del producto, tales como dimensiones, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, o atributos o, en su caso las características del servicio que se ofrezca.

V.- Propiedades del producto o servicio no demostrables.

VI.- La fecha de elaboración y caducidad cuanto éstos datos deban indicarse.

LEY GENERAL DE SALUD  
TITULO PRIMERO  
Disposiciones Generales  
Capítulo Unico

Artículo 1º.- Las presente Ley reglamenta el derecho a la protección de la Salud que tiene toda persona en los términos del Artículo 4º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece las bases y modalidades para el acceso a los servicios de salud y concurrencia de la federación y las Entidades Federativas de Salubridad General. Es de aplicación en toda la República y sus disposiciones son de orden público e interés social.

Artículo 2º.- El derecho a la protección de la salud, tiene las siguientes finalidades:

- I.- El bienestar físico y mental del hombre; para contribuir al ejercicio pleno de sus capacidades;
- II.- Prolongación y el mejoramiento de la calidad de la vida humana;
- III.- La protección y el acrecentamiento de los valores que coadyuven a la creación, conservación y disfrute de condiciones de salud que contribuyan al desarrollo social ...

## CONTENIDO

- Regulación de la publicidad en general.
- Productos con regulación específica.
- Alimentos y bebidas no alcohólicas.
- Publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco.
- Publicidad de Medicamentos y Plantas Medicinales.
- Publicidad de Productos de Aseo.
- Publicidad de Productos de Perfumería y Belleza.
- Publicidad de los servicios y Procedimientos de embellecimiento.

REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE SALUD  
EN MATERIA DE CONTROL SANITARIO DE LA PUBLICIDAD  
Alimentos y Bebidas no Alcohólicas

Artículo 25º.- La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas no deberá desvirtuar ni contravenir los lineamientos y disposiciones que en materia de educación nutricional e higiénica establezcan la Secretaría y otras autoridades competentes del Ejecutivo Federal.

Artículo 26º.- La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas no podrá presentar a estos productos como estimulantes del estado físico o mental de las personas.

Artículo 27º.- La publicidad de los productos que se pretendan anunciar como medios para restringir el consumo de nutrimentos, no se autorizará cuando se les mencione dietéticos, en cambio, se les podrá designar como alimentos bajos en calorías o modificados cuando se haya transformado su fórmula de composición. En todos los casos, se establecerán las leyendas y advertencias que requieran, respecto a los posibles efectos que su consumo puede originar.

Artículo 28º.- No se autorizará la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas cuando:

- I.- Induzca o promueva hábitos de alimentación nocivos para la salud;
- II.- Afirme que alguno de los productos llena por sí solo los requisitos nutriciona-

les del ser humano;

III.- Atribuya a los alimentos un valor nutritivo superior o distinto al que tenga efectivamente;

IV.- Exprese o sugiera que la ingestión de estos productos proporciona a personajes reales o ficticios características o habilidades extraordinarias;

V.- Confiera a estos productos cualidades preventivas, terapéuticas o rehabilitatorias, o

VI.- Se asocie directa o indirectamente con el consumo de bebidas alcohólicas o tabaco.

Artículo 29º.- La Secretaría solamente autorizará la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas de bajo valor nutritivo, cuando induzca o promueva el consumo de otros productos con nutrientes valiosos. En ningún caso se autorizará la publicidad de productos de bajo valor nutritivo, cuando se asocie a imágenes o actividades infantiles o a gratificaciones o recompensas.

En los términos de los artículos 301 y 307 de la Ley, los anuncios comerciales que transmitan los medios de difusión masiva, relacionados con estos productos requerirán la previa autorización de la Secretaría y los relacionados con productos de bajo valor nutritivo, en ningún caso deberán asociarse a imágenes de niños durante la programación infantil.

Artículo 30º.- No se podrá difundir material publicitario ni distribuir obsequios relacionados con la alimentación infantil que propicie o fomente la utilización de sustitutos de leche materna, ni la publicidad donde se les de a éstos características iguales o superiores a la leche materna o donde se pondere el uso frecuente del biberón.

