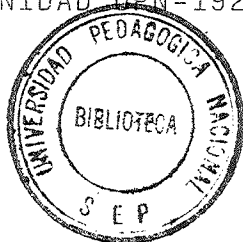


SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL.

UNIDAD UPN-192



LA INFLUENCIA DE LOS HABITOS TELEVISIVOS  
EN LA CONDUCTA DEL NIÑO PREESCOLAR  
Y PADRES DE FAMILIA

P R E S E N T A N :

PROFRA: BERTHA VIZUET OLIVARES.

Y

PROFRA: BLANCA ROSA GARZA ELIZONDO.

TESINA PRESENTADA PARA OBTENER EL TITULO DE:

" LICENCIADO EN EDUCACION BASICA "

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION.

GUADALUPE, N.L., 23 de JULIO de 19 90.

C. PROFR. (A) BERTHA VIZUET OLIVARES.  
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:  
" LA INFLUENCIA DE LOS HABITOS TELEVISIVOS EN LA CONDUCTA DEL NIÑO PREESCOLAR  
Y PADRES DE FAMILIA.

, opción T E S I N A  
a propuesta del asesor C. Profr.(a) MANUEL PEREZ RAMOS.

, manifiesto a usted que reúne los requisitos -  
académicos establecidos al respecto por la Institución.

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

ATENTAMENTE . -

  
LIC. LAURA ELENA GONZÁLEZ FLORES  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION.

DE LA UNIDAD UPN-192

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION.

GUADALUPE, N.L., 23 de JULIO de 1990.

C. PROFR. (A) BLANCA ROSA GARZA ELIZONDO.  
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:

" LA INFLUENCIA DE LOS HABITOS TELEVISIVOS EN LA CONDUCTA DEL NIÑO PREESCOLAR  
Y PADRES DE FAMILIA.

, opción T E S I N A

a propuesta del asesor C. Profr.(a) MANUEL PEREZ RAMOS.

, manifiesto a usted que reúne los requisitos -  
académicos establecidos al respecto por la Institución.

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

ATENTAMENTE . -

  
LIC. LAURA ELENA GONZALEZ FLORES  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION.  
S. E. P.

DE LA UNIDAD UPN-192  
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL  
UNIDAD SEAD 192  
CD. GUADA UPE, N. L.

# I N D I C E

PAGINA

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	
A. Antecedentes.....	5
B. Definición.....	7
C. Justificación.....	7
D. Objetivos.....	8
II. MARCO TEORICO Y MARCO CONCEPTUAL.	
A. Los medios masivos de comunicación.	
1. La televisión.....	10
2. Radio, prensa y cine.....	12
3. Comentarios generales sobre los medios de comunicación.....	16
B. La televisión y su influencia en la familia.	
1. Actitud de los padres ante los medios.....	20
C. La televisión y la cultura infantil.	
1. Mercancía popular.....	25
2. La americanización de la cultura infantil.....	28
3. La erradicación de la vieja cultura.....	29
4. La televisión y la escuela.....	34
D. La influencia de la televisión en el compor tamiento afectivo social de los niños prees- colares.	
1. Influencia positiva.....	38
2. Influencia negativa.....	39
III. HIPOTESIS.....	43
IV. METODOLOGIA.....	44

V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.	
A. Resultados de las encuestas y entrevistas.....	46
B. Resultados de la hipótesis.....	53
IV. CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....	56

BIBLIOGRAFIA.

ANEXOS.

## I N T R O C U C C I O N

En el trabajo que a continuación presentamos exponemos la problemática que representa la influencia de los hábitos -- televisivos en la conducta del niño preescolar y sus padres.

En primer lugar hacemos un planteamiento del problema, sus raíces, la forma en que afecta al educando, y para ampliar o corroborar nuestras ideas, en el segundo capítulo hacemos -- mención del marco teórico basado principalmente en las teorías de Marie Winn, Miguel Angel Granados Chapa y Antonio Grausquin, entre otros autores que han manejado el tema, y sostienen que la televisión no educa por sí sola, transformando en los niños sus hábitos y sus costumbres.

Así mismo planteamos una hipótesis cuya demostración -- se obtuvo en base a la investigación documental y de campo, es ta realizada a través de encuestas y entrevistas citadas en el capítulo IV, las cuales nos dan un resultado significativo, ya que quede manifiesta la gran adicción que existe por este medio.

Como corolario de nuestra investigación presentamos -- una serie de sugerencias que sin el ánimo de que constituyan -- la solución mágica del problema, creemos que serviría de mucho el ser adaptado por las personas a quienes va dirigida.

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

### A. Antecedentes.

A través de la historia se han dado circunstancias que motivaron al hombre a evolucionar los medios de comunicación, así tenemos que inventaron el telégrafo, teléfono, la radio, hasta llegar a la televisión que por su alcance es considerado como un medio de comunicación masiva. Este hecho implica una mayor influencia en la población en general, ya que por su gran alcance y fácil acceso, crea hábitos de consumismo, modas, expresiones lingüísticas adoptadas tanto por los mayores como por niños.

En las actividades cotidianas dentro del aula, nos hemos dado cuenta que la mayoría de los niños hablan más de algunos personajes de la televisión que de su familia o comunidad, y en los momentos de libre expresión como dramatización, juego libre en los rincones de trabajo, tienden a representar personajes de algunos programas de televisión que les impactan por su estereotipo de héroes. Los hábitos televisivos hacen que el niño permanezca pasivo ante el televisor, ya que la trama de los programas ofrece un planteamiento y una solución inmediata, que no le dan oportunidad de reflexionar sobre los con-

tenidos. Por otra parte, el contenido del mensaje que el niño recibe lo convierte paulatinamente en un agente estimulador del consumo de sus padres y finalmente en consumidor él mismo, por lo que no sólo es receptor pasivo, sino a menudo también inconsciente y desde luego involuntario.

En nuestro país existe una gran monopolización en el manejo de este medio y sujeto a intereses económicos y políticos hacen que la finalidad de educar y formar conciencias críticas deje "mucho que desear." Esto es, que la producción de programas va encaminada a la captación del interés del mayor número de televidentes que pueden ser receptores de sus mensajes y colocarlos como potenciales compradores de sus bienes, los cuales generalmente en la rama alimenticia son productos "chatarra", (productos con bajo contenido nutritivo y llamativos en su presentación), y vemos en los niños de nuestra comunidad su predilección por las frituras y el "gansito", así como refrescos embotellados, no dando importancia a que el contenido sea de los mensajes educativos o no. Es decir, se trata de dar gusto a la gente y en general los programas triviales son los de mayor aceptación, aunado al hecho de que la televisión comercial tiene mayor cobertura.

En el medio que es objeto de nuestro estudio se presenta esta aceptación por los contenidos intrascendentes debido a la baja escolaridad y escasos ingresos económicos que no les permiten otro tipo de esparcimiento, ajustándose esta situación



al Jardín de Niños "Manuel López Cotilla," ubicado en Fomerrey 31 en Guadalupe, N.L., el cual cuenta con 180 alumnos distribuidos en seis grupos, cuyo personal docente está formado por un directivo, seis educadoras y como personal eventual de apoyo -- una capacitadora técnica, una asesora de educación física y una asesora de educación musical.

#### B. Definición.

Conocer en que medida la televisión influye psicológicamente en las actitudes acríticas y manipulables de los niños y sus padres del Jardín de Niños "Manuel López Cotilla."

#### C. Justificación.

Es un hecho que la televisión es formadora de una cultura popular que asienta usos y costumbres, creando en grandes cantidades productos destinados al consumidor infantil. Dada la importancia de esta problemática, si lo investigamos se pueden implementar acciones tendientes a contrarrestar en cierta medida las actitudes negativas adoptadas por los televidentes. En el caso que nos ocupa, es evidente la influencia de la televisión en las actitudes del niño preescolar, así como en sus --

padres, en primer lugar porque son ellos mismos quienes ponen a su alcance este medio y el fenómeno en sí se suscita en el hogar y más que un lazo de unión genera un abandono para el niño.

Por otra parte en el nivel preescolar está implementado un programa de Orientación Educativa a Padres de Familia, en el cual se manejan entre otras cosas, encuestas y entrevistas con padres de familia que dan pie para la detención del problema en la relación de padre e hijo y sale a relucir la escasa atención que se le dá al niño y la poca convivencia que existe por diversos factores, lo que hace que el niño permanezca sólo ante el televisor por períodos considerables de tiempo. Sabemos que esto afecta a nuestros niños porque en el Jardín, se muestran inquietos, agresivos, deseosos de atención y afecto, y consideramos que la televisión sea una de las causas de esta problemática.

#### D. Objetivos.

1. Investigar las características de los medios masivos de comunicación.
2. Valorar la influencia de la televisión en el comportamiento del niño de acuerdo a las teorías de Marie Winn.

3. Valorar las conductas o actitudes de los niños en cuanto a su comportamiento con los demás.
4. Demostrar los efectos psicológicos que causan en el niño el consumo de artículos innecesarios.
5. Seleccionar actividades que coadyuben a una mayor interacción entre los diferentes miembros de la familia.
6. Difundir entre los padres de familia la trascendencia de los hábitos televisivos en la conducta de sus hijos.
7. Evaluar entre los padres de familia el grado de manipulación de que son objeto para el consumo de los bienes anunciados.
8. Elaborar programas tendientes a conscientizar a los padres de la importancia de dialogar con sus hijos.
9. Proponer estrategias tendientes a mejorar la atención que requiere y encauzar sus intereses al máximo provecho.

