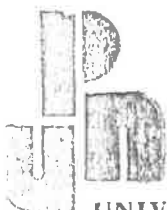


EL NIÑO FRENTE A LOS
ESTEREOTIPOS TELEVISIVOS
Y ESCOLARES.



TESIS QUE PRESENTAN PARA OBTENER
EL TITULO DE LIC. EN EDUCACION PRIMARIA

MARIA CARELIA ALVAREZ CARBAJAL
ALICIA SALVADOR CASANOVA
MARIA DEL C. SALVADOR CASANOVA
NELLY SALVADOR CASANOVA
VINICIA TOLEDO RIOS



UNIVERSIDAD
PEDAGOGICA
NACIONAL

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

Cd. Ixtepec, Oax., Abril 13, 1994.

CC. PROFRAS:

MARIA CARELIA ALVAREZ CARBAJAL
ALICIA SALVADOR CASANOVA
MARIA DEL CARMEN SALVADOR CASANOVA
NELLY SALVADOR CASANOVA
VINICIA TOLEDO RIOS

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado:

"EL NIÑO FRENTE A LOS ESTEREOTIPOS TELEVISIVOS Y ESCOLARES", opción TESIS Investigación de Campo, a propuesta del Asesor: LIC. ELI VALENTIN BARTOLO MARCIAL, 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.

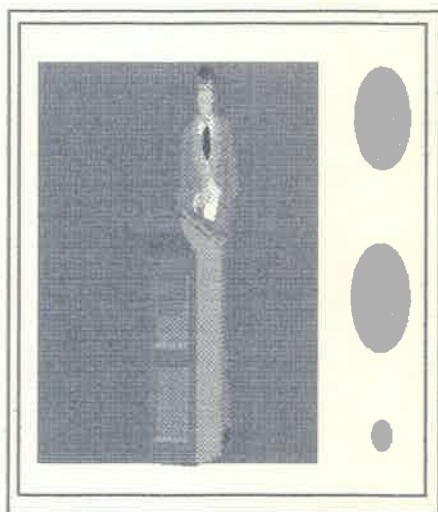
ATENTAMENTE
"EDUCAR PARA TRANSFORMAR"

LAE. MARTIN LOPEZ PERALTA
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION
DE LA UNIDAD UPN-20C.



S. N. P.
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA
NACIONAL
UNIDAD 20 C
DPTO. SERVICIOS ESCOLARES
CD IXTEPEC, OAX

MLP'ptc.



EL TELEVISOR ES EL INVITADO ELECTRONICO, DE
TODAS LAS CASAS, EL QUE MAS HABLA Y EL QUE
NUNCA ESCUCHA. POCO A POCO SIN DARSE CUENTA,
LA GENTE ACABA PENSANDO COMO EL.

DEDICATORIA

A NUESTROS PADRES:

Por sus sabios consejos.

A NUESTROS ESPOSOS:

Por su infinita paciencia y confianza.

A NUESTROS HIJOS:

Por apoyarnos y alentarnos en nuestra superación profesional.

A NUESTROS HERMANOS:

Por el apoyo incondicional que mostraron en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Nuestros sinceros agradecimientos:

A todas las personas que nos apoyaron en la realización de esta investigación.

Reconocemos el apoyo que nos brindó el Lic. Elí Valentín Bartolo Marcial, para el buen desarrollo de nuestra investigación, sin el cual no hubiera llegado a feliz término.

También agradecemos a la Lic. Marcela Coronado Malagón por su gran paciencia y eficaz apoyo en las infinitas revisiones.

Tenemos, además una deuda muy especial con nuestros familiares, asesores de la U.P.N., amigos, compañeros de trabajo, quienes nos brindaron su apoyo y una combinación de confianza, paciencia y equilibrio, indispensables para todo ser humano.

INDICE

| | PAGINA |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1.- DEDICATORIA | |
| 2.- AGRADECIMIENTOS | |
| 3.- INTRODUCCIÓN | 06 |
| 4.- CAPITULO I MARCO TEORICO | |
| a) EL ESTADO | 08 |
| b) LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN..... | 12 |
| c) LA TELEVISIÓN EN MEXICO..... | 16 |
| d) TELEVISIÓN Y COTIDIANEIDAD..... | 19 |
| e) LA FAMILIA Y LA TELEVISIÓN..... | 21 |
| X f) EL NIÑO Y LA TELEVISIÓN..... | 22 |
| X g) TELEVISION Y ESCUELA..... | 23 |
| X h) LA MEDIACIÓN FAMILIAR Y ESCOLAR EN LA INTERACCION TELEVISIVA DE LOS NIÑOS..... | 28 |
| X i) PSICOLOGÍA DEL NIÑO..... | 31 |
| 5.- CAPITULO II MARCO CONTEXTUAL | |
| a) CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN..... | 34 |
| 6.- CAPITULO III MARCO METODOLOGICO | |
| a) ESTRATEGIA DE LA INVESTIGACION..... | 39 |
| b) CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA..... | 45 |
| 7.- CAPITULO IV ANALISIS DE DATOS | |
| a) PREFERENCIAS TELEVISIVAS..... | 49 |
| b) IDENTIFICACIÓN..... | 59 |
| 8.- SUGERENCIAS Y CONCLUSIONES..... | 67 |
| 9.- NUESTRAS LIMITACIONES..... | 68 |

| | |
|------------------------|----|
| 10.- ANEXOS..... | 70 |
| 11.- BIBLIOGRAFIA..... | 86 |

INTRODUCCIÓN

El trabajo, que se intenta aquí, consiste en conocer cuál de los estereotipos tienen mayor influencia en el niño: si los que propone la T.V. ó la escuela. Dicho interés surgió desde que cursábamos el V semestre de la licenciatura en la U.P.N. en el cual trabajamos con los neologismos extranjeros anunciados en la t.v. através de sus comerciales que en su mayoría son de procedencia extranjera. ~~El propósito era conocer si los niños pronunciaban y escribían la marca de los productos extranjeros tal como debe escribirse y pronunciarse originalmente.~~ Este trabajo no se profundizó porque era una investigación que tenía que entregarse al término del semestre antes mencionado; sin embargo cabe aclarar que los resultados obtenidos fueron contrarios a la hipótesis planteada inicialmente.

Esta inquietud continuó latente en nosotras, motivándonos a plantear hipótesis de este tipo que estuvieran relacionados con la t.v.; la realización de estas inquietudes se llevó a cabo después transcurrido 2 años de haber terminado la lic. en educación primaria, através de una invitación girada a todos los exalumnos que no habían presentado o iniciado algún trabajo que los condujera a la obtención del título. Fue en esta ocasión cuando tuvimos la oportunidad de reunirnos nuevamente e iniciar el presente trabajo en equipo; oportuno por la modalidad de tesis.

Trabajar en equipo fue una experiencia inolvidable debido al carácter, disposición, compatibilidad de horarios, situación familiar, económico, geográfico y bibliográfico.

Superar cada uno de los factores mencionados anteriormente fue un triunfo, siendo que se llegaron a provocar en el equipo ciertas asperezas, desánimos, agotamientos e irritabilidad que nos llevaron a dudar del término de nuestra investigación. Afortunadamente después de algún tiempo todo esto se fue superando, al tomar conciencia del significado de la culminación del trabajo, aun con la ausencia de algunas de las compañeras integrantes del equipo, situación que anteriormente no se daba, si alguien faltaba el trabajo no continuaba, pero poco a poco esto mismo avanzó hasta llegar a la culminación.

CAPITULO I

MARCO

TEORICO

EL ESTADO

La superestructura del bloque histórico forma una totalidad compleja en cuyo seno Gramsci distingue dos esferas esenciales: por una parte la Sociedad Política que agrupa el aparato de Estado, por otra la Sociedad Civil, es decir la mayor parte de la superestructura.

A la primera corresponde la función de dominio directo que se expresa en el Estado y en el Gobierno Jurídico. La segunda se define como el conjunto de los organismos llamados privados y corresponde a la función de hegemonía que el grupo dominante ejerce en la sociedad.

En la Sociedad Política se encuentra el Estado, en donde éste constituye su base y su contenido ético, ya que el Estado en su aparato ideológico que lo conforma la clase dominante. Gramsci define al Estado como: Hegemonía revertida de coerción y éste consta de tres características:

1. Por agrupar la superestructura del bloque Histórico tanto intelectual, moral como política.
2. Por articular su equilibrio a partir de éstos dos elementos de la Superestructura. (**Sociedad Política y Sociedad Civil**).
3. Finalmente y sobre todo porque su unidad deriva de su gestión por un grupo social que asegura la homogeneidad del Bloque Histórico.