Artículo 31º.- No se autorizará la publicidad sobre fórmulas para lactantes en los lugares de venta de dichos productos, en las unidades de salud y en medios de difusión masiva.

Artículo 32º.- El equipo y materiales donados a unidades de salud, pueden llevar el nombre o logotipo de la empresa donante, pero no se permiten referencias a ninguna fórmula para lactantes.

Artículo 33º.- Los materiales promocionales informativos, educativos o publicitarios, ya sea impresos o audiovisuales, sobre fórmulas para lactantes,

deberán incluir mensajes que promuevan la superioridad y ventaja de la lactancia materna; así como orientaciones sobre el manejo correcto de las fórmulas, su preparación y cuidados específicos a los que hay que someter a los biberones antes de ofrecerlos a los lactantes.

### PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y TABACO

Artículo 34º.- No se autorizará la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco, cuando a juicio de la Secretaría, en coordinación con la Secretaría de Gobernación:

- I.- Se relacionen con ideas o imágenes de esparcimiento espiritual, paz, tranquilidad, alegría desbordada o euforia, u otros efectos que por su contenido se producen en el ser humano;
- II.- Atribuya a estos productos propiedades nutritivas, sedantes o estimulantes;
- III.- Se asocie con ideas o imágenes de mayor éxito en el amor o en la sexualidad de las personas;
- IV.- Se asocie con ideas o imágenes de Centros de Trabajo, Instituciones Educativas, del Hogar o con Actividades Deportivas;
- V.- Motive a su consumo por razones de fiestas nacionales, cívicas religiosas.
- VI.- Haga exaltación de prestigio social, hombría o femineidad del público a quien va dirigida;
- VII.- Se asocie con actividades creativas del ser humano;
- VIII.- Utilice en ello como personaje a niños o adolescentes o bien se dirija a ellos;
- IX.- Presente establecimientos llamados comúnmente centros de vicio, cualquiera que sea su naturaleza;
- X.- Cuando en el mensaje se infiera o consuman real o aparentemente estos productos, o
- XI.- Emplee imperativos que induzcan a la ingestión o consumo de estos productos.

Artículo 35º.- Sólo se autoriza la publicidad de bebidas alcohólicas asociadas con productos alimenticios de consumo humano directo, cuando dicha publicidad se presente con la ingestión de tales alimentos, los cuales no deberán hacer publicidad, ni dicho mensaje, a sus marcas o registros.

La publicidad de bebidas alcohólicas se limitará a informar sobre las características, calidad y técnica de elaboración de estos productos.

Artículo 36º.- La publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco deberán cumplir en todo caso con las reglas contenidas en el artículo 8º del presente reglamento, y siempre contendrá los requisitos a que se refieren los incisos B, C, D y E de la fracción IV del propio artículo, que a la letra dice:

- B) Estar incorporadas al producto para evitar un error del consumidor;
- C) Estar impresas en colores, contrastes y tamaños visibles de conformidad con lo que al efecto establezca la norma técnica correspondiente;
- D) Ser fácilmente entendibles;
- E) Estar redactadas en fórmulas literaria positivas, cuando se trate de dar instrucciones para el uso.

Artículo 37º.- Las personas que intervengan en la publicidad de los productos a que se refiere éste capítulo deberán tener o aparentar más de 25 años.

Artículo 38º.- solo se autorizará la publicidad de productos o servicios asociados con marcas, nombres, emblemas rubricas o cualquier otro tipo de identificación visual o auditiva, propios de bebidas alcohólicas o de tabaco, si la misma satisface las condiciones que este capítulo establece.

Artículo 39º.- La inclusión de las leyendas o textos de advertencias a que se refiere la frase IV del artículo 8º de ese Reglamento, no será exigible en la publicidad que se realice por medio de radiodifusión o cinematografía cuando en el propio mensaje, en igualdad de circunstancias exprese la calidad, impacto y duración.

- I. Tratándose de bebidas alcohólicas, promuevan la moderación en su consumo y adviertan contra los daños a la salud que su abuso.
- II. Tratándose de tabaco, desalienten su consumo, especialmente en la niñez, la adolescencia y la juventud y adviertan contra los daños a la salud que su consumo ocasiona.