## II. MARCO TEORICO Y MARCO CONCEPTUAL

### A. Los medios masivos de comunicación.

La radio, televisión, cinematografía se han convertido en los principales medios de comunicación masiva, cada uno persigue objetivos diversos, aunque los tres conllevan el propósito de entretener, transmitir diversión y cultura. Analizaremos la influencia que estos medios informativos han ejercido individualmente sobre la comunidad.

#### 1. La televisión.

La era de comunicación de masas, que se inició con los grandes diarios y revistas, la radio y el cine, asume con la televisión proporciones espectaculares. Ningún medio más apto para la actualidad, ninguno más directo. Millones de personas en el mundo pueden participar de hechos históricos o científicos de trascendencia para la humanidad en el mismo instante en-

---

(1) Lic. Eliseo Ruvalcaba Rebollar, Comunicación Social, Tomo I. Ed. Foro de consulta popular, México, 1983. pp. 38.

que están ocurriendo. Dentro y fuera de las fronteras nacionales, ¿qué mejor medio que éste, capaz de unir la imagen al sonido y de presentar en el ámbito mismo del hogar, para llevar un mensaje de integración y fortalecimiento de nuestros legítimos valores, de los auténticos objetivos de la nación? (1)

La televisión es uno de los medios de comunicación con más aceptación en los hogares, es el fiel compañero de las amas de casa con sus novelas, de los padres de familia en las transmisiones de fútbol, y de los niños con las caricaturas. La programación es variada y va dirigida a diversos estratos sociales. "En la parte crítica, se cree que se abusa de "telenovelas" a veces intrascendentes en horarios estelares o programas de violencia, al que tienen fácil acceso los niños." (2)

La televisión se ha preocupado por difundir eventos culturales y esto merece un reconocimiento, aunque los televidentes tienen preferencia por los canales comerciales, deberían -- conceder a los programas culturales un horario estelar para así tener más auditorio.

El poder de penetración cultural de la televisión es extraordinario, influye en la creación y reforzamiento de valores sociales, en la configuración de patrones de conducta, y consti

---

(2) Idem.

tuye una especie de escuela para niños y adolescentes. En el -- ámbito político se habla del poder de los medios para aludir a - la enorme influencia que éstos tienen sobre las actitudes y opi- niones políticas de la sociedad industrial y postindustrial.

En su expresión comercial, la publicidad por televisión- ha demostrado su importancia en la determinación del consumo po- pular. No hay duda que, como instrumento de control y de cambio social, la televisión, según su contenido y organización actúan- en forma positiva o negativa sobre las sociedades de nuestro --- tiempo.

Debido a su gran influencia sobre la realidad contempo-- ránea, la intervención del Estado en la televisión se ha extendi do por todo el mundo, ya sea a través de un monopolio -como suce de en muchos países- por medio de organismos descentralizados, me diante la participación directa en la televisión particular, o - bien con leyes o decretos que norman la actividad de las emiso-- ras privadas. (3)

## 2. La radio, la prensa y el cine.

- La radio.

---

(3) Miguel Angel Granados Chapa. Examen de Comunicación en Mé xico. Ed. El Caballito, México, 1981, pp. 199.

Indudablemente que este invento marcó un avance importante en las comunicaciones, el auditorio se acostumbró a sintetizar las noticias, las telenovelas, música de género popular y posteriormente de "onda", así como la transmisión de su deporte favorito.

En casi todos los hogares existe cuando menos un radio, y a la falta de imágenes, el locutor se las ingenia para contagiar a su público de determinadas acciones o situaciones. El papel de la radio a nivel informativo ha sido superlativo, la mayoría de las estaciones difunden noticias, aunque también destacan las emisiones de "complacencias y concursos."

"Es positivo el esfuerzo que se hace con la transmisión de la Hora Nacional, programa que hace muchos años contó con bastante aceptación y cuyos objetivos es difundir los valores nacionales que se cumplían en su totalidad." (4)

En el aspecto cultural se tiene poca aceptación y sólo cuentan con radioescuchas selectos, cada estación se caracteriza por un sello propio, así algunos sólo difunden música ranchera, en otras música clásica y otras música tropical, etc.

El defecto en que han incurrido algunas estaciones "comercializadas" es en la difusión de composiciones con temas pro-caces, ya sean rancheros o del género romántico, cunvias, en --

---

(4) Lic. Eliseo Ruvalcaba Rebollar. Opus cit. pp. 37.

donde es notable la falta de respeto en esas estaciones hacia su "público selecto." Y por lo general son los niños y los jóvenes los que tienen preferencia por este tipo de temas.

- La prensa.

Al hablar de prensa la principal fuente son los diarios, - el problema con este medio de comunicación, es que no todas las - personas saben leer y escribir, y para ser usuario de este medio - se requiere esta aptitud.

"Si, por otro lado, además del componente cultural que se maneja en estos términos, tenemos presente el componente económico: Los medios impresos son un bien cuya obtención cuesta dinero y si tenemos presente que la distribución del ingreso se representa en una pirámide muy ancha en la base y muy aguzada en la cúspide, podemos comprender fácilmente que los medios impresos no constituyan un mecanismo de difusión muy amplio." (5)

Al contrario de lo que es la radio y la televisión, no hay en el campo de la prensa un fenómeno de concentración tan notorio como el que se observa en la radio y la televisión. La propiedad de los medios impresos está muy dispersa en cuanto a sus operadores, no en cuanto a su distribución regional; hay un

---

(5) Miguel Angel Granados Chapa. opus cit. pp. 190.



paralelismo casi mecánico entre el grado de desarrollo regional y el grado de desarrollo de los medios impresos de comunicación.

Es decir, los estados pobres tienen pocos periódicos, - en tanto que los estados ricos, uno de los indicadores de riqueza es el gran número de periódicos que imprimen y el número de ejemplares que están a disposición de los usuarios. (6)

- El cine.

Constituye otro de los principales medios de recreación y entretenimiento, quien acude a una sala cinematográfica busca diversión y esparcimiento, más la cartelera del cine o diario - que anuncian una película influyen en el gusto del espectador, - prácticamente el cartel incita a las personas para acudir a su cine predilecto. Los temas bélicos, románticos, religiosos, -- procaces y pornográficos son los más utilizados en la produc---ción de películas, es decir, para cubrir todos los gustos.

"El cine ha cumplido un papel destacado, películas mexi- canas de calidad han sido reconocidas internacionalmente, por - que sabemos también hacer buen cine cuando nos lo proponemos, - sólo que el productor comercializa sus intereses sacándo-

---

(6) Idem.

les provecho a temas morbosos que atraen a las masas y les dejan jugosas ganancias. Sobre esto porque el Estado ha permitido la proliferación de la mal llamadas 'salas de arte', en las cuales se exhibe pornografía absurda y vil", (7) sin que la censura intervenga para limitar esta situación.

Por otra parte, es notoria la gran influencia del cine norteamericano en nuestro país y en América Latina en general, ya que la mayoría de las películas exhibidas son producidas en Estados Unidos, constituyéndose buena parte de ellas en verdaderos éxitos de taquilla. (8)

Lo preocupante es que todas estas cuestiones repercuten en nuestra niñez y juventud, cuya conducta se va deformando paulatinamente.

### 3. Comentarios generales sobre los medios masivos de comunicación.

El Lic. Ruvalcaba dice: "tengo confianza y mucha en que-

---

(7) Lic. Eliseo Ruvalcaba Rebolívar. opus cit. pp. 38

(8) Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Flores de Cardona. Comunicación dominada; Estados Unidos en los medios de América Latina. 2ed., Ed., Nueva Imagen, México, 1981, pp. 177.

los institutos de la radio, televisión y cinematografía, cumplan con los objetivos para los que fueron instituidos, sólo que no-- será únicamente con disposiciones legales y las buenas intenciones de unos cuantos para lograr la reflexión a esta problemática." (9)

No debe ocultarse la cruda realidad de nuestra vida social y cotidiana a los niños y jóvenes, lo que debe evitarse es la absurda apología de crímenes, sexo, vicios y violencia, de -- que se hace gala a través de los medios informativos; así se puede citar que hace poco tiempo se había prohibido la circulación de revistas y folletos clasificados como inmorales, pero avivaron los fuertes intereses y hoy de nueva cuenta circulan, mejor dicho 'envenenan' a quienes los adquieren.

Asimismo Ruvalcaba comenta, todos los ciudadanos debemos colaborar, vigilando a nuestros hijos, supervisando las buenas lecturas y buenos programas de cine, radio y televisión. Compete al Estado encauzar, y ello ya acontece con temas selectos -- que vayan a núcleos de población general y no compactos. Fomentar visitas a museos y lugares históricos, dar preferencia al -- patrocinio de eventos nacionales y promover el deporte a todos los niveles. (10)

---

(9) Lic Eliseo Ruvalcaba Rebollar. opus cit. pp. 39.

(10) Idem.

"No pretendo que se coarte la libertad del espectador para buscar un medio favorito de recreación y entretenimiento, sólo que cabalmente deben proporcionársele buenos programas y lecturas en su beneficio y aprovechamiento." (11)

Necesitamos que se difundan nuestros valores nacionales, se abandone paulatinamente la influencia de programas intranscendentes por televisión, se reduzcan las salas cinematográficas 'de arte', se les cambie denominación y se tenga una rigurosa vigilancia sobre el público asistente, evitando el acceso a menores de edad.