El estado utiliza este dominio para lograr la hegemonía, así mismo agrupa la Iniciativa Privada, dentro de este principalmente están los medios de comunicación que son los que difunden la ideología de la clase dominante para llegar al consenso necesario para alcanzar su hegemonía.

Es por eso que la Sociedad Civil y la Sociedad Política entre el consenso y la fuerza, no existe de hecho una superación orgánica, una y otra colaboran estrechamente.

"La Sociedad Civil, puede ser considerada bajo tres aspectos complementarios:

1. Como ideología de la clase dirigente, donde abarca las ramas de la ideología desde el arte hasta las ciencias, pasando por la economía, el derecho, etc.
2. Como concepción del mundo difundido entre las capas sociales a las que liga de este modo a la clase dirigente, en tanto se adopta a todos los grupos, de ahí sus diferentes grados cualitativos: filosofía, religión, sentido común, folklore, etc.
3. Como dirección ideológica propiamente dicha, "la estructura ideológica", es decir las organizaciones que crean y difunden la ideología; y el "material" ideológico, es decir los instrumentos técnicos de difusión de la ideología; sistema escolar, medios de comunicación de masas, bibliotecas, etc." ¹

Uno de los aspectos esenciales de la sociedad civil consiste en su articulación interna, es decir en la organización mediante la cual la clase dirigente difunde su ideología. Gramsci califica a esta como organización de "estructura ideológica" de la clase dirigente.

Y reagrupa en la estructura ideológica no solamente las organizaciones cuya función es difundir la ideología, sino también todos los medios de comunicación social así mismo como instrumentos que permiten influir sobre la opinión pública.

En el campo de la Sociedad Civil, Gramsci define a la ideología como "una concepción del mundo" que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de la vida intelectual y colectiva.

Gramsci divide en dos grupos cualitativos a la concepción del mundo: la filosofía y el folklore. Entre éstos dos se encuentra el "sentido común".

1. FORMACIÓN SOCIAL MEXICANA 1, VOL. 1 U.P.N. 28

La filosofía se considera como el estadio más elaborado de la concepción del mundo, es el nivel en donde aparece más claramente la ideología de la clase dominante y esta tiene influencia sobre las normas de vida propagadas entre las clases subalternas.

En tanto el folklore lo conforma el nivel más bajo "el pueblo", es decir las clases subalternas, es una concepción del mundo y no solo no elaborada y asistemática, porque el pueblo, por definición no puede tener conceptos elaborados, sistemáticos y políticamente organizados debido a su contradictorio desarrollo.

Mientras que en la filosofía predominan "los caracteres de la elaboración individual del pensamiento", en el sentido común se trata esencialmente de los "caracteres difusos y dispersos de un pensamiento genérico de cierta época y de cierto ambiente popular", el sentido común aparece como una amalgama de diversas ideologías tradicionales y de la ideología de la clase dominante: el buen sentido.

Si consideramos el bloque histórico en su conjunto, el sentido común aparece como "el folklore de la filosofía", situado a mitad del camino entre la filosofía; de la que toma prestado un núcleo de buen sentido; y el folklore, que le suministra lo esencial de su sedimentación ideológica.

Sólo las ideologías "orgánicas", vale decir ligadas a una clase fundamental, son esenciales. Limita en una instancia a nivel económico de esa clase, con el desarrollo de la hegemonía, la ideología se extiende a todas las actividades del grupo dirigente.

Esta crea una o más capas de intelectuales que se especializan en cada uno de los aspectos de la ideología del grupo. La economía, las ciencias, el arte. En apariencia independientes, las distintas ramas de la ideología, no son más que en los diferentes aspectos de un mismo todo: La concepción del mundo de la clase fundamental.

Gramsci tomó en cuenta a la sociedad civil y en ella están principalmente tres aspectos importantes que son: La ideología de la clase dirigente, la concepción del mundo y la dirección ideológica, éstos toman como base a los medios de comunicación y a la escuela, ya que son utilizados por el estado, para difundir su ideología y a la vez con esto garantiza la perpetuidad de su hegemonía.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A principios del siglo XX el potencial industrial extendió su soberanía sobre el globo. Es aquí donde se inicia la era de los discos y de los sofisticados aparatos electrónicos de los medios de comunicación, así también aparece la segunda industrialización, la que se refiere a las imágenes y a los sueños, ésta penetra en esa gran reserva, el alma humana.

Ahora aproximadamente 50 años más tarde aparecen los medios de comunicación, red nerviosa en que se ha constituido el gran cuerpo planetario, con rotativas, cintas magnéticas, películas y antenas de radio y sobre todo de televisión, éstos ensamblan palabras e imágenes. Las podemos encontrar en todo lo que rueda, navega o vuela, todas llenas de mensajes, que con un aparato, con un gesto o un sonido, son suficientes para que se vuelvan inmediatamente audibles y visibles.

Es después de la segunda guerra mundial, cuando la sociología americana detecta y reconoce la tercera "cultura" llamándole mass-culture, que significa cultura de masas, es decir, producidas según normas masivas de comunicación de fabricación industrial extendidas por técnicas de difusión masivas, a las cuales un extraño neologismo anglo-latino llama mass-media, dirigida a una masa social, es decir a una gigantesca aglomeración de individuos seleccionados sin tener en cuenta las estructuras internas de la sociedad. (**clases, familias, etc.**) El término cultura de masas (**mass-society**) del cual es el equivalente cultural no es un término único; las sociedades modernas pueden ser llamadas "industriales" o "masivas", sino también técnicas, burócratas, capitalistas, de clase burguesa o individualista.

"Todos los medios de comunicación poseen características únicas -dice Abraham Moles- Académico francés - pues son canales de difusión y medios de expresión que se dirigen no a un individuo, sino a un público destinatario en el que cada receptor es anónimo. " 2

Por lo que el ser humano tiene sus propias características y va a interpretar tanto las imágenes como los mensajes que recibe de acuerdo a sus experiencias, conocimientos, esquemas, ideas, etc.

El medio de comunicación masiva, obedece a una dirección unilineal, de arriba hacia abajo, es decir, desde un emisor que transmite la superestructura del modo de producción capitalista hacia un receptor que constituyen una base cuya mayoría no ve reflejada sus preocupaciones y formas de vida, sino las aspiraciones, valores y normas que la dominación burguesa estima más convenientes para su propia reproducción y aceptación.

Dentro de estos medios de comunicación, el que más destaca es la televisión; el cual lo consideramos como un medio de información o difusión que busca el entretenimiento de la sociedad, además la consideramos nociva por la exagerada publicidad comercial, (**sobre todo de productos extranjeros**), también por la monopolización y uso represivo de la información de la élite dominante.

Haciendo un análisis de los programas que los canales televisivos mexicanos producen, generalmente son: caricaturas, películas extranjeras y mexicanas (**la mayoría de ellas de baja calidad**), las películas de buenos contenidos que de vez en cuando transmiten algunos canales, son en horarios entre once y doce de la noche. Muy difícil de ver para el televidente que trabaja y gusta de ver éstas. Así mismo están los programas de concursos y muy pocas son las programaciones que presentan los diversos canales que sean serios y dignos de ser analizados sus contenidos.

"No se quiere decir que por esto, las distintas manifestaciones culturales, religiosas, políticas o folklóricas, o de cualquier otro tipo, sean desplazados por la cultura de masas, todas estas manifestaciones conviven y se interrelacionan en la misma sociedad". 3

① "Los medios de comunicación, una vez transmitidos sus mensajes y habiendo logrado afectar a los receptores, se jactan a los cuatro vientos, de su

ayuda y participan en la promoción de la comunicación entre los hombres, y pregonan el diálogo continuo y permanente, con éstos. Pero se ha olvidado que es el producto de un diálogo entre una producción y un consumo".⁴ Basta con ver qué tipo de programación se transmiten y a quién están dirigidos los comerciales y de qué tipos son, por ejemplo: las caricaturas en el intermedio de estos programas se anuncian alimentos "chatarras" * y juguetes, en el que la creatividad del niño se hace a un lado, puesto que estos últimos lo hacen todo. Los aviones vuelan a través de un control, los carritos caminan solos por medio de baterías; las muñecas creadas para las niñas lloran, comen, bailan, duermen, desplazando la imaginación de los infantes.