Artículo 45º.- La publicidad de bebidas alcohólicas deberá:

- I. Abstenerse de toda exageración;
- II. Combinarse dentro del texto o alternarse con propaganda de educación



higiénica o del mejoramiento de la nutrición popular, y  
 III. Hacerse a partir de las 22 horas, de acuerdo con la fracción III del artículo 23.

En el anuncio de bebidas alcohólicas queda prohibido el empleo de menores de edad. Asimismo, queda prohibido en la publicidad dichas bebidas, que ingieran real o aparentemente frente al público.

Artículo 46º.- No podrá hacerse propaganda comercial al tabaco en horario destinado para niños.

Artículo 47.- Queda prohibida toda publicidad referente a:

- I. Cantinas, y
- II. La publicidad que ofenda a la moral el pudor y las buenas costumbres, por las características del producto que se pretende anunciar.

#### PUBLICIDAD DE MEDICAMENTOS Y PLANTAS MEDICINALES

Artículo 42º.- En materia de medicamentos y plantas medicinales, la publicidad se clasifica en:

- A) Publicidad dirigida a los profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud.

En esta categoría quedan comprendidos:

- I.- Los medicamentos y plantas medicinales que sólo puedan adquirirse con receta médica o con permiso especial expedido por la Secretaría;
- II.- La información médica y la difusión científica.

- B) Publicidad masiva, que tiene como destinatario al público en general.

En esta categoría quedan comprendidos:

- I.- Cualquier tipo de medicamento o planta medicinal que no requiera de receta médica para su adquisición, incluyendo los que puedan expendirse en

farmacias y los que puedan adquirirse en otros establecimientos;  
 II.- Los demás que la secretaría determine.

Artículo 43º.- Para efectos de este Reglamento se entiende por:

I.- Información médica: La descripción hecha con fines publicitarios dirigida a los profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud, a través de materiales fílmicos grabados o impresos mediante demostraciones objetivas, exhibiciones o exposiciones sobre las enfermedades propias del ser humano, su prevención, tratamiento y rehabilitación.

II.- Difusión Científica: La descripción realizada con fines publicitarios y dirigida a los profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud sobre la farmacología de los principios activos y la utilidad terapéutica de los productos en el organismo humano.

Artículo 44º.- La Secretaría autorizará las bases de publicidad de los medicamentos y plantas medicinales, de acuerdo a las características y fines con que hayan sido registrados los productos.

Artículo 45º.- La publicidad dirigida a profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud, incluirán los siguientes datos:

I.- Nombre o marca comercial;

II.- Denominación genérica;

III.- Descripción, fórmula, composición y estructura;

IV.- Farmacología clínica y actividad terapéutica;

V.- Posología;

VI.- Contraindicaciones;

VII.- Reacciones secundarias;

VIII.- Precauciones de uso tales como:

A) Interferencia con estudios de diagnóstico o de laboratorio;

B) Interacción farmacológica y con alimentos;

C) Relación carcinogénesis, o mutagénesis, teratogénesis o efectos sobre la fertilidad;

D) Prohibiciones o precauciones de uso durante el embarazo o la lactancia;

E) Precauciones o prohibiciones de uso en la infancia;

F) Recomendaciones, en situación de ingestión accidental en caso;

G) Conductas o medidas recomendables en caso de sobredosis, cuando así fuera necesario.

- IX.- Número de registro en la Secretaría;
- X.- Número de autorización de Información Médica;
- XI.- Bibliografía pertinente.

En caso de que algunas de las especificaciones anteriores no existan, se deberá señalar expresamente esta circunstancia.

Artículo 46º.- Los representantes de los laboratorios farmacéuticos, al proporcionar la información de sus productos a los profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud, deberán apegarse a la base de publicidad y a las leyendas autorizadas por la Secretaría para el producto de que se trate.

Artículo 47º.- Para los efectos de este Reglamento las muestras médicas serán consideradas como material publicitario.