"México es un país constituido por niños y jóvenes que necesitan ser fortalecidos en cuerpo y alma, sana y vigorosamente para que al madurar sepan conducir a sus semejantes por caminos positivos." (12)

El compromiso de informar, comunicar, es de todos, saber escoger un buen espectáculo será un reto para crear conciencia en cada habitante. Sobre esto será difícil pedir a los patrocinadores que tengan una limitación en los medios de información.

Si contamos con elementos positivos de comunicación, aprovechémoslos, reflexionemos como autoridades o servidores pú-

---

(11) Idem.

(12) Idem.

blicos, como parte de un medio de comunicación sobre los efectos del mensaje. e imágenes transmitidas. "Esto que en el papel parece muy sencillo y que en la realidad nos cuesta trabajo comprender y llevar a cabo una ordenación metodológica de las buenas costumbres que nos hacen caer en la clasificación de 'desordenados empedernidos' o los que 'a'i se va' o 'mañana Dios dirá' son los principales atributos. No, tengamos más -- responsabilidades, identifiquemos la imagen o mensajes positivos con nosotros mismos y loaremos el engrandecimiento de un México que tanto lo necesita." (13)

---

(13) Ibidem. pp. 40.

## B. La televisión y su influencia en la familia.

### 1. Actitud de los padres ante este medio.

Los primeros años en que apareció la televisión los escritores y comentaristas discutían los efectos de la televisión en familia, casi sin excepción consideraban a la televisión como una influencia favorable. (14) Un escritor de 1949 expresó: "La televisión va a ser una ganancia real en todos los hogares donde haya niños", (15) y otro en el mismo año comentó "La televisión se apoderará de nuestra manera de vivir y cambiará los hábitos de nuestros hijos, pero este cambio puede ser una mejora maravillosa." (16)

Sabemos que la televisión ha reunido a toda la familia en una sola habitación, pero lo que los escritores de los años pasados no se imaginaban, es que en la actualidad cuando los niños están viendo la televisión, sus padres están dedicados a otras actividades en las que no participan ellos, o en los casos

---

(14) Marie Winn. La Droga que se enchufa. Ed. Diana, México, D.F., 1981, pp. 155.

(15) Doroth McFadden. Cit. por Marie Winn, opus cit. pp. 155

(16) Henrietta Battle. Cit. por Marie Winn, opus cit. pp. 157

en que tienen varias televisiones, las tienen encendidas cada -- quien con los programas de su preferencia. Mucho menos se ima-- ginaban los escritores de esos tiempos que los niños pasarían un gran número de horas dedicadas a ver televisión, cosa que los pa-- dres han aceptado para tener a los niños calmados.

"La televisión no es una más entre las influencias impor-- tantes en la vida del niño de hoy, por los cambios que ha reali-- zado en la vida familiar, la televisión sobresale como una in-- fluencia importante en la vida de los niños de la actualidad."  
(17)

Aunque la televisión ha evitado que los miembros de la -- familia se dispersen, no ha servido para unirlos, ya que cuando -- están viéndola no realizan ninguna otra actividad, no dan pie a -- comentarios, únicamente se dedican a ver televisión y nada más. Es un factor dominante en el tiempo que los miembros de la fami-- lia pasan juntos, destruye la cualidad especial que distingue a -- una familia de otra, cualidad que depende en alto grado de lo -- que una familia hace. Hoy en día, las familias, en ocasiones, -- hacen cosas especiales juntas, como juegos al aire libre, paseos, etc. sin embargo la vida ordinaria estando juntos todos los miem-- bros en una sola actividad ha disminuido en gran cantidad.

---

(17) Marie Winn. opus cit. pp. 157.

(18) Eleander Dienstag. cit. por. Marie Winn, opus cit., pp. 160.

Eleandor Dienstag, escritor de un artículo en una revista comenta: "Para mantener saludable a una familia, significar-- mediar entre las necesidades de los adultos y de los niños."

(18) Sin embargo las necesidades de los adultos se satisfacen mejor que las de los niños, quienes son apartados para no importunar a sus padres mientras realizan otra actividad.

La televisión entró a la vida familiar para ayudar a las madres en la crianza de los niños. Sin embargo, la televisión fue sustituyendo otras estrategias y por lo mismo en ocasiones se sienten incapaces de educar a sus hijos sin recurrir a su empleo.

Una madre de familia dice: "Me asusta el no tener aparato de televisión aunque se que probablemente a los niños les iría mejor sin ella. ¿Qué haría yo cuando la necesitara? Sencillamente me haría pedazos. No concibo cómo podría arreglámela sin ella. Estoy enganchada en su uso." (19)

Para los padres es mucho más cómodo mandar a los niños a ver la televisión que buscar con ellos otro tipo de esparcimiento que a la vez le de más oportunidades de aprendizaje, el que el niño este frente al televisor por largos períodos de tiempo de convivencia familiar. Está comprobado que cuando los niños están viendo la televisión causan menos molestias a sus mayores--

---

(19) Marie Winn. opus cit. pp. 224.



que con sus juegos normales, ya que cuando ven televisión se -- muestran pasivos, lo contrario de lo que hacen cuando juegan, - mucho alboroto, cosa que en ocasiones molesta a los padres.

Hay dos cosas esenciales por las cuales los padres aceptan el que los niños pasen gran parte de su tiempo libre frente al televisor, lo fácil que es adquirir un aparato de televisión y la incomparable capacidad para tranquilizar a los niños.

La simple presencia de la televisión es un factor determinante en la familia, cuando la madre se enfrenta a conductas-molestas por parte de los niños, la forma más fácil de solucionarlo es mandándolos a ver la televisión, por lo regular lo hace ya que es algo que siempre está a la mano, tan fácil de usar y tan rápidamente efectivo.

Aún y cuando en ocasiones los padres tratan de contro--llar la cantidad de los programas de televisión que ven sus hi--jos, cada vez se vuelve una tarea más complicada. Por lo mismo los padres han aceptado una vida familiar dominada por la tele--visión ya que los horarios de cada uno de los miembros están --regidos de acuerdo a los programas que ven, sin embargo, no se dan cuenta que dicho medio se inmiscuye en cualesquier problema que puedan estar teniendo, los padres en lugar de tratar de re--solver los problemas familiares que presentan, aparentemente --los resuelven momentáneamente, mándandolos a ver televisión, - esto ocasiona que los problemas se vuelvan cada vez más graves

y más difíciles de resolver.

"En la mayoría de los hogares la atmósfera de la televisión es de una quieta absorción por parte de los miembros de la familia. La naturaleza de la vida social de la familia durante un programa podría describirse como 'paralela' en lugar de 'recíproca' parece que el aparato, cuando está encendido, domina la vida familiar." (20)

La televisión ayuda a los padres a desentenderse de desempeñar un papel activo en la socialización de los hijos, y reemplaza los acontecimientos especiales de la familia. Este aparato juega un papel importante en la desintegración familiar.

---

(20) E. Maccoby. Cit. por, Marie Winn, pp. 165.

## C. La televisión y la cultura infantil.

### 1. Mercancía popular.

Dice Antonio Grausquin M., que la cultura infantil puede clasificarse en dos sentidos; en el primero puede decirse que es el conjunto de usos y costumbres de los niños en una sociedad y época histórica determinada. Y en el segundo, la cultura infantil viene a ser, los productos culturales destinados al consumo por parte del público infantil. (21)

En la actualidad las dos acepciones resultan inseparables. No es posible hoy concebir ningún uso o costumbre socialmente difundido que no haya sentido convertido en mercancía, en producto a consumir. Sin embargo, el hecho de crearse grandes cantidades de productos culturales exclusivamente destinados al consumidor infantil, resulta una novedad histórica.

¿Por qué una cultura especial para los niños?. Básicamente por la necesidad de control ideológico que el poder siente respecto a las nuevas generaciones pero, principalmente por la pretensión del sistema de convertir a todo individuo en un potencial consumidor.

---

(21) Antonio Grausquin M., et-al. Los teleniños, Ed. Española, 1981, pp. 210.

Roman Gubern dice respecto a la generalización de una --  
'cultura popular': "... la cantidad de riqueza producida y la --  
obvia necesidad de su consumo son factores que han colocado en --  
un primer plano histórico a las masas como potenciales comprado-  
res de bienes para salvaguardar el equilibrio económico del sis-  
tema. " (22)

Es en este marco donde las grandes transformaciones tec-  
nológicas en los procesos de comunicación viene a cumplir un pa-  
pel imprescindible, como muy bien pone de relieve el propio Gu-  
bern. Al margen de cualquier discurso idealista sobre la demo--  
cratización, su práctica global responde a una doble funcionalidad: la propaganda y el control ideológico y la estimulación --  
del consumo. (23)

La irrupción de la televisión supone la definitiva consolidación de este nuevo marco. El niño consumidor no es un invento de la televisión, estrictamente, pero el voraz aparato lo consolida determinadamente en este nuevo status. La asunción del --  
universo electrónico, el universo regido por el referente cons--  
tante de la pantalla. Hasta su conversión en el único universo-  
cotidiano, puede hacernos olvidar a los que ya tenemos edad para  
haber vivido el toro universo, como implacable y, desde luego, --  
sorprendentemente, ha conseguido este olvido de los que tienen --

---

{22} Roman Gubern. Cit. por Antonio Grausquin M., pp. 210.  
{23} Idem.

más edad u más, por lo tanto, que recordar que un día hubo niños que nunca veían el televisor.