➤ Así tenemos que en la televisión se transmiten películas o deportes, cuyos comerciales son: las marcas de vinos, licores, cervezas, autos, inmuebles, línea blanca, cigarros, etc.; este aparato ha creado para cada sujeto un objeto; pero últimamente también ha creado para un determinado objeto un sujeto; esto lo comprobamos en los anuncios de perfumes, autos y bodas, presentan un tipo de hombre o de mujer sofisticados que utiliza determinada marca, inconcientemente dándole a entender al televidente que para llegar a ser como ese sujeto está el objeto que se está anunciando, en pocas palabras un gran consumidor.

↪ Como se puede ver los medios de comunicación, en especial la televisión, tiene como objetivo central "la manipulación de la conciencia", tal como se da hoy en las sociedades existentes, es decir la explotación inmaterial. "Este consiste en imponer ciertas formas de pensar que eliminen la conciencia de ser explotados y las facultades y alternativas políticas de los individuos, para que la mayoría acepte voluntariamente la situación establecida".⁵

El ritmo de vida de producción del desarrollo capitalista nos ha llevado a una forma de vivir tan material que sólo nos preocupamos actualmente por resolver nuestros problemas económicos y cumplir con nuestro trabajo. En ese

4, Toussaint, Florence. Crítica a la información de masas pp. 84.

5 IDEM P.P. 77

* Alimento vacíos en calorías.

trayecto de la casa al trabajo, nos encontramos con embotellamientos provocados por los cierres de carreteras, plantones, marchas y situaciones similares. Ante esos sucesos la información que se da en la televisión es: un grupo de "revoltosos", le impidió a muchas personas llegar a su trabajo, como consecuencia estos trabajadores asalariados están molestos, indignados e indispuestos a seguir tolerando estos tipos de abusos.

El televidente que se encuentra en casa escuchando estas noticias y pensaba salir ese día de compras o movilizarse por otras situaciones, lo suspende por el mensaje que ha recibido, sin hacer un análisis de la situación que llevó a estas personas a realizar dichas actividades; y confrontando la realidad de ellos y la propia, en el cual ambos son explotados por un sistema de producción capitalista.

Sin embargo, tanta es la penetración ideológica de la televisión, en cuanto a sus mensajes, en la conciencia del televidente, que ésta ha llegado a introducirse en su cotidianeidad, trayendo como consecuencia la despolitización del televidente, ya que las informaciones que recibe de cualquier índole (**ya sea en el aspecto deportivo, cultural, social y político**) son presentados unilateralmente, con esto se quiere decir que el emisor no recibe una respuesta inmediata del receptor.

Pero a pesar de los grandes bombardeos ideológicos a través de los mensajes televisivos, hay telespectadores, tanto adultos como infantiles, que tratan de romper con el esquema unidireccional de este medio, que es la T.V. El adulto empieza en su familia, el niño a cuestionar su realidad, el padre aceptando la crítica de los hijos e involucrándolos en las responsabilidades familiares; el infante cuestiona su realidad entre el distante y ajeno mundo en el que vive y el de las imágenes que le proporciona la televisión. Dentro de las sociedades se dan los partidos de oposición y demás instituciones que le van a hacer con sus formas de pensar y actuar contrapeso al estado.

LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

La televisión en México aparece en 1950, este medio ha ocupado un papel preponderante en el desarrollo social, político y cultural.

Este aparato ha llegado a servirle al sistema como fuerza ideológica.

En México existe el monopolio de este medio de comunicación: por una parte está el consorcio Televisa, manejado por el señor Emilio Azcárraga y por el otro lado Televisión Azteca de Salinas Pliego (antes Imevisión), ambas de carácter privado.

Televisa maneja los canales 2, 4, 5 y 9; y televisión azteca: los canales 7 y 13, ambos transmiten en red nacional y todos llegan sus transmisiones a los lugares donde se realizó la siguiente encuesta.

Para que estos medios funcionen en el país, se rigen a través de la Ley de Radio y Televisión, misma que dicta que los medios de comunicación "deben entretener, educar y enaltecer los valores nacionales".

Haciendo un análisis de los programas que transmiten estos canales, nos interrogamos, ¿Qué porcentajes están dedicados a la educación, al entretenimiento y a enaltecer los valores nacionales?.

1. Analizando los canales correspondientes a la empresa televisa, la mayoría de su programación es de entretenimiento, sólo exceptuando algunos programas como son: "Para gente grande", "60 minutos", compensado con otras películas mexicanas, son de carácter educativo y buscan enaltecer los valores nacionales. Por lo consiguiente las series extranjeras, son exclusivas del canal 5.

Las programaciones de carácter educativo se transmiten en horarios que a los niños y a la mayoría de los televidentes, no tienen el tiempo para verlos debido a que se proyectan después de las once de la noche.

Ante esto ¿Realmente el Estado hace algo por regular la programación de estos canales, al no cumplir con la Ley Federal que rigen los medios de comunicación?. Demás está analizarlo, puesto que de ser así, la programación de estos canales, serían completamente diferentes.

Con lo que respecta a los canales 7 y 13 de Televisión Azteca, proyecta demasiados programas de procedencia extranjera, aunque hay que reconocerle que algunos de los programas hechos en México tienen sus propios méritos, tales como "Nexos", "Barriendo la Noticia", "Tienda y Trastienda", "La pregunta de los 64 mil", "El Güirigüiri", "La cosa".

Los programas que transmite la televisión proyectan estereotipos distintos a la realidad del televidente. Por ejemplo la familia presentada como modelo ejemplar es: El padre, la madre, los hijos y aún la abuela rica y consentidora entre ellos. El padre, hombre trabajador, quien vela por la integridad del núcleo y el cual nunca falta a la casa, es un modelo de hombre en el que la honorabilidad de él, no se pone a tela de juicio. En lo que respecta a la figura materna, las características son: alta, rubia, de ojos verdes o azules, quien es presentada como la esposa ideal apoyando a sus hijos (**el niño y la niña**), en sus tareas escolares y otras faenas.

Los modelos de los infantes presentados son un niño y una niña bien vestidos con un amplio léxico al comunicarse con sus padres y demás seres que no presentan problemas de ninguna índole.

Finalmente podemos ver que este tipo de familia que presenta la televisión no concuerda con la realidad del niño, puesto que en la vida de él mismo, encuentra que hay familias en el que el padre y la madre los han abandonado, son huérfanos, avenida de madre soltera, o por las condiciones sociales de los padres, no son atendidos como se supone "debería ser".

Al contrastar los modelos que la televisión le presenta al niño de la familia y compararlo con el contexto en el que vive, él mismo elabora su propia hipótesis, en el que es probable que él jamás alcance a vivir de esa manera;

porque sencillamente su familia es muy distinta a la familia T.V. y posiblemente sienta que se encuentra en una situación inferior.

T.V. Y LA COTIDIANEIDAD

Basándonos en la teoría de Agnes Heller sobre la cotidianidad, ésta especifica que la vida cotidiana es la vida de todo hombre, o sea que el hombre participa en la vida cotidiana con todos los aspectos de su individualidad, de su personalidad.