No se autorizarán muestras médicas de fórmulas para lactantes. Las muestras de medicamentos que deberán ser sometidos para autorización en la Secretaría; serán:

- I.- Muestra médica con literatura desprendible;
- II.- Muestra de productos de venta libre.

Artículo 48º.- Se prohíben las muestras médicas y originales de obsequio de productos que contengan psicotrópicos o instancias controladas y, aquellas cuyas etiquetas lleven las leyendas o los logotipos del Sector Salud.

La etiqueta de las muestras y originales de obsequio de medicamentos a que se refiere la fracción IV del Artículo 226 de la Ley, deberán contener las especificaciones para los originales de venta al público.

Artículo 49º.- Las muestras médicas deberán llevar la leyenda «muestra médica gratuita» u «original de obsequio, prohibida su venta» según corresponda.

- I.- Ajustarse a las bases de publicidad que autorice la Secretaría;
- II.- Ser clara, concisa y fácilmente comprensible para el público a quien va dirigida;

III.- Expresar la precaución correspondiente cuando el uso de los medicamentos represente algún peligro ante la presencia de cualquier cuadro clínico o patológico coexistente.

Artículo 51º.- La publicidad masiva de medicamentos no podrá:

- I.- Presentarlos como solución definitiva en el tratamiento preventivo, curativo o rehabilitatorio de una determinada enfermedad;
- II.- Indicar o sugerir su uso respecto de sintomatologías distintas a las expresadas en la autorización del producto;
- III.- Alterar la información sobre Posología que haya autorizado la Secretaría;
- IV.- Promover el consumo de los productos;
- V.- Utilizar imágenes de áreas anatómicas al natural, salvo cuando así lo justifique el uso del medicamento o el tratamiento;
- VI.- Hacer uso de declaraciones testimoniales;
- VII.- Hacer uso de material impreso engañoso;
- VIII.- Omitir la advertencia «consulte a su médico».

#### PUBLICIDAD DE PRODUCTOS HIGIENICOS

Artículo 55º.- La publicidad de los productos a que se refiere este capítulo, se sujetará a las bases de publicidad y a las leyendas aprobadas por la Secretaría.

Artículo 56º.- La Secretaría autorizará las bases de publicidad de los productos a que se refiere este Capítulo de acuerdo con las características y fines con que hayan sido registrados.

Artículo 57º.- La Secretaría, al otorgar o revisar el registro de los productos a que se refiere este Capítulo, especificará la categoría publicitaria dentro de la que se comprenderá, señalando si pueden ser objeto de publicidad masiva o, por el contrario, disponiendo que sólo admitirán la publicidad dirigida a profesionales, técnicos y auxiliares de las disciplinas para la salud.

Artículo 58º.- La publicidad masiva de los productos a que se refiere este capítulo deberá:

- I.- Ser clara, concisa y fácilmente comprensible para el público al que va dirigida, y

II.- Expresar en el mensaje la precaución correspondiente, en el caso de que el uso de los productos represente algún peligro ante la presencia de cualquier cuadro clínico o patológico coexistente o cuando se efectúe dentro de cavidades corporales o en la piel.

Artículo 59º.- Las bases de la publicidad masiva incluirán las expresiones que eviten inducir al autotratamiento, cuando éste constituya un riesgo para la salud.

Artículo 60º.- En la publicidad de los productos a que se refiere este Capítulo sólo se permitirá el uso de imágenes de áreas anatómicas al natural, fotografías y testimonios, cuando así lo justifique el empleo de dichos productos.

Artículo 61º.- La publicidad de los productos higiénicos no deberá:

- I.- Promover prácticas nocivas para la salud por el empleo inadecuado de estos productos, y
- II.- Atribuirles cualidades preventivas, terapéuticas o rehabilitatorias en el tratamiento de una determinada enfermedad, salvo que esta circunstancia haya sido comprobada plenamente.

Este tipo de publicidad deberá expresar las precauciones necesarias cuando el uso de los productos se efectúe dentro de cavidades corporales o en la piel.

Artículo 62º.- La publicidad de toallas sanitarias, productos sucedáneos en los medios de difusión masiva, no deberá atentar, a juicio de la Secretaría, en coordinación con la Secretaría de gobernación, contra la dignidad de la mujer, los valores culturales de la población, ni mostrar escenas o informaciones procaces.