La televisión arrebató al niño su autonomía. Esta pérdida de autonomía del niño, adquiere su máximo exponente en la continua recepción de mensajes estético-culturales, de los cuales - no sólo es receptor pasivo, sino a menudo también inconsciente y, desde luego, involuntario. (24).

Gillo Dorfles ha señalado que el nuevo sector estético--constituido por los mass-media planteaba un aspecto ético totalmente inexistente con autoridad al desarrollo de los medios de comunicación mecanizados. Dorfles subraya que estos medios obligan cada vez más al hombre a 'soportar' una obra más o menos artística, cuya recepción sólo prácticamente es voluntaria. (25)

Aunque sean muchos los individuos que han adquirido conciencia de estos sometimientos artísticos y que intentan rebelarse contra las transmisiones radiotelevisivas impuestas o contra la audición de música grabada, y muchos escojan o se hagan ilusiones de escoger el programa, no hay duda de que a través de dichos medios mecanizados se brinda al público un tipo de música, de comedia, de documentales, etc., cuyo valor artístico la mayor

---

(24) Antonio Grausquin M., opus cit., pp. 211

(25) Gillo Dorfles. Cit. por Antonio Grausquin M., opus cit. pp. 211

de las veces es mínimo; pero que condiciona ampliamente su gusto.

Pues bien, si se reconoce que incluso el espectador adulto apenas puede escapar del cerco montado por la ofensiva permanente de los medios, y el tipo de programas que el niño recibe no sólo carecen de valores estético contrastables, sino que responden a unos modelos culturales ajenos a su entorno, ese mensaje trae como consecuencia, en un plazo no muy largo, la ruptura con las propias tradiciones culturales y de hecho, la enajenación futura de la cultura propia. (26)

## 2. La americanización de la cultura infantil.

La "tradición de la cultura infantil" se basa en valores que sería lamentable perder, tanto desde el punto de vista estético como del tipo de actividad que potencia en el niño; y porque la nueva cultura de los medios de comunicación están ganando no responde a una evolución espontánea de los hábitos artísticos y lúdicos del niño, sino a una estrategia integrada cuyos objetivos son la imposición de un determinado modelo de vida, lo que incluye naturalmente unos concretos gustos culturales y una estrecha relación, la incorporación inmediata a la cadena del consumo. (27)

---

(26) Antonio Grausquin M. opus cit. pp. 212

(27) Idem.

De hecho se impone el modelo publicitario norteamericano, cabe decir que su primera y principal exportación es el modelo -- mismo de televisión. Mientras que la televisión U.S.A. nació con una televisión comercial, cuya estructura de la propiedad era exclusivamente privada y ajena a cualquier control estatal, lo que originó que su orientación fuese mayoritariamente hacia la introducción del consumo.

La publicidad constituye el núcleo esencial del modelo -- norteamericano de la televisión, los eslogans publicitarios compiten en popularidad con las canciones del momento y las marcas de televisores patrocinan programas. Es este modelo de televisión-- el principal agente formador de la cultura del niño, y no sólo -- asida constantemente a sus padres con sus ansias insaciables de-- consumir eso o aquello, porque lo anuncian en la televisión, sino que llegan al extremo realmente enfermizo de decir simplemente: "Papá, cómprame algo." Es el consumidor perfecto, interesado ya no por determinado producto, sino por el hecho de consumir en sí mismo. La publicidad constituye el núcleo esencial del modelo -- americano de televisión, hasta el punto de condicionar incluso la estructura de las emisiones de entretenimiento. (28)

### 3. La erradicación de la vieja cultura.

---

(28) *Ibidem* pp. 214.

A través de la fijación del niño ante el televisor, así como de su audición al esquema narrativo dominante. y a la inducción al consumismo, el colonialismo americano con su control sobre los medios, destruye radicalmente toda posibilidad de reproducción de la vieja cultura infantil, a la vez que la capacidad misma de mantener un espacio infantil autónomo, desde el cual -- los niños puedan construir creadoramente cualquier otra cultura -- al margen de la cultura del consumo en que el televisor les ha instalado. (29)

La americanización de nuestra televisión tiene efectos devastadores sobre los modelos culturales tradicionales en la influencia, ya que desplazó a los juegos y canciones que antaño -- eran el entretenimiento del niño en edad preescolar.

En los eventos llevados a cabo con niños preescolares a través de actividades musicales, aún se presenta el hecho de preferir canciones modernas de 'ídolos' prefabricados, a las tradicionales rondas o música folklórica regional.

Se produce también una situación en la cual las casas comerciales, patrocinadoras de programas y anuncios, dejan de lado las canciones tradicionales y ofrecen al espectador un estrabillito o tonada con el cantante de moda, remitiéndolo, en definiti-

---

(29) Ibidem pp. 217.



va, al consumo, la actividad que a todos, ya desde niños, se nos concede en el nuevo discurso del poder a través de su profeta máximo: el televisor. (30)

A la vez que se da la desaparición de las canciones tradicionales, desaparecen también los juegos que las acompañaban. Y lo malo no está en la simple desaparición de estos juegos, sino en que no son sustituidos por nuevos modelos de acción sino por la 'actividad' misma de contemplar la televisión. Esto es grave, si se toma en cuenta que las principales corrientes psicológicas conceden una importancia clave a la actividad lúdica en los diferentes estadios del desarrollo infantil. ¿Qué sucederá con estos niños que organizan su concepción del mundo, no a partir de sus propias experiencias por el juego, sino a través de la mediación simbólica del televisor?. El niño que juega libremente es un verdadero investigador que somete la realidad a experimentos a partir de los cuales va adquiriendo su propia conciencia del mundo a la par que sea madurez que comúnmente, se había venido llamando 'uso de razón'. (31)

La ausencia del juego implica también ausencia de la actividad física y ésta es imprescindible desde el punto de vista de la salud:

---

(30) Ibidem pp. 219.

(31) Ibidem pp. 220.

La presión de los modernos medios de comunicación de masas, la presión específica de la televisión, está consiguiendo-- un proceso acelerado de cambio en las costumbres. Cuando, desde un anuncio, se le dice al telespectador que determinada marca de juego de frutas resulta más nutritivo que la leche, evidentemente no se está actuando en función de mejorar los hábitos alimenticios de los niños. Cuando se lanzan al mercado miles de camisetitas con reproducciones del héroe de turno, no responde ésto a la intención de relacionar el vestuario infantil. Son eslabones en la cadena de incorporación de todos al consumo.

La americanización de las costumbres alimenticias, del mismo vestuario, es grave porque esos cambios no responden a procesos espontáneos y lentos, sino a operaciones prefabricadas, que ni siquiera son advertidas por los ciudadanos, por lo tanto, apenas pueden reflexionar sobre ellas. Lo son porque incluyen en sus planes preferentemente a los niños, los cuales se encuentran más indefensos frente a ellos. Lo son, finalmente, porque al estar ligados a intereses comerciales concretos y privados, buscan la obtención inmediata de beneficios económicos, aún a costa de crear hábitos consumistas en unos niños que carecen de solvencia económica para satisfacerlos. (32)

En cuanto al lenguaje, existe una gran pobreza lingüística en las emisiones habituales de la televisión.

---

(32) Ibidem pp. 223.

El lenguaje forma parte importantísima de la herencia -- cultural de un pueblo. Hasta aquí sus transformaciones respondían a un lento y gradual proceso suficientemente estudiado por los lingüistas.

El problema de la oposición entre literatura e imagen, -- sin duda forma también parte de la problemática modificación de la cultura tradicional infantil.

Nuestra llamada de atención sobre la destrucción de las antiguas costumbres infantiles quiere hacer visibles dos cosas. En primer lugar que la voz de la televisión, es una voz uniformizadora. Se repite por doquier, puesto que sus contenidos llegan a todos y son iguales para todos, es la llamada 'cultura de ma--sas', solo que las masas no se comunican, reciben comunicaciones, mensajes, uniformemente idénticos. Si hubiera real democratiza--ción, si las masas a través de su acceso a los medios, se comunicasen, el resultado sería diversidad, no uniformidad. Una cultura uniforme, reiterativa, empobrecedora, ése es el resultado de la acción del televisor. (33)

En segundo lugar, el hecho de que la industria de la cultura sea cada vez más una gran empresa multinacional, monopoli--zada por la máxima potencia político-económico-militar de nues--tra época, es decir, los Estados Unidos de América, lógicamente--

origina que esos mensajes uniformes respondan al modelo cultural propio, al modelo que ellos están interesados en exportar. (34)

#### 4. La televisión y la escuela.

Cuando el niño llega por primera vez al Jardín de Niños, lleva consigo muchas horas de ver televisión, una gran parte de la información que recibe y manejan los niños, procede de los -- medios de comunicación.

"El espectacular desarrollo tecnológico aplicado a la -- comunicación ha venido a romper violentamente los márgenes habituales de interrelación entre los hombres." Los medios mecánicos, que inicialmente se veían como instrumentos capaces de extender -- casi ilimitadamente los contactos entre los hombres, parecen interferirse paulatinamente entre las personas, distanciándolas -- entre sí, incluso enajenando la personalidad individual ... El uso actual de los medios tecnológicos no ha venido a aumentar la comunicación de los hombres; nos ha convertido mayoritariamente -- en receptores pasivos de mensajes a los que jamás podemos respon -- der. (35)

---

(34) Ibidem pp. 226.