"En ellas se ponen todos sus sentidos, todas sus capacidades intelectuales, sus habilidades manipulativas, sus sentimientos, pasiones, ideas e ideologías. Las circunstancias de que todas sus capacidades se ponen en práctica determina también como es natural, el que ninguna de ellas pueda actuarse con toda su intensidad. El hombre de la cotidianidad es activo y goza, obra y recibe, es afectivo y racional, pero no tiene ni tiempo, ni responsabilidad de absorberse enteramente en ninguno de esos aspectos para poder apurarlo según toda su intensidad. La vida cotidiana es en gran medida heterogénea y ello desde varios puntos de vista, ante todo el del contenido y la significación o importancia de nuestros tipos de actividades. Son partes orgánicas de la vida cotidiana la organización del trabajo y de la vida privada, las distracciones, el descanso y la actividad social. La maduración del hombre significa en toda sociedad que el individuo se hace con todas las habilidades imprescindibles para la vida cotidiana de la sociedad, o sea la capa social dada". 6

Es adulto el que es capaz de vivir por sí mismo su cotidianidad. Retomando esta teoría podemos darnos cuenta que el niño nace inmerso en una cotidianidad, ya que la sociedad establece normas y estereotipos a seguir en donde el niño se adapta a éstas, las cuales rigen su vida cotidiana, como lo es la familia, en donde él se integra y ocupa un lugar en las cuales tiene derechos y obligaciones; costumbres, hábitos y ejemplos a seguir, así mismo el niño se integra al medio social el cual lo conforman la comunidad, la escuela y la sociedad en general con las que él convive. Desde pequeño observa las actividades que realizan los adultos, las cuales van a formar parte de su vida cotidiana. Una de las principales actividades que se presentan dentro del seno familiar, es invariablemente ver la televisión, utilizando este medio de comuni-

6 - AGNER, Heller. La cotidianidad p.p. 39 y 40

cación como una distracción, una necesidad y un escape a su realidad, ya que la televisión presenta estereotipos a seguir y el niño se apropia de estos modelos de conducta que ésta le presenta, llegando a identificarse con algunos de los personajes televisivos, y a realizar acciones que este medio les presenta, por ejemplo: la violencia, la drogadicción, el pandillerismo, el ocio, etc.

Pero no solamente los programas presentan estereotipos a seguir, sino también los comerciales, véase por ejemplo a la muñeca Barbie que es un producto exclusivamente para las niñas, en tanto que las avalanchas y juegos electrónicos diseñados exclusivamente para niños, mismos que son anunciados en la T.V. a la hora de sus programas favoritos.

La publicidad que reciben estos juguetes sobre todo en donde los niños protagonizan estos comerciales, en donde ésto sirve de argumento de venta, poniendo en el anuncio la chispa inteligente, tierna, humorística o utilitaria. Estos anuncios buscan transmitirle a los niños el deseo de obtener estos juguetes, mismos que son elaborados por consorcios extranjeros, los cuales no benefician la creatividad del niño, ya que son utilizados como un simple entretenimiento, sin embargo forman parte de su vida cotidiana.

LA FAMILIA Y LA TELEVISIÓN

La familia que antes gozaba de autonomía con respecto a su tiempo libre, mismo que era utilizado para la convivencia familiar en la cual se daba el diálogo y el interés por resolver los problemas cotidianos, contarse sus vivencias, etc. Hoy ésa misma se ve invadida por la televisión, medio de comunicación que presenta un modelo de familia, que ella ha creado, diferente a la del televidente. El padre, la madre y los hijos, están pendientes de sus programas favoritos al cual recurren los adultos para entretener a sus hijos y que éstos no salgan a las calles a "perder el tiempo", el adulto agradece la ayuda que la televisión le presta para aplacar los ánimos y utiliza los programas como método de entretenimiento fácil para sus hijos.

Toda la célula familiar en última instancia se convierte en grupo de consumidores de espectáculos, servido a domicilio y buscadores de diversión.

Como se puede ver la televisión ha llegado a ocupar un lugar relevante en la vida cotidiana del ser humano; la familia que disfrutaba del diálogo familiar, las charlas con los vecinos o amigos en los patios de sus hogares, hoy han sido desplazados por los programas televisivos; medio que ha penetrado tanto en la estructura familiar que cada quien hoy goza de sus programas exclusivos, esperando con ansiedad el horario de los mismos; para cada persona este aparato ha creado un determinado tipo de programa. Por ejemplo para los infantes los dibujos animados; para las amas de casa las telenovelas; para el padre los deportes y para toda la familia las películas (**clasificadas en C para adultos, B para adolescentes y adultos y A para toda la familia**), comedias, programas de entretenimiento y de cultura general.

La televisión ha hecho al espectador un esclavo dependiente del medio electrónico, puesto que como la visión es determinante, el televidente no es capaz de desplazarse a otro lado o de realizar otra actividad cuando está "viendo" sus programas, ya que ella generalmente se encuentra ubicada en un solo lugar estratégicamente dentro del hogar, por lo que a la hora de encenderla, los televidentes se reúnen en dicho lugar.

NIÑO - T.V.

La relación del niño y la televisión no se da en el vacío, el niño nace en una sociedad en marcha, con símbolos comunes, modelos establecidos de conducta y posiciones reconocidas. A través de los demás (**especialmente de "otros" de relevante significación**), es como el niño aprende los elementos de su mundo social. Estos "otros" relevantes indican al niño sus actitudes, sentimientos y expectativas. Llamam su atención acerca de los derechos y obligaciones, y cada vez que hacen algo o utilizan un objeto, reflejan valores y proveen significados. "Es más al probar o desaprobar conductas, al dar instrucciones directas y acentuar valores y comportamientos adecuados a una variedad de posiciones y condiciones, definen para él su mundo individual. En este sentido sirven como una especie de mojones sociales y se convierten en modelos para las actividades y el comportamiento. La consecuencia central, tanto en ésta como en otras perspectivas, es que el comportamiento y las actitudes se aprenden en el curso de la interacción social, y que esta clase de aprendizaje no puede tener lugar a menos que las necesidades sean satisfechas".⁷

Podemos observar la influencia de la televisión desde diferentes perspectivas. La televisión puede ser considerada como un posible maestro del comportamiento adecuado para una variedad de posiciones, condiciones y situaciones: como presentadora de modelos de conducta, como proveedora de información que logra extenderse mucho más allá de las experiencia inmediata de cada uno, como suministradora de definiciones y como elemento que nos facilita el conocimiento, incluso los estereotipos en situaciones inciertas y poco claras. Nos puede ofrecer una amplia variedad para la apropiación de modelos que de otro modo serían alcanzables; nos sugiere valores e ideales adecuados para posiciones particulares; nos refleja diversos aspectos de la cultura popular que otros agentes no pueden transmitir; juega un papel en el proceso de socialización que anteriormente era llevado a cabo por otros agentes; puede ser una técnica de premio o castigo en las relaciones de los padres con los hijos, en diversas formas indirectas de relación con otros agentes de socialización, tales como la familia, la escuela y otros grupos de edad similar.

7 Cortes Rocha, Carmen. *La Esc. y los medios de comunicación Educativa*. p. 94

T.V. Y ESCUELA

El niño es un ser que vive inmerso dentro de la sociedad, ésta le proporciona diferentes tipos de educación que son sustentados por el estado, como son: la educación formal, educación no-formal y la educación informal *. La educación no-formal está organizada fuera del marco de trabajo de la escuela formal, orienta su acción en dos sentidos: por un lado al mejoramiento de la vida social o al desarrollo de destrezas ocupacionales específicas, a través de programas no normados por planes curriculares, sino que corresponden a necesidades predeterminadas. Por otro lado, la formación en los niveles correspondientes a la educación básica, media superior y superior, en los que se denomina educación abierta. Esta se rige por planes curriculares específicos y en ellas la responsabilidad del aprendizaje recae fundamentalmente en el educando.

Otra forma de aprendizaje que adquiere el individuo a lo largo de su vida es la educación informal, ya que es relativamente desorganizada y asistemática, pero que, no obstante, proporciona un gran acervo de conocimientos prácticos que cualquier individuo está en posibilidad de adquirir.

EDUCACIÓN FORMAL:

Es el aprendizaje que tiene lugar en las aulas; y se refiere al "Sistema Educativo" jerárquicamente estructurado, graduado cronológicamente, que va desde la educación elemental hasta la superior.

EDUCACIÓN NO FORMAL:

Es la organizada fuera del marco de trabajo de la escuela formal, orienta su acción en dos sentidos; por un lado, al mejoramiento de la vida social o al desarrollo de destrezas ocupacionales específicas, a través de programas no normados por planes curriculares, sino que corresponden a necesidades predeterminadas.

EDUCACIÓN INFORMAL:

Es el aprendizaje que adquiere el individuo a lo largo de su vida. Este tipo de educación es relativamente desorganizada y sistemática: pero que, no obstante proporciona un gran acervo de conocimientos prácticos que cualquier individuo está en posibilidad de adquirir.

Comprende el proceso por el cual cada individuo logra actitudes, valores, habilidades y conocimientos merced a la experiencia diaria, por la relación con los grupos primarios (**familia, amigos, escuela, trabajo**), y secundarios (**grupos políticos, instituciones religiosas y culturales**), o por la influencia del ambiente y los medios de comunicación colectiva.