#### PUBLICIDAD EN PRODUCTOS DE ASEO

Artículo 63º.- La publicidad de los productos de aseo se limitará a difundir las características de los mismos y sus modalidades de empleo, señalando claramente las precauciones de uso y los riesgos en su manipulación.

Artículo 64º.- La publicidad de productos de aseo no podrá mostrar a niños manipulándolos.

Artículo 65º.- La publicidad de los productos de aseo no podrá hacer exaltación de las sustancias contenidas en ellos, cuando se trate de sustancias que sean empleadas en concentraciones que puedan resultar tóxicas para el ser humano.

Artículo 66º.- No se permitirá la publicidad de los productos de aseo, cuando por el uso inadecuado de los mismos se cause un riesgo o daño a la salud.

#### PUBLICIDAD DE PRODUCTOS DE PERFUMERIA Y BELLEZA

Artículo 67º.- La publicidad de los productos de perfumería y belleza deberá:

- I.- Limitarse a difundir las características de los mismos y sus modalidades de empleo, señalando claramente las precauciones de uso y los riesgos de su manipulación, cuando por la naturaleza de la publicidad sea necesario;
- II.- Indicar solamente los efectos reales, plenamente comprobados, que puedan obtenerse mediante su uso;
- III.- Coadyuvar a la educación higiénica;
- IV.- Incluir la finalidad cosmética del producto en idioma español y fácilmente legible cuando su nombre esté en otro idioma. Tratándose de etiquetas, la finalidad cosmética deberá aparecer de conformidad con la Reglamentación aplicable.

Artículo 68º.- Las muestras de los productos a que se refiere este capítulo deberán:

- I.- Tener en su fórmula, composición, principios activos y calidad sanitaria, las mismas características del original de venta, en los términos que la Secretaría lo autorice;
- II.- Llevar la leyenda «muestra gratuita».

Artículo 69º.- En la publicidad de los productos de perfumería y belleza se permitirá el uso de números iniciales, signos o símbolos, cuando sean comprensibles para el público o se explique su significado.

Artículo 70º.- La publicidad de productos de perfumería y belleza, no deberá:

- I.- Atribuir a estos productos cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitatorias de carácter médico;
- II.- Presentar a estos productos como indispensables para la vida del ser humano.

#### PUBLICIDAD DE LOS SERVICIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EMBELLECIMIENTO

Artículo 71º.- Para los efectos de este Reglamento se entenderá por servicios y procedimientos de embellecimiento, los que se ofrezcan o utilicen para modificar las características del cuerpo humano mediante:

- I.- La práctica de técnicas físicas;
- II.- La acción de aparato y equipos, y
- III.- La aplicación de productos.

Artículo 72º.- La publicidad de los servicios y procedimientos de embellecimiento deberá limitarse a ofrecer los resultados reales, plenamente comprobados técnica y científicamente ante la Secretaría, que causen en la apariencia del ser humano.

Artículo 73º.- La publicidad de los servicios y procedimientos a que se refiere este capítulo sólo se autorizará cuando:

- I.- Se acrediten las afirmaciones que en ella se hagan por pruebas y documentación con plena validez científica y,
- II.- Esté acreditada por el responsable del establecimiento que los preste u ofrezca, quien deberá contar con la capacitación adecuada en la materia que corresponda a dichos servicios.

## LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

Artículo 5º.- La Radio y Televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto a través de sus transmisiones procuran:

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

Artículo 10º.- Compete a la Secretaría de Gobernación:

- I.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataque los derechos a terceros, provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz pública;
- II.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidos a la población infantil, propicien su desarrollo armónico, estimule la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo.

## REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

## TITULO PRIMERO

## Capítulo único

Artículo 4º.- La función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral sin afectar los derechos de tercero, ni perturbar el orden y la paz pública.

Artículo 5º.- Los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas



costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad de las palabras e imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido y atienda el propósito de ennoblecer los gustos del auditor.