(35) Ibidem pp. 231.

Los juicios sobre la televisión fueron mayoritariamente negativos. Klaus Amman, calificó a la televisión como la 'abuela electrónica' y 'jefe fantasma de la familia.' (36) La televisión se convierte en la dictadora de los horarios familiares.

Los defensores de la televisión como instrumento educativo suelen argumentar que los buenos programas proporcionan al niño un amplio campo de experiencias al que éste, en la mayor parte de los casos, no podría llegar, experiencias que él puede constatar con las suyas propias. Sin embargo, un niño que dedica la tercera parte de su tiempo a ver televisión, ¿de qué experiencias propias dispone, salvo la de ver televisión? (37)

Haciendo una comparación entre la cantidad de horas que el niño pasa viendo televisión con las que está en el Jardín de Niños, los resultados son los siguientes: En una semana escolar, el niño asiste al Jardín tres horas diarias, multiplicadas por los cinco días de la semana nos da una cantidad de 15 horas en la escuela, pero las encuestas aplicadas nos aportaron que el niño ve cuatro horas de televisión en promedio, multiplicadas por los cinco días, nos da un total de 20 horas, esto demuestra que son más las horas que el niño pasa frente al televisor que las que asiste al Jardín, en esta relación no se está -

---

(36) Klaus Amman. Cit. por Antonio Grausquin M. opus cit. pp. 231.

(37) Antonio Grausquin M., opus cit., pp. 231.

tomando en cuenta los sábados, domingos y días festivos que es cuando el niño tiene más acceso a este medio. (38)

Ver la televisión durante horas no sólo es ineficaz en cuanto a fuente de información para el niño, sino que además es nocivo desde el punto de vista de su salud psicofísica.

El poder de multiplicación de imágenes y del medio televisual, ¿qué control no puede llegar a dominar sobre un niño en pleno desarrollo?. Su capacidad crítica, de por sí poco desarrollada, se encuentra además naturalizada por el hecho de que no dispone de experiencias reales y personales con las cuales contrastar lo que se le propone desde la pantalla.

Esto es algo a lo que los padres no suelen presentar suficiente atención, porque creen que las experiencias de su hijo son equiparables a las suyas propias. Tampoco en los medios escolares se atienden estos aspectos. En general, con demasiada frecuencia se concluye que un 'niño normal' sabe perfectamente lo que es en realidad y lo que es fantasía y lo discrimina sin problema mientras ve un programa cualquiera de televisión, pero nosotros estamos seguros que no es así.

Por otra parte la escuela no debe dar la espalda a los medios, ni satanizarlos, ni igualarlos. A ella le corresponde una serie de acciones organizadas para, por una parte, despertar

---

(38) Resultados de encuestas aplicadas en el Jardín de Niños "Manuel López Cotilla."

la conciencia crítica de los educandos ante mensajes cerrados, autoritarios y anodinos y, por otra, promover en los alumnos el aprendizaje que los haga capaces de apreciar y disfrutar programas de televisión, de radio y películas, cuyo encuentro construya una verdadera experiencia educativa. (39)

Hablando del nivel que nos ocupa, Preescolar: en la educación preescolar, es de gran trascendencia para el desarrollo integral y armónico del niño.

Aunque el proceso educativo del hombre es permanente, sabemos que la educación de sus primeros años depende, en gran parte, que éste logre una personalidad sana y equilibrada.

En el nivel preescolar, se requiere de estimular muy especialmente los procesos evolutivos del niño en diversas áreas, tales como: desarrollo físico, psicomotor, intelectual, lingüístico, social, emocional, así como formación de hábitos e internacionalización de valores.

Desgraciadamente, los adultos, que viven con el niño en ocasiones ignoran los recursos de que pueden valerse y con frecuencia están a su alcance, para desarrollar integralmente las potencialidades del niño.

---

(39) Carmen Cortés Rocha. La Escuela y los Medios de Comunicación. México, Ed. El Caballito.

A. La influencia de la televisión en el comportamiento afectivo social de los niños preescolares.

1. Influencia positiva.

Una de las ventajas de la televisión es que puede trasladar información con más rapidez que la mayoría de los demás medios. No hace falta saber leer para aprender de la televisión. Incluso para los que ya saben leer, sigue poseyendo la cualidad de transmitir más rápidamente la información. Con la televisión, es ciertamente imposible seguir las antiguas y mensuradas normas de ir dando a conocer paulatinamente las variedades, ir informando a los niños, cada año un poco más, sobre las cosas de la vida. Por el contrario, demostramos que la televisión acelera ciertamente el proceso de aprendizaje, y a una edad prematura.

La televisión presenta todas las ventajas inherentes a un medio audiovisual. Permite ofrecer informaciones que serían mucho más difíciles de transmitir utilizando exclusivamente imágenes, o sonidos, o letras de imprenta. Pensamos, por ejemplo, en las grandes ventajas de la televisión para describir como es realmente la vida de los animales en su hábitat natural, o cómo viven y trabajan las personas en su lugar de origen. Es más, esa misma cualidad le permite presentar información de tal forma que resulte más fácilmente absorbible. Consideramos a modo--



de ejemplo, la forma efectiva en que la televisión puede reproducir un experimento de ciencias naturales o una lección sobre la realización de alguna manualidad.

La televisión disfruta de una situación privilegiada para poder ensanchar el mundo de los espectadores. Las cámaras de televisión pueden acercarse a lugares a los que pocos espectadores podrían llegar. Puede trasladar al niño fuera de su círculo familiar y del vecindario que lo rodea, desde lo más profundo de los mares hasta lugares más remotos de la tierra, así como también viajes espaciales.

El niño al tener acceso al televisor ve abrirse ante él todo un nuevo mundo. Si cuenta con el consentimiento de sus padres, el receptor de televisión estará dispuesto en todo momento a contarle una historia o mostrarle imágenes de personas y lugares que no conoce. Una vez que haya aprendido a manejar la televisión por su cuenta, tiene una amplia puerta abierta a una nueva esfera de conocimientos y de emociones. Por consiguiente, el niño que dispone de televisión permanece durante más tiempo en una situación en la que, probablemente, podrá adquirir más información de carácter incidental.

## 2. Influencia negativa.

"... La televisión se ha convertido en una parte esen--

cial del quehacer cotidiano de un amplio sector de la población infantil, al grado de modificar la estructura de sus actividades. Pero la influencia ejercida por este aparato electrónico más que beneficiar el desenvolvimiento psicomotriz del infante contribuye a conformar mentes receptivas carentes de ejercicio, de reflexión y análisis, y alejar al niño del ejercicio activo, del juego, del deporte, del estudio." (40)

"El televidente se va despersonalizando, es decir, dejando de ser él para convertirse en un ser moldeado por los patrones de conducta y las normas de comportamiento emitidas a través de los diferentes programas. Este fenómeno se nota con mayor claridad en los sectores medios de nuestra sociedad, donde el pequeño por diferentes razones está bajo la influencia del aparato televisivo por largos períodos de tiempo." (41)

Las horas en que el niño de corta edad se pasa en una relación en un solo sentido con la gente de la televisión, dedicación que no permite comunicación ni interacción alguna, con toda seguridad afecta sus relaciones con la gente de la vida real.

Una muestra hace una observación acerca de sus experiencias personales de ver televisión: "Experimento, dificulta--

---

(40) MariClaire y Aurora Cano. Revista Mexicana de Ciencias Políticas. México, UNAM., 1980. pp. 239

(41) Idem.

des para movilizarme y tratar con la gente de verdad después de ver unas cuantas horas de televisión. Me es difícil hacer la transición de ver televisión, a manejar una relación de verdad. Supongo que eso es porque no me fue necesario hacer ningún esfuerzo mientras estaba mirando, y el trato con la gente real -- siempre requiere de un poquito de esfuerzo. Imagínense, entonces, que tan difícil le sería hacer eso a un niño de corta edad, particularmente si ve grandes cantidades de televisión todos -- los días." (42)

El rápido ritmo narrativo, condiciona una lectura de -- imágenes que se clasifican como 'automáticas.' Se trata de una contemplación refleja, prácticamente impuesta, y que no permite la más mínima reflexión sobre los contenidos por parte del espectador. Esta lectura irreflexiva es conscientemente buscada, lógicamente, por el creador del anuncio publicitario, al que -- sólo interesa 'vender al producto.' A pesar de lo grave de esto, se admite como 'natural' que desde todas las partes se nos aside con mensajes que objetivamente tratan, no de convencernos, sino de obligarnos a comprar algo, y hemos aprendido a manipularlo. (43)

El niño habituado a esto no desarrolla la capacidad de reflexionar y responder críticamente a los mensajes recibidos,--

---

(42) Marie Winn. Opus cit. pp. 163.

(43) Antonio Grausquin M. Opus cit. pp. 215.

se instala en la pasividad, en una cierta lectura mecánica que sólo exige continuas novedades. Paralelamente rechazará, como aburrido cualquier otro estilo narrativo que le exija reflexión.

En las series de dibujos animados y aventuras se fomenta la fantasía de niños como de adultos, a través de un tipo de entretenimiento basado en estereotipos de acción que constituyen francas evasiones de la realidad. Dichos estereotipos proponen conductas y situaciones ajenas al contexto mexicano, transportando al espectador a un mundo irreal modelado, en el mejor de los casos, en visiones fantasmagóricas de las sociedades industriales más avanzadas en la actualidad.