Con esta modalidad el sistema mexicano, crea y transmite las formas dominantes de la ideología, de modo natural y no planificado. Por ello resulta difícil distinguir ésta acción de la que cumplen la escuela y otras instituciones del estado en procesos no-formales, dado que todas actúan en direcciones o coincidentes y se autorrefuerzan.

Coexisten con las anteriores otra forma de aprendizaje que tiene lugar en las aulas denominándose educación formal y se refiere "al sistema educacional jerárquicamente estructurado, graduado cronológicamente", **8** que va desde la educación elemental hasta la educación superior. La escuela en todos sus niveles (**desde preescolar hasta superior**), ha sido un instrumento fundamental del estado, para reproducir y consolidar la estructura social. Siempre ha ejercido una acción inculcadora que afecta las condiciones de existencia de los individuos en varios aspectos; la pertenencia de clase, el empleo, la imagen de la sociedad y de los individuos dentro de ella, sus relaciones con el poder, posibilidades de actuación política, etc.

"Las normas, valores, actitudes y prácticas que enseña (el sistema), aunque se aprenden en familia y a través de los medios de comunicación, así como por otros medios, son transmitidos predominantemente por la escuela, pues ningún aparato ideológico del estado, dispone de asistencia obligatoria, ni del número de horas diarias, ni de los años con que cuenta la escuela, para su práctica ideológica".⁹

En el ámbito de la normalidad educativa formal, y en los del área no-formal hay rasgos similares, en tanto que ambos proyectos educativos el estado ejerce una supervisión directa y destina cuantiosos recursos para su estructuración.

8 INGLE, Henry. Medios de comunicación y tecnología. Una mirada a su uso en la educación no-formal, p.9

La instancia informal presenta una significativa diferencia en relación con las modalidades formal y no-formal. En términos generales, no tiene supervisión directa del estado en la acción formativa de los perceptores, en ellos ejercen acción como emisores la familia, la religión como instituciones y los grupos privados que controlan los medios de comunicación colectiva, los cuales sin embargo están condicionados por la formación social.

Comúnmente se cree que esta instancia es ajena a la influencia del sistema educativo, dado que en ella no hay planes curriculares determinados, ni maestros, ni alumnos, ni institución escolar.

No obstante los procesos informales provocan cambios de conducta significativos en los perceptores y, por lo tanto, son determinantes en la formación de la conciencia real de los individuos pero no se excluye la factibilidad de que adquieran también la conciencia posible.

"En la instancia informal las relaciones de comunicación interpersonal e intermedia son tan importantes como las colectivas, pues los perceptores están sometidos permanentemente a la influencia del sistema, si no por una por la otra". **10**

Es por eso que cuando el niño acude por primera vez a la escuela, lleva consigo valores, normas, costumbres, varias horas de televisión, y las que algunas instituciones del que se ha rodeado le han vestido.

En la relación familiar, por lo común lo padres actúan en procesos interpersonales, asumen la función de emisores reales, pues ejercen acción propia en la educación de los hijos.

9- Althusser, Luis, citado por Magdalena Salomon "en **panorama** de las principales corrientes de interpretación como fenómeno social", en perfiles educativos núm. 8 (1ª época) p.19.

10 - EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN.

Ello no obstante, con suma frecuencia los mensajes que transmiten, tienen implícitos los propósitos de los grupos secundarios. Esto convierte a los padres en emisores voceros de esos religiosos, políticos, etc., que a su vez actúan como reproductores de normas, valores de vida de un sistema social; al igual que lo hace la televisión quien transmite mensajes a la colectividad. Pero sin embargo la emisión unidireccional de mensajes, por las concretas condiciones técnicas, hace imposible las respuestas del perceptor al emisor. Las llamadas telefónicas o cartas que algunos perceptores de televisión hacen a los canales de televisión, no tienen ningún significado desde el punto de vista cuantitativo no hay proporción significativa que entre centenares de miles de personas, solo diez o veinte puedan establecer relación con el emisor, no cambia la característica unidireccional del mensaje. La relación entre los polos: emisor y perceptores, es desproporcionada, aún cuando el emisor esté constituido por un grupo numeroso (**es el caso de la televisión y otros**).

En la modalidad formal, la institución escolar, actúa, como emisor vocero de un sistema mayor (**el estado, que es el emisor real**), en tanto determina con base en planes y programas de estudio (**ajustados a políticas educativas globales**), los contenidos de los mensajes que los maestros deben transmitir a los estudiantes.

Sin embargo estos mensajes no sólo están determinados por la institución, sino también por la forma en que el maestro presenta la información, lo cual influye directamente en la información misma; y ésta presentación, además, depende de la intencionalidad. (**La intencionalidad está determinada por el propósito del emisor y también por la autoevaluación y evaluación. Por autoevaluación se entiende la definición y valoración que hace el emisor de sí mismo y de su actividad. Por evaluación, la manera en que el emisor valora a sus perceptores quienes pueden ser evaluados como seres superiores, iguales o inferiores**).

Esta forma de evaluar a los estudiantes es congruente con ciertas pautas básicas que presentan el sistema escolar en su conjunto, tales como reconocimientos de la autoridad directa (**el propio maestro, el funcionario**), y de la autoridad impersonal (**el plan y los programas de estudio, las normas de conducta**), y de sus decisiones sobre lo que debe hacer y aprender:

"...Aceptación de las jerarquías, sujeción a las disciplinas y al orden formal, desvalorización de la experiencia y el interés propios que subordinan a un saber programado por otros y se presenta como el único válido...e integración a formas de evaluación que premian la capacidad de cumplir instrucciones y repetir información, competencia por retribución (**calificaciones**), etc." 11

Esta forma de actuar de los maestros no siempre es intencional, ni planificada, ni reflexiva simplemente es un reflejo de la estructura en la que están inmersos; sin embargo, el sistema educativo en México, posee una relativa autonomía capaz de generar procesos internos que tienen una dinámica propia. En este sentido, el sistema no se agota en la realización de funciones sólo determinados desde el exterior. Hay quienes participan en el proceso educativo con una concepción contraria a la impuesta por la enseñanza tradicional.

Así, quienes rechazan la concepción según la cual el quehacer educativo es un acto de transmisión del saber en un solo sentido, explican la educación como un proceso de comunicación participativa, en el que los participantes intercambian mensajes, ideas, actitudes, conocimientos, experiencias, a través de los cuales es posible formar, a partir de la conciencia real, la conciencia posible.

Conforme a esta visión, la práctica educativa con que los perceptores del proceso enseñanza-aprendizaje pasan de la posición terminal a la participativa, ha venido produciendo paulatinamente acciones participativas principalmente en la modalidad no formal en comunidades rurales, de donde ha trascendido en forma aislada el área escolar.

LA MEDIACIÓN FAMILIAR Y ESCOLAR EN LA INTERACCIÓN TELEVISIVA DE LOS NIÑOS

La condición socializadora de la familia se manifiesta en la vida cotidiana. Esto no significa que los padres de familia no sean capaces de comunicar conceptualmente sus valores y creencias a sus hijos, sino que por lo general van implícitos en actividades e interacciones de la vida diaria. Con respecto a la interacción televisiva de los niños, las madres por lo general asumen posiciones e impiden o permiten que los niños vean la televisión, sin explicar su elaboración conceptual o proporcionar a los niños sus razones para ello, esto quiere decir que las madres enfrentan al infante contra este poderoso aparato, al permitirles verlo o prendérselos, sin antes haberles escogido, sus programas o proporcionarles elementos críticos a sus hijos para enfrentarse a este medio de comunicación o sencillamente ellas asumen una posición negativa a prender o ver la televisión sin poder darles bases suficientes a sus hijos de esta decisión que han tomado, lo que las madres piensan de la televisión y de programas específicos, por una parte, por otra parte, lo que consideran que debe ser la educación de sus hijos, son los elementos más importantes para entender su preocupación y sus estrategias de intervención, en la interacción televisiva.

Sin embargo, las razones por lo que se considera que la televisión no es vista como algo neutral, y ésto varía en las familias de acuerdo a su estrato sociocultural al que pertenezca. Las madres más preocupadas por la influencia de la televisión en la educación de sus hijos son los que pertenecen a los estratos medios. En los estratos altos y bajos, las madres se preocupan menos, entre las madres de estratos altos, la televisión tiende a ser vista en términos más relativos, debido a que sólo es una posibilidad entre otras, para que los niños pasen su tiempo libre. Esto significa que la televisión en tanto es una fuente de aprendizaje, es considerada sólo como una más entre otras muchas, a la que los niños ricos regularmente tienen acceso.