Artículo 7º.- La radio y la televisión, en su propaganda comercial, deberá estimular el consumo de bienes y servicios preferentemente de origen nacional, tomará en cuenta la situación económica del país a fin de restringir, en cada caso, la publicidad de artículos propiciará la elevación del nivel de vida del auditorio por medio de una adecuada orientación en la planeación del gasto familiar.

Artículo 44º.- Los comerciales filmados o aprobados para la televisión, nacionales o extranjeros deberán ser aptos para todo público.

Artículo 59º.- La programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de Radio y Televisión deberá:

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

Artículo 63º.- Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las personas.

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

- II.- ... No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;
- III.- No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedad;

IV.- No debe hacerse, en la programación referida por el artículo 59º BIS, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorcionen los hábitos de la buena nutrición.

Artículo 72º.- Para los efectos de la fracción II del Artículo 5º de la presente Ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropias para la niñez y la juventud en su caso deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.

Artículo 75º.- En sus transmisiones las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional. La Secretaría de Gobernación podrá autorizar en casos especiales, el uso de otros idiomas, siempre que a continuación se haga una versión al Español, íntegra o resumida, a juicio de la propia Secretaría.

PROMOCIONES Y OFERTAS  
REGLAMENTO SOBRE PROMOCIONES Y OFERTAS  
CAPITULO PRIMERO  
De las Promociones

Artículo 3º.- Se consideran promociones y por consiguiente requerirán de autorizaciones previas, las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de:

- I.- Bienes o servicios con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro bien o servicio de cualquier naturaleza, en forma gratuita o a precio reducido.
- II.- Un contenido adicional en la presentación usual de determinado producto, en forma gratuita o a precio reducido.
- III.- Dos o más productos iguales o diversos por un sólo precio.
- IV.- Bienes y servicios con el incentivo de participar en sorteos, concursos y otros eventos similares.
- V.- Figuras o leyendas impresas en las tapas, etiquetas o envases de los productos o incluidas dentro de aquellas distintas a las que obligatoriamente deben usarse o se tenga derecho a su uso.
- VII.- Características o cualidades basadas en comparaciones tendenciosas, falsas o exageradas, respecto de otros bienes o servicios iguales o similares, que produzcan en el país o en el extranjero.

VIII.- Los términos de las garantías si se ofreciesen.

IX.- Los conocimientos o aprobaciones oficiales o institucionales, sean nacionales o extranjeros como adjudicación de trofeos, medallas, premios o diplomas

Artículo 7º.- En todos los casos, los datos que ostenten los productos o sus etiquetas, envases, empaques y la publicidad respectiva, tanto de manufactura nacional como de procedencia extranjera expresarán en idioma Español y moneda nacional en términos comprensibles y legibles y conforme al sistema general de unidades de medida, pero tratándose de productos destinados a la exportación o para ser adquiridos por el turismo extranjero.

Artículo 18.- Los incentivos ofrecidos en las promociones se entregarán en el momento de la compra del bien o servicio objeto de la promoción, salvo cuando se trate de promociones por medio de sorteos concursos y eventos similares o cuando el incentivo consista en un servicio que no se pueda prestar de inmediato, en cuyo caso se entregará al consumidor la orden correspondiente.

Artículo 19º.- Los proveedores no podrán utilizar expresiones tales como «oferta», «barata», «descuento», «remate», o cualquier otro similar, salvo cuando ofrezcan al público productos o servicios a precios rebajados o inferiores a los que prevalezcan en el mercado o, en su caso, a los normales del establecimiento si son inferiores a aquellos.

Artículo 20º.- La publicidad de las ofertas de bienes o servicios quedará sujeta a la observación de los siguientes requisitos:

- I.- Cuando el ofrecimiento se haga sobre volumen, deberá señalarse éste y, en su caso, el volumen por establecimiento.
- II.- Indicar la cantidad de bienes o servicios en ofertas que cada consumidor podrá adquirir o contrastar.
- III.- Señalar claramente los bienes o servicios comprendidos en la oferta.
- IV.- En todo caso deberán aparecer tanto el precio de oferta como el inmediato anterior.