Abundan los superpoderes, la tecnología ficticia y la violencia sin efectos físicos trascendentes. El empleo de la sorpresa y la presentación de escenas incongruentes, que escapan de toda lógica, ejercen una poderosa atracción sobre los pequeños espectadores; cámara rápida y lenta, aparición y desaparición instantánea, destrucción y reconstrucción de los elementos físicos del medio. Todos estos procedimientos producen una impresión fuerte, de que en el mundo de la televisión todo es posible. Esta impresión es particularmente notoria entre los menores de edad, en los cuales el umbral que separa a lo real de lo fantástico aún no está bien definido.

### III. H I P O T E S I S

A mayor actitud crítica frente a los mensajes transmitidos, menos será la influencia televisiva.

Nuestra hipótesis es del tipo condicional que comprueba con una variable independiente y como consecuencia una variable dependiente en las cuales aparece como variables:

A mayor actitud crítica frente a los mensajes transmitidos, (variable independiente.)

Menor será la influencia televisiva (variable dependiente.)

Esta hipótesis se probará mediante las encuestas y entrevistas que se llevarán a cabo tomando un 25% de muestra de la población de nuestro Jardín.

#### IV. METODOLOGIA

La investigación que aquí se realiza es documental apoyada en las teorías de diferentes autores, además de investigación de campo que se realizó a través de encuestas, entrevistas, y observaciones diarias a los educandos.

Nuestro universo de estudio es de 180 niños, repartidos en seis grupos, de un nivel socioeconómico medio bajo, tomamos como base un muestreo del 25% de la comunidad que conforma el Jardín, tanto de padres de familia como de alumnos.

Los objetivos 1, 2, 8 y 9 se apoyaron en teorías de diferentes autores, y los objetivos del 3 al 7 se probarán por medio de entrevistas, encuestas y observaciones directas.

Las limitaciones con las que nos enfrentamos realmente fueron muy pocas, ya que fue una minoría de los padres de familia que no prestaron interés para atender a nuestra convocatoria.

El presupuesto para nuestro trabajo de investigación que se presenta fue de \$250,000.00 M.N. aproximadamente.



## V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.

### A. Resultados de las encuestas y entrevistas.

La comunidad que compone el Jardín de Niños "Manuel López Cotilla, se encuentra ubicado en una colonia popular, Fomerey 31, en Cd. Guadalupe, N.L., lugar en que se realizó nuestra investigación. Para la obtención y confirmación de algunos datos se tomó una muestra del 25% de los padres de familia y un 25% de los alumnos para la aplicación de encuestas y entrevistas respectivamente, las cuales nos dieron como resultado los siguientes datos:

En las encuestas aplicadas a padres de familia.

Las familias están compuestas cada una por seis miembros en promedio, en la mayoría de los casos los padres son obreros, con un salario mínimo (\$70,000.00 por semana aproximadamente), siendo este el único ingreso económico que reciben, solo en muy pocos de los casos las madres colaboran en esta tarea, lo cual quiere decir que son personas de escasos recursos y cuyas faenas como obreros implican un desgaste físico y agotador como para tener ánimo de que al final de la jornada convivan con sus hijos, jueguen o platicuen con ellos.



El grado de escolaridad de los padres es de educación - primaria únicamente, con esto nos damos cuenta sobre la falta - de criterio para proporcionarles a sus hijos diferentes alternativas de esparcimiento y convivencia que les aporten beneficios, así como la incapacidad para elegir los programas televisivos - que ven sus hijos, y por lo mismo en muchas de las ocasiones -- permiten que sean los mismos niños los que decidan el tipo de-- programación que verán sin importarles si el contenido de los-- programas es apto para ellos o no.

Cuando se les preguntó ¿Qué opinión tienen sobre los -- programas que ven sus hijos? la mayoría coincidieron en que -- son buenos por los mensajes que trasmiten, aún y cuando mencio-- nan que sus programas de su preferencia son: caricaturas vio-- lentas, telenovelas, y programas no clasificados para niños.

Hemos constatado que el tiempo que los preescolares pa-- san frente al televisor es de más de cuatro horas diarias en -- promedio, así como también por lo regular los padres ocupan su-- tiempo libre en este tipo de entretenimiento, lo cual reduce al mínimo las oportunidades de comunicación o interacción por me-- dio de otras actividades.

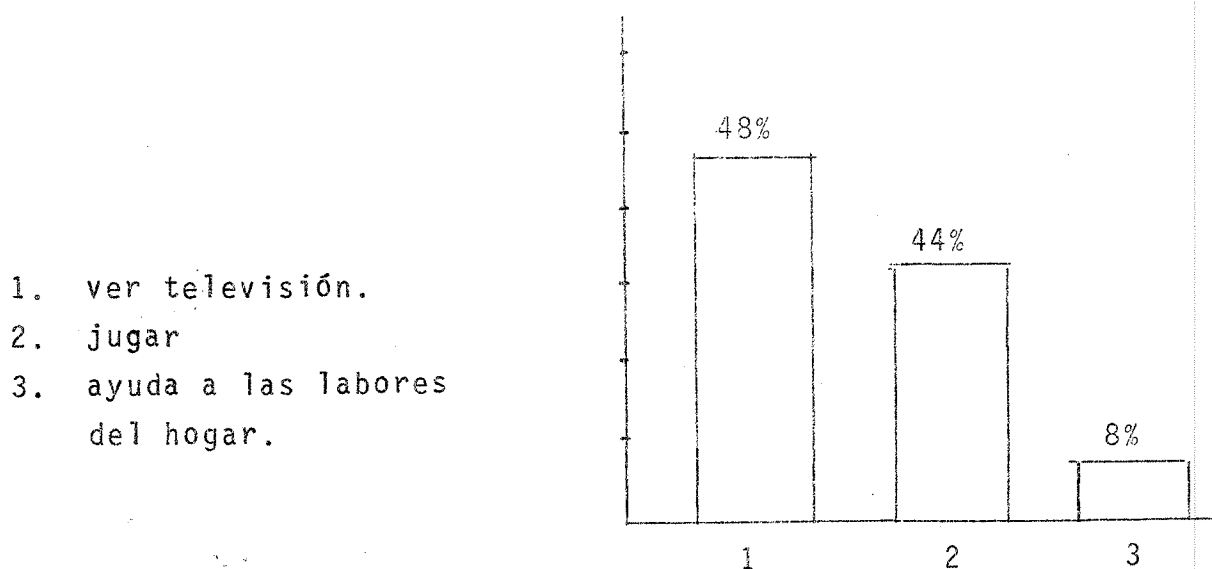
También nos confirmaron el gusto de los niños por imi-- tar a diferentes personajes presentados en la televisión, en su mayoría a 'super héroes' y actrices de telenovelas, haciendo es to en repetidas ocasiones.

Expresaron la insistencia de los niños por obtener los diferentes productos anunciados en la televisión, por lo regular, alimentos 'chatarra' y juguetes.

Con objeto de indagar sobre el tiempo que los alumnos -- del Jardín de Niños "Manuel López Cotilla", dedican a ver televi- sión, así como sus preferencias en los mensajes transmitidos, se llevaron a cabo una serie de entrevistas en un muestreo que com- prendió el 25% del alumnado, habiendo arrojado resultados muy -- significativos cuyo análisis a continuación exponemos:

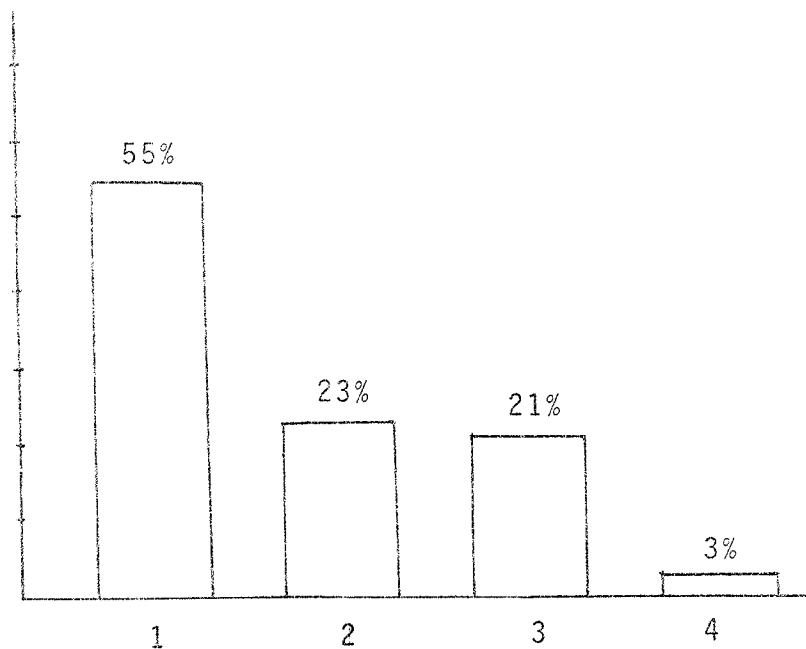
En primer lugar planteamos la pregunta sobre las activi- dades que realizan en su hogar en el tiempo libre y pudimos cons- tatar que un 48% de los niños dedican su tiempo libre a ver televi- sión, seguido por un 44% que juegan y un 8% que ayudan a las -- labores del hogar, manifestando que cuando ven televisión gene- ralmente lo hacen solos o acompañados por sus hermanos, ya que -- sus padres están atendiendo otro tipo de actividades en casa o -- fuera de ella.