Para las madres de estratos bajos, por lo contrario, la presencia de la televisión comercial en el desarrollo educativo de sus hijos frecuentemente significa una posibilidad para un mayor aprendizaje de los niños, sobre todo



cuando estos no tienen otras opciones en su tiempo libre. Esto sin embargo, no significa que la programación televisiva sea vista como inocua. Las madres de éstos estratos tienden a preocuparse por el contenido y la orientación de ciertos programas, por ejemplo: los que tienen un fuerte grado de violencia, por la presencia general y creciente de la televisión en la vida diaria de los niños.

12

* Para las madres de estratos socio-culturales altos, la televisión muchas veces es vista como una diversión barata y mala, "pobre culturalmente", en comparación a otras actividades como las de ir al club, al teatro o viajar.

Los factores que intervienen en la preocupación de las madres con el papel de la televisión puede jugar en la educación de sus hijos son muy variados. Algunos tienen su origen en el estrato sociocultural al que pertenecen, otros incluso, se explican por la procedencia geográfica de las familias, otros factores están relacionados con un nivel educativo y las características de las ocupaciones y ambientes de trabajo de los padres.

La preocupación de las madres con la influencia de la televisión en los niños tampoco coincide totalmente con su intervención en la interacción televisiva de sus hijos; es decir, con sus estrategias de mediación. No obstante, pueden encontrarse ciertos patrones generales. La razón es que aún habiendo coincidencias entre el grado de preocupación y mediación implementada, esta no sólo depende de la disposición a la voluntad para realizarla, sino de otros elementos más situacionales, tales como la presencia de la madre en el hogar. Los patrones están a su vez asociados a otros elementos de clase, situación geográfica y orientación profesional de los padres.

"La mayor inconsistencia entre preocupación por la televisión y mediación la encontramos entre las familias de estratos socioculturales altos. Por el contrario, entre las "madres más consistentes" son aquellas de los estratos más bajos".

La explicación que parece más plausible para entender esta diferencia, es que la mayoría de los niños de los niveles más bajos, casi nunca ven la tele-

LA T.V. INFANTIL NO EXISTE COMO TERMINO.

visión solos. Lo hacen en compañía de hermanos, vecinos y parientes y por supuesto de alguno de sus padres.

Esto abre la posibilidad de que dé un mayor intercambio a partir del programa que están viendo y los adultos hagan comentarios, aprobatorios o desaprobatorios sobre el contenido de los mensajes televisivos, pero también a que la selección de canal y programa sea hecha por otros y no por los niños.

La sola presencia de otros, especialmente adultos, durante el tiempo de ver la televisión permite que haya una mayor intervención en esa etapa de interacción directa (**física**) de los niños con la programación televisiva". **13**

LA PSICOLOGÍA DEL NIÑO

El aprendizaje infantil empieza mucho antes de que el niño llegue a la escuela. Todo tipo de aprendizaje que el niño encuentra en la escuela tiene siempre una historia previa. Por ejemplo: los niños al asistir a la escuela por primera vez ya saben contar puesto que han tenido experiencias previas con cantidades. Así mismo clasifican, suman, restan y dividen; se aprenden el nombre de los objetos que les rodean. Es por eso que se dice que el aprendizaje y el desarrollo están interrelacionados desde los primeros días de vida del niño.

Para Vygotski: "el estado de desarrollo mental de un niño puede determinarse únicamente si se lleva a cabo una clasificación de sus dos niveles: el nivel de desarrollo real y el de la zona de desarrollo próximo.

El primero define funciones que ya han madurado es decir, los productos finales del desarrollo. Si un niño es capaz de realizar esto o aquello de modo independiente, significa que las funciones para tales casos han madurado.

La zona de desarrollo próxima, define aquellas funciones que todavía no han madurado, pero que se hayan en proceso de maduración, funciones que en un mañana próximo alcanzarán su madurez y que ahora se encuentran en estado embrionario. Estas funciones podrían denominarse "capullos" o "flores" del desarrollo en lugar de "frutos" del desarrollo. El nivel de desarrollo real caracteriza el desarrollo mental retrospectivamente, mientras que la zona de desarrollo próximo caracteriza el desarrollo mental prospectivamente.

La zona de desarrollo próximo es un rasgo esencial de aprendizaje, es decir, el aprendizaje despierta una serie de procesos evolutivos capaces de operar sólo cuando el niño está en interacción con las personas de su entorno y en cooperación con algún semejante. El aprendizaje no equivale al desarrollo; no obstante, el aprendizaje organizado se convierte en desarrollo mental y pone en marcha una serie de procesos evolutivos que no podrían darse nunca al margen del aprendizaje. Así pues, el aprendizaje es un aspecto universal y necesario del proceso de desarrollo culturalmente organizado y

específicamente humano de las funciones psicológicas". 14

Una total comprensión del concepto de la zona de desarrollo próximo debe desembocar en una evaluación del papel de la imitación en el aprendizaje. Un principio inamovible de la psicología clásica es que únicamente la actividad independiente de los niños, no su actividad imitativa indica su nivel de desarrollo mental. Este punto de vista se expresa de modo manifiesto en todos los sistemas de test actuales. Al evaluar el desarrollo mental, sólo se toman en consideración aquellas soluciones que el niño alcanza sin la ayuda de nadie, sin demostraciones ni pistas. Tanto la imitación como el aprendizaje se consideran como procesos puramente mecánicos. No obstante los psicólogos más recientes han demostrado que una persona puede imitar solamente aquello que está presente en el interior de su nivel evolutivo. Así por ejemplo, si un niño tiene dificultades con un problema de aritmética y el profesor lo resuelve en la pizarra, el niño podrá captar la solución rápidamente. Pero si el profesor resolviera un problema de matemáticas avanzado, el niño nunca podría comprenderlo, por mucho que tratara de imitarlo.

Los niños pueden imitar una serie de acciones que superan con creces el límite de sus propias capacidades. A través de la imitación son capaces de realizar más tareas en colectividad o bajo la guía de los adultos.

CAPITULO II

MARCO

CONTEXTUAL

CARACTERIZACION DE LA REGION

La región del Istmo, ubicada en la parte sureste del estado de Oaxaca, lugar donde se llevó a cabo la presente investigación, específicamente en cuatro comunidades de ésta: (El Espinal, Sto. Domingo Tehuantepec, Sta. María Mixtequilla y la Cd. de Salina Cruz), se caracteriza por ser un lugar en el que todavía las costumbres ancestrales se hacen presentes en la vida cotidiana de los habitantes del Istmo. Antiguamente el zapoteco era la lengua nativa que utilizaban para comunicarse, después de la llegada de los españoles, fueron castellanizados, convirtiendo a la mayoría de la población en bilingües, situación que hasta nuestros días sigue vigente en algunas personas. El vestuario antiguamente se componía de huipil, la enagua para la mujer; el pantalón y la camisa de manta blanca en el hombre calzando huaraches y la dama descalza.

Para alimentarse sembraban principalmente el maíz entre otros y la producción que obtenían era para su autoconsumo, las mujeres se dedicaban a hacer tortillas y cocerlas en el comal y comiscal; artefactos que los habitantes del lugar elaboraban.

Actualmente algunas costumbres se han ido haciendo a un lado debido al avance tecnológico de la ciencia llegando a modificar el modus vivendi de éstas personas.