Gráfica de la pregunta número 1



cuadro No. 1

En cuanto a la pregunta número 5, sobre cuáles son los programas de su preferencia nos encontramos con un porcentaje -- más alto de un 55% que las caricaturas por ser muy divertidas y que tienen mucha acción, las que siguieron su preferencia en este orden fueron: telenovelas, programas cómicos y deportes, la siguiente gráfica nos lo revela.

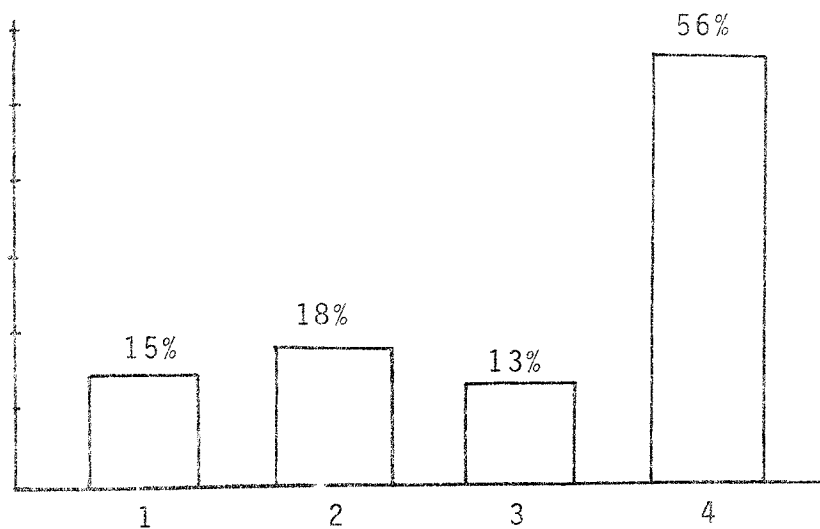


cuadro No. 2.

- 1 caricaturas.
- 2 telenovelas.
- 3 programas cómicos.
- 4 deportes.

En relación con la pregunta número 6 sobre los programas de televisión que no les son gratos para ellos, nos da como resultado mayoritario con un 56%, los programas noticieros y comentarios, por ser éstos según su opinión, aburridos y hechos para la gente grande. Siguen en orden decreciente sobre lo que menos les gusta: las telenovelas, películas y programas de terror.

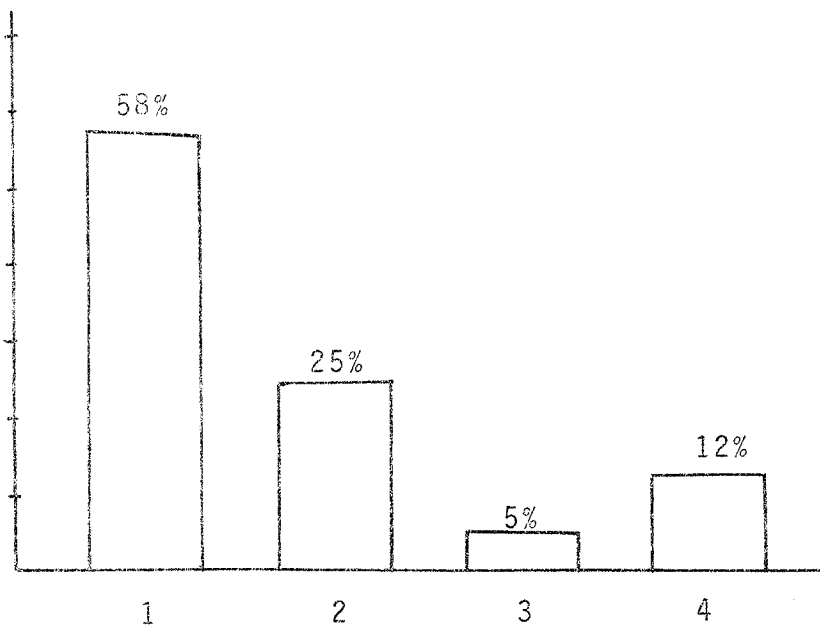
A continuación se grafica el resultado de esta pregunta:



cuadro No. 3

- 1 películas.
- 2 telenovelas.
- 3 programas de terror.
- 4 noticieros y comentarios.

Al cuestionarles sobre su predilección en el tipo de -- anuncios comerciales, pregunta número 7, el 58% admitió que prefiere los anuncios de alimentos 'chatarra' por los personajes que son presentados en ellos y porque les gusta consumir este tipo de productos, enseguida aparece la gráfica que plasma su preferencia:

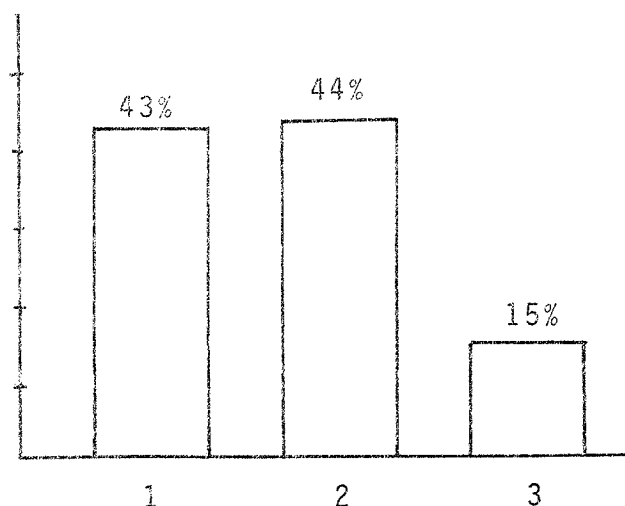


cuadro No. 4

- 1 alimentos 'chatarra.'
- 2 alimentos
- 3 juguetes.
- 4 productos de aseo personal.

Los niños en edad preescolar son imitativos por excelencia, y de hecho hemos observado con frecuencia que gustan de representar personajes de la televisión e incluso adoptar el nombre de sus 'héroes' favoritos o del galán de tal o cual telenovela. Por tal motivo consideramos importante preguntarles sobre el personaje de la televisión que les gustaría ser y he aquí lo que -- respondieron : El 44% optó por ser un 'superhéroe,' el 43% le gustaría ser una actriz de telenovela y el resto algún cantante de moda. Es necesario hacer notar que en la opción de 'superhéroes' tomaron partido los niños y en el papel de actriz las niñas; en la elección de cantantes de moda intervinieron tanto niños como niñas, argumentaron que les gustaría ser como ellos porque siempre ganan, por que son muy buenos o porque son bonitas.

La siguiente gráfica corresponde a la pregunta No. 9.



cuadro No. 5

- 1 actrices de telenovelas.
- 2 'super héroes'
- 3 cantantes de moda.

## B. Resultados de la hipótesis.

A mayor actitud crítica frente a los mensajes transmitidos, menor será la influencia televisiva que genera una actitud acrítica e irreflexiva. Tal es la hipótesis que manejamos en el tema que nos ocupa, y cuyo resultado podemos circunscribir en un constante proceso en el cual los padres de familia juegan un papel muy importante ya que por presentarse esta problemática fundamentalmente en el seno del hogar, son ellos los mediadores para el uso o abuso de este medio de comunicación.

Toca al Estado, mediante las autoridades correspondientes, velar para que el contenido de los mensajes transmitidos --coadyuven a la educación de los televidentes, tengan un horario adecuado, y, en fin aplicar la censura cuando sea necesario.

En nuestra investigación de campo aplicamos a un 25% del alumnado entrevistas que nos permitieron constatar que el problema de la adicción a la televisión existe en el ámbito en el que circunscribimos nuestro estudio, y de acuerdo a la actitud adoptada que nos presentan, hay una marcada influencia en la adopción de ideas que presentan los mensajes transmitidos, (ver cuadro No. 5 de la página 52.)

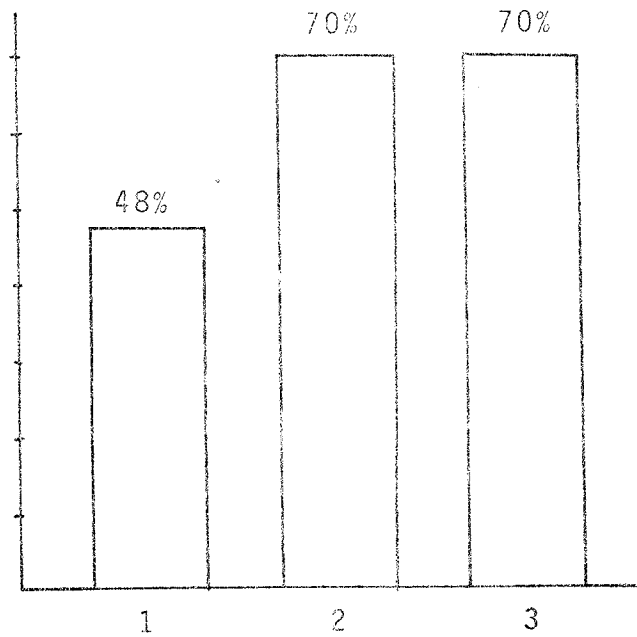
Anteriormente quedó asentado, que la televisión no educa por sí sola, que es un medio que favorece la pasividad y que pa-

ra contrarrestar ésto es necesaria una actitud crítica y reflexiva, situación que no se presenta con los niños de nuestro Jardín, ya que de acuerdo a los resultados de las preguntas números 1, 2 y 3 de las entrevistas, un considerable porcentaje de los niños dedican su tiempo libre a ver televisión y generalmente lo hacen sin la compañía de sus padres, quienes serían los que proporcionarían en un momento dado la reflexión con el comentario oportuno.