En la actualidad, éstos habitantes solamente las mujeres ancianas conservan las formas antiguas de vestir, por lo que respecta a las generaciones jóvenes, sólo portan el traje típico en alguna festividad, baile o cualquier otro acontecimiento del lugar. Tanto los hombres como la mayoría de las mujeres han optado por vestirse a la manera occidental influidos por la televisión medio que ha llegado a penetrar en la conciencia de éstos habitantes, desplazando no solamente su forma de vestir sino también su alimentación; así las tortillas que tradicionalmente se elaboraban en el hogar, actualmente se consumen ya elaboradas; por lo consiguiente el anafre ha sido desplazado por la estufa; también esta influencia de la televisión se nota en la indumentaria típica, pues actualmente el traje regional se hace acompañar de

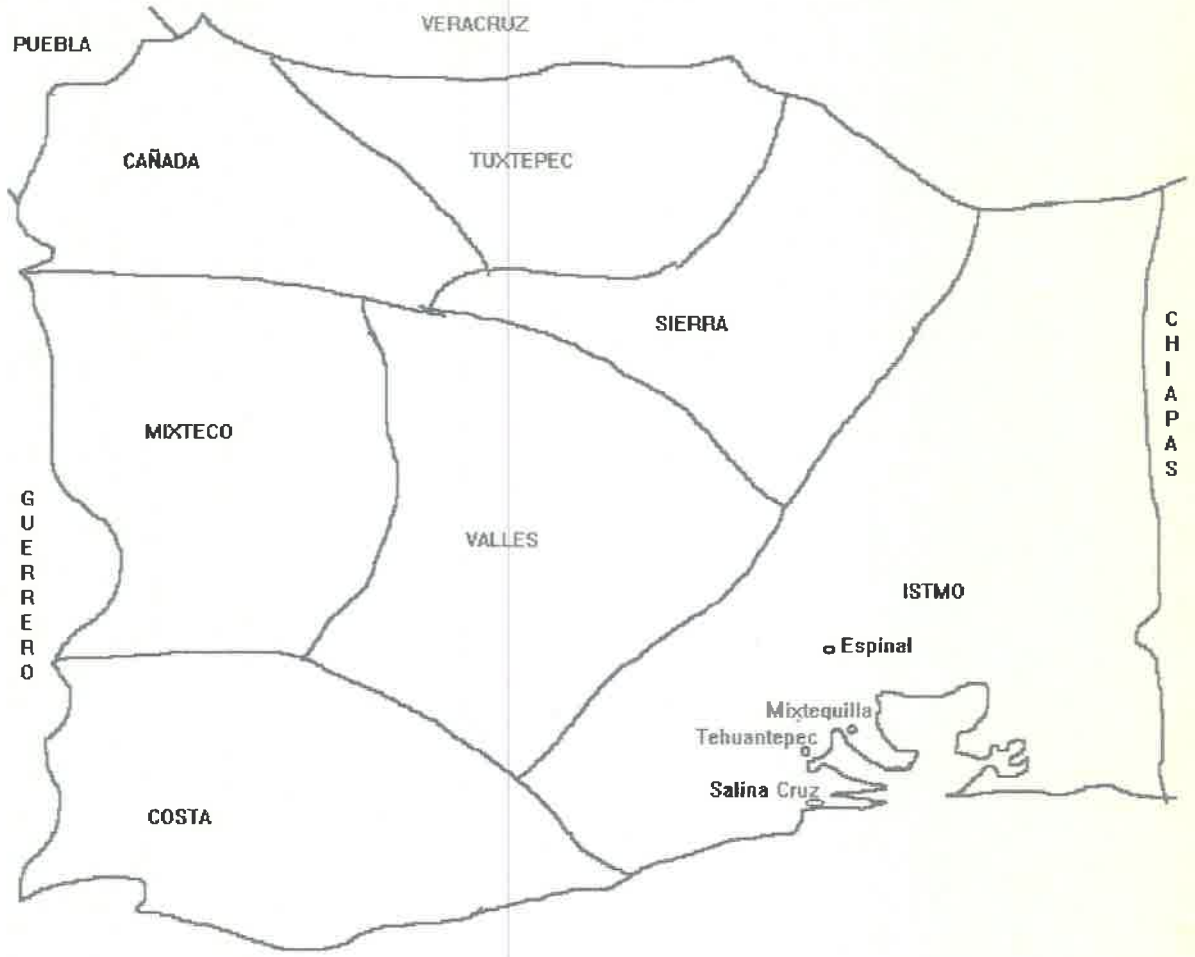
zapatos "propiciando una situación de cambio en las costumbres legadas de sus antepasados".

Es importante tomar en cuenta que a pesar de que los cuatro lugares se localizan en la región del istmo, existen grandes diferencias en cada una de éstas comunidades. La ciudad y puerto de Salina Cruz su población es eminentemente cosmopolita, ya que la mayoría de sus habitantes provienen de distintas partes de nuestra República Mexicana, y viven principalmente de las fuentes de trabajo que ofrece la Refinería situada en el lugar, así mismo como la pesca, agricultura en pequeña escala, transportes marítimos y ferroviarios, etc.

La ciudad de Tehuantepec, a pesar de contar con una gran población, las costumbres ancestrales en las festividades no se han perdido, siguen conservándose no en su totalidad, ya que ha influido en dichas costumbres la modernización. Así mismo el lenguaje materno se hace presente en las generaciones adultas, conservándose en algunos jóvenes y perdiéndose en la mayoría, en este caso el zapoteco, situación que se da en este distrito.

La población de Mixtequilla, su descendencia es de origen mixteco, en el cual la influencia zapoteca se hace presente en el vestuario, costumbres, exceptuando el lenguaje; este lugar cuenta con tierras productivas 100% cultivables y su población es en la mayoría campesina.

Con respecto a la población de El Espinal, las costumbres tienen marcada influencia occidental, únicamente las personas mayores conservan el uso del vestido típico tehuano, mientras que en los jóvenes esto ha desaparecido y únicamente lo utilizan en las festividades de la población; en cuanto a las tierras cultivables de este lugar, estas han dejado de tener rendimiento productivo debido a que en ella existió un ingenio azucarero por el cual los terrenos dejaron de ser redituales.



| | | | | |
|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| | El Espinal | Salina Cruz | Sta. Maria Mixtequilla | Sto. Domingo Tehuantepec |
| TOPONIMIA | "Lugar entre las espinas" | Salina Vía Lugar de sal colorada | Lugar entre las nubes | Cerro del tigre en náhuatl o guisí en zapoteco. |
| CENSO DE POBLACION | 7,710 | 66,147 | 3,631 | 46,959 |
| LENGUA | español y zapoteco | español | español | español y zapoteco |
| CLIMA | cálido seco | cálido seco | cálido seco | cálido seco |
| FUENTES DE TRABAJO | la agricultura para autoconsumo | La refinería La pesca Dique seco. | agricultura de riego y temporal | agricultura de riego y temporal |
| DISTRITO | Juchitán | Tehuantepec | Tehuantepec | Tehuantepec |

CAPITULO III

MARCO

METODOLOGICO

ESTRATEGIA DE LA INVESTIGACION

En nuestra experiencia escolar notamos que los infantes manifiestan distintos estereotipos tomados de la televisión a la hora de hablar, vestirse peinarse, alimentarse y repetir ciertos slogans de algunos programas nuevos que aparecen en la televisión por lo que quisimos saber si en la misma proporción los alumnos conocían algunos personajes históricos que participaron en hechos que fueron trascendentales para el cambio social de nuestro país y los lemas dichos por ellos en su momento.

Estas manifestaciones nos llevaron a plantear las siguientes interrogantes: ¿Los tipos de programas preferidos de los niños se relacionan con los estados de ánimo tales como: reír, llorar, emocionarse, divertirse?.

¿ Los estereotipos propuestos por la televisión tienen mayor influencia en los niños que los que propone la escuela ?.

Estos planteamientos nos llevaron a realizar una investigación (de campo). Misma que se llevó a cabo en la región del Istmo de Tehuantepec, del estado de Oaxaca, en 5 escuelas públicas de diferentes Zonas escolares (veáse el siguiente cuadro).

| ESCUELA | CLAVE | MUNICIPIO | TIPO DE ESCUELA | No. DE ALUMNOS | FECHA DE FUNDACION |
|-----------------------------|------------|-------------|-------------------|----------------|--------------------|
| "LUIS B. TOLEDO" | 20DPR2148Q | ESPINAL | PRIM.URB.FED.MAT. | 460 | 01/X/43 |
| "JOSE MA. MORELOS" | 20DPR1169W | MIXTEQUILLA | PRIM.URB.FED.MAT. | 415 | 1950 |
| "HEROES DEL 21 DE ABRIL" | 20DPR1789D | SALINA CRUZ | PRIM.URB.FED.MAT. | 185 | 21/IV/63 |
| "CUAUHTEMOC" | 20DPR1856L | TEHUANTEPEC | PRIM.URB.FED.MAT. | 182 | 10/II/36 |
| "PATRIA" | 20DPR1408F | TEHUANTEPEC | PRIM.URB.FED.MAT. | 420 | 02/IX/69 |

Los planteamientos citados anteriormente nos llevaron a estructurar una encuesta piloto con la finalidad de obtener datos importantes que justificaran la continuación de esta investigación o en su defecto deshacerlo.