Por otra parte, de acuerdo con el resultado de las entrevistas es notorio que la mayoría de los niños seleccionan los programas que desean ver de acuerdo al entretenimiento y diversión que les proporcionan sin tomar en cuenta si el contenido es educativo o no.

Si analizamos la siguiente gráfica, podemos observar que por lo regular son largos períodos de tiempo los que el niño está frente al televisor y no lo hace en compañía de personas adultas (lo hace con sus hermanos, como nos demuestra la barra No. 3) y ésto nos demuestra que la crítica de los programas observados es nula o distorsionada, dado que los acompañantes no reúnen la edad y criterio suficiente para juzgar la calidad de lo que se observa.





cuadro No. 6

- 1 Lo que hacen en casa con su tiempo libre 'ver televisión.'
- 2 Cuanto rato ven televisión 'mucho rato.'
- 3 Con quien ven la televisión 'con sus hermanos.'

## VI . CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.

### - Conclusiones.

La problemática que enfrentamos en nuestra comunidad -- respecto a la adicción del niño preescolar a la televisión, que de dó de manifiesto con los resultados de las encuestas aplicadas. Es evidente que el niño pasa largos períodos de tiempo ante el televisor, en parte porque es el tipo de entretenimiento que -- tiene más a la mano, en parte porque las familias son de esca-- sos recursos que no les permiten dedicar parte de sus salarios-- para diversiones y aunado a esto la rutina que envuelve al jefe de familia para sacarla adelante no le deja tiempo o energías -- para convivir con sus hijos.

Esta situación provoca que los niños al permanecer so-- los frente al televisor, no se da el comentario o la crítica -- que les haga reflexionar y se convierten en receptáculos pasi-- vos fácilmente influenciables. Por consiguiente para contra-- rrestar esta influencia televisiva que genera una actitud acrí-- tica ante los mensajes recibidos, es necesaria una mayor acti-- tud reflexiva.

Esta necesidad de formar conciencias críticas es un he-

cho que parte de la propia educación y la televisión puede llegar a ser un gran aliado, sin embargo es menester cuidar su contenido cultural, su dosificación, no recurrir a ella como un medio para mantener quietos a los niños, sino que sea una opción entre las muchas actividades que puede realizar para complementar su educación y conseguir su desarrollo.

- Sugerencias.

Para contrarrestar un poco los efectos nocivos que produce la televisión en los niños preescolares, sugerimos lo siguiente:

1. Concientizar a los padres de familia sobre la conveniencia de entablar comunicación con sus hijos.
2. Que los padres de familia valoren la influencia de la televisión a través de la conducta que manifiestan sus hijos.
3. Que los padres de familia organicen su tiempo para que le proporcionen a sus hijos una atención más personalizada.
4. Acompañar a sus hijos frente al televisor y hacer comentarios que muevan a la reflexión.

5. Organizar con los niños actividades que les permitan convivir y divertirse.
6. Proporcionar al niño otras opciones para fomentar su creatividad.
7. Modificar los mensajes transmitidos para contrarrestar la -- mecanización y pasividad.
8. Realizar prácticas deportivas, en los que participen todos-- los miembros de la familia.

Es obvio que la mayoría de las veces no está en la mano del televidente, seleccionar el contenido del mensaje transmitido, ya que intervienen una serie de factores para su emisión, : productores, escritores, publicistas, etc., queda entonces a-- criterio de las autoridades correspondientes la censura de tal o cual programa, considerando esta situación creemos necesaria la intervención de las instituciones de gobierno para que im-- plementen estrategias tendientes a nulificar la influencia nociva de la televisión, sugiriendo realicen las investigaciones pertinentes para demostrar la trascendencia de hipótesis tal - como determinar que a mayor número de televidentes que reciben un mensaje, es mayor el consumismo, o que a mayor convivencia familiar, más comunicación y disminución del tiempo dedicado a ver televisión.

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

- ACOSTA, MariClaire y Aurora Cano. Revista mexicana de ciencias políticas, UNAM, México, 1980.
- AGUILAR KUBLI, Eduardo. Padres positivos, Editorial Pax, México, 1980.
- BELTRAN, Luis Ramiro y Elizabeth Flor de Cardona. Comunicación dominada; Estados Unidos en los medios de América Latina, 2a. ed., Editorial Nueva Imagen, México, 1981.
- CORONA, Sarah. El genio de la botella. Editorial Terranova, -- México, 1984.
- CORTES ROCHA, Carmen. La escuela y los medios de comunicación, Editorial El Caballito, México, 1981.
- GRANADOS CHAPA, Miguel Angel. Examen de comunicación en México. Editorial El Caballito, México, 1981.
- GRAUSQUIN M. Antonio. et-al. Los teleniños, Editorial España, -- 1981.
- MUNGUÍA ZATARIAN, Irma y José Manuel Salcedo Aquino. Manual de técnicas de investigación documental, UPN, SEP, México, 1981.

PEREZ RAMOS, Manuel. Televisión, enajenación, educación. Síntesis Seminario informativos de la Secretaría de Educación y Cultura. Editorial Cargo, S.A., México, 1986.

Programa de Orientación Educativa a Padres de Familia. SEP.,-- México, 1984.

ROJAS SORIANO, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales, UNAM, México, 1982.

RUVALCABA REBOLLAR, Eliseo. Examen de comunicación en México, Editorial Comunicación Social, México, 1983.

WINN, Marie. La droga que se enchufa, Editorial Diana, México, 1981.

A N E X O S

ENCUESTA.

Sres. Padres de familia, en la siguiente encuesta encontrará preguntas que únicamente marcará con una X la respuesta que considere adecuada, y otras que contestará en forma libre.

1.- Número de miembros que componen su familia. \_\_\_\_\_

2.- Ocupación del padre: Obrero \_\_\_\_\_ Empleado \_\_\_\_\_  
Eventual \_\_\_\_\_ Profesional \_\_\_\_\_ Otra \_\_\_\_\_

3.- ¿Qué salario percibe por semana? De \$15,000.00 a \$60,000.00 \_\_\_\_\_  
De \$60,000.00 a \$140,000.00 \_\_\_\_\_ Más de \$140,000.00 \_\_\_\_\_

4.- ¿Quiénes más contribuyen en el gasto familiar?  
Mamá \_\_\_\_\_ Abuelos \_\_\_\_\_ Tíos \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

5.- Escolaridad de los padres:  
Papá: Primaria \_\_\_\_\_ Secundaria \_\_\_\_\_ Prepa. \_\_\_\_\_ Profesional \_\_\_\_\_  
Mamá: Primaria \_\_\_\_\_ Secundaria \_\_\_\_\_ Prepa. \_\_\_\_\_ Profesional \_\_\_\_\_

6.- ¿Cuál es la diversión familiar que hacen con más frecuencia?  
Juegos al aire libre \_\_\_\_\_ Ver televisión \_\_\_\_\_  
Deportes \_\_\_\_\_ Lecturas \_\_\_\_\_ Otras \_\_\_\_\_

7.- ¿Ve programas de televisión junto con su hijo? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8.- ¿Quiénes seleccionan los programas que ve su hijo?  
Ellos mismos \_\_\_\_\_ Los padres \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

9.- ¿Cuál es el programa favorito de su niño? \_\_\_\_\_  
¿Cómo se ha dado cuenta de que lo es? \_\_\_\_\_  
¿Qué opina usted de este programa? \_\_\_\_\_

10.- ¿Cuánto tiempo dedican a ver televisión?  
El niño \_\_\_\_\_ El papá \_\_\_\_\_ La mamá \_\_\_\_\_



.- ¿Imita su hijo algún personaje de la televisión? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Cual: \_\_\_\_\_ Como \_\_\_\_\_

.- ¿El niño le pide productos que se anuncian en la televisión?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Cuales: \_\_\_\_\_

.- ¿Tiene tiempo para dedicarle a cada uno de sus hijos? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Qué hacen juntos? \_\_\_\_\_

.- ¿Porqué es importante convivir con sus hijos y platicar con ellos?

\_\_\_\_\_

.- ¿Podría organizar sus actividades para dedicarles más tiempo a sus hijos?

Sí \_\_\_\_\_ Como \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_ Porqué \_\_\_\_\_

.- ¿Considera que la televisión educa a su niño? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Porqué \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACION.

ENTREVISTA

1.- ¿Qué es lo que más te gusta hacer cuando estas en tu casa?

\_\_\_\_\_

2.- ¿Cuánto tiempo ves televisión?

\_\_\_\_\_

3.- ¿Quién está con tigo cuando tu estas viendo la televisión?

\_\_\_\_\_

4.- ¿Qué hace tu mamá cuando tu estas viendo la televisión?

\_\_\_\_\_

5.- ¿Cuál es el programa que más te gusta ver de la televisión?

\_\_\_\_\_

6.- ¿Cuál es el programa que menos te gusta?

\_\_\_\_\_

7.- ¿Cuál es el anuncio que más te gusta ver?

\_\_\_\_\_

8.- ¿Cuál es el anuncio que menos te gusta ver?

\_\_\_\_\_

9.- ¿Cómo que personaje de la televisión te gustaría ser?

\_\_\_\_\_

10.- ¿Qué dicen tus papas de los programas que ves?

\_\_\_\_\_