Esta encuesta piloto se estructuró con 10 preguntas. La primera de ellas considerada como la más relevante de este trabajo, era si los niños veían la televisión, puesto que en base a ella, tendrían respuestas las demás.

La segunda se refería a qué canales les gustaba más, ya que cada uno de ellos, tienen sus características propias que se definen en base a su programación que escogen.

La tercera pregunta tenía como finalidad sustentar la respuesta de la pregunta anterior, en base a ésta se obtenía el tipo de programación que los encuestados prefieren.

Con lo que respecta a las preguntas 4 y 5 nos pareció interesante saber cuál era el personaje favorito de ellos y por qué les gustaba más, tomando en cuenta las características de sus personajes televisivos, podríamos conocer la influencia de éstos o si determinaban de alguna manera su forma de vestir, hablar, peinarse, etc.

En el momento de aplicar esta encuesta, estaba un programa en voga de entretenimiento, llamado "ANDALE" por lo que en la pregunta 6, se planteó, si se conocía el nombre del conductor de este programa televisivo, con el propósito de conocer si a los niños les interesaba este tipo de programación.

Y con el mismo fin, fueron planteadas las preguntas 7, 8, 9 y 10 diferenciándose de ellas la pregunta 7 que se refería a los personajes de las caricaturas, la pregunta 8, qué telenovela les gustaba más, para tomar en cuenta en qué horario se transmitía ésta, de acuerdo con las que en ese tiempo estaban al aire. La penúltima pregunta, la número 9 se refería a qué caricatura les gustaba más, para conocer si por ser niños, tenían los mismos intereses, no tomando en cuenta sus edades y sexo si a la vez se inclinaban por un mismo tipo de programación, en éste caso la citada.

En la última pregunta de esta encuesta, se pretendía saber si los niños conocían el programa musical que es transmitido todos los domingos por el canal 2, y sobre todo quién es el conductor de dicho programa y de su slogan "Aun hay más".

La encuesta piloto consistía en contestar 10 preguntas, las interrogantes 1, 2, 3, 4, 5, 8 y 9 eran de tipo abiertas y las preguntas 6, 7 y 10 fueron cerradas.

Esta encuesta fué aplicada a los niños de las escuelas donde laboramos, con los grupos a nuestro cargo, del primero al tercer grado durante el ciclo escolar 1991-1992.

La prueba piloto se le aplicó a 152 alumnos, de los cuales se tomaron 10 encuestas al azar, de cada uno de los 5 grupos, obteniéndose en total 50, siendo tipo de muestreo por conglomerado, debido a que la selección se realizó por grupos y no individual.

Los resultados obtenidos de esta prueba piloto nos sirvieron para continuar el trabajo de investigación, siendo que los resultados obtenidos sustentaban el seguimiento del mismo y a la vez poder apoyarnos para estructurar las preguntas que serían incluidas en el cuestionario final.

Cabe señalar la dificultad que se encontró en la prueba piloto, en el momento de aplicarla a los niños de primer año, debido a que se tenía que leerles las preguntas contenidas en las mismas. Hecho que nos sirvió de antecedente en la investigación para no trabajar con este grado posteriormente, puesto que puede influir el énfasis con el que el entrevistador le lea la pregunta al entrevistado.

El cuestionario final quedó estructurado de la siguiente manera: el mismo contenía 10 preguntas que, para poder cuantificar los datos se dividieron en apartados. La primera pregunta era que si veían la televisión, la finalidad consistía primero que nada en conocer si estos niños interactuaban

con este medio electrónico. El otro apartado se refería a las preferencias televisivas, incluían las preguntas: 2, 4, 5 y 8; el objetivo era conocer los tipos de programas que más les gustaba y el por qué de ellos, esta última pregunta se refería a los sentimientos que los programas les producían y en el momento de verlos y así mismo en este apartado se quería conocer quiénes eran los personajes favoritos de éstos niños y si estos últimos se relacionaban con el tipo de programa que ellos preferían.

Por lo que se refiere al apartado de identificación, en él, se incluían las preguntas: 6, 7, 9 y 10. Con ellas el objetivo que se pretendía consistía en cuantificar a quiénes reconocían más los niños; si a los héroes patrióticos y sus lemas o a los personajes creados por la televisión, así como algunos slogans utilizados en este medio electrónico.

La encuesta final se le aplicó a 123 alumnos, tomando de cada grupo 10 encuestas al azar, siendo en total 50 encuestados, 21 de ellos del género masculino y 29 del género femenino.

Los grados seleccionados para trabajar fueron del tercero al sexto grado, debido a que se facilitaba la obtención de datos; cabe mencionar que dos de los grupos con que se trabajó con esta investigación no estaban a nuestro cargo, puesto que teníamos el primero y el segundo grado, por lo que se procedió a buscar otro grupo dentro del mismo plantel, el 5º. grado de la escuela "Luis B. Toledo" y el 6º. de la escuela "Héroes del 21 de Abril".

La aplicación de esta encuesta se llevó de la siguiente manera: (véase el siguiente cuadro)

| ESCUELA | GRADO | GRUPO | No. DE ALUMNOS | LOCALIDAD |
|--------------------------|-------|-------|----------------|-------------|
| "PATRIA" | 3o. | "A" | 10 | TEHUANTEPEC |
| "CUAUHTEMOC" | 4o. | "B" | 10 | TEHUANTEPEC |
| "JOSE Ma. MORELOS" | 5o. | "A" | 10 | STA. MARIA |
| "LUIS B. TOLEDO" | 5o. | "C" | 10 | EL ESPINAL |
| "HEROES DEL 21 DE ABRIL" | 6o. | "A" | 10 | SALINA CRUZ |

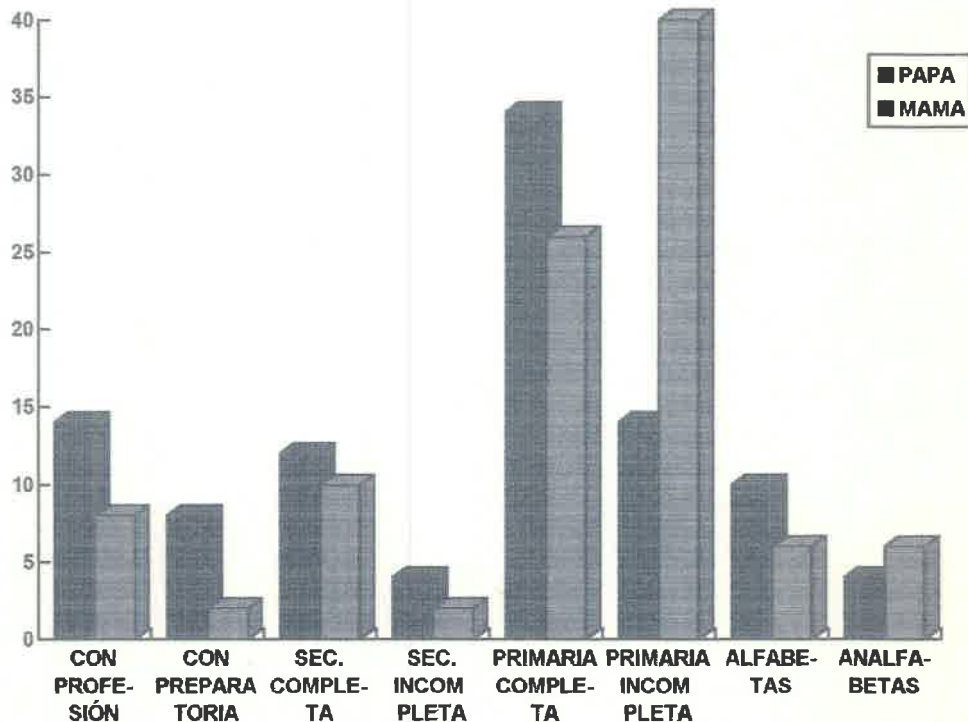
En las preguntas anteriores se trabajó de la siguiente manera:

El entrevistador iba llamando por separado a cada uno de los alumnos encuestados y se les mostraba una a una las tarjetas de acuerdo al orden de la numeración para que éstos reconocieran a quién pertenecía dicha imagen y él mismo lo anotara en su cuestionario en el que se encontraba enumerados de acuerdo a las tarjetas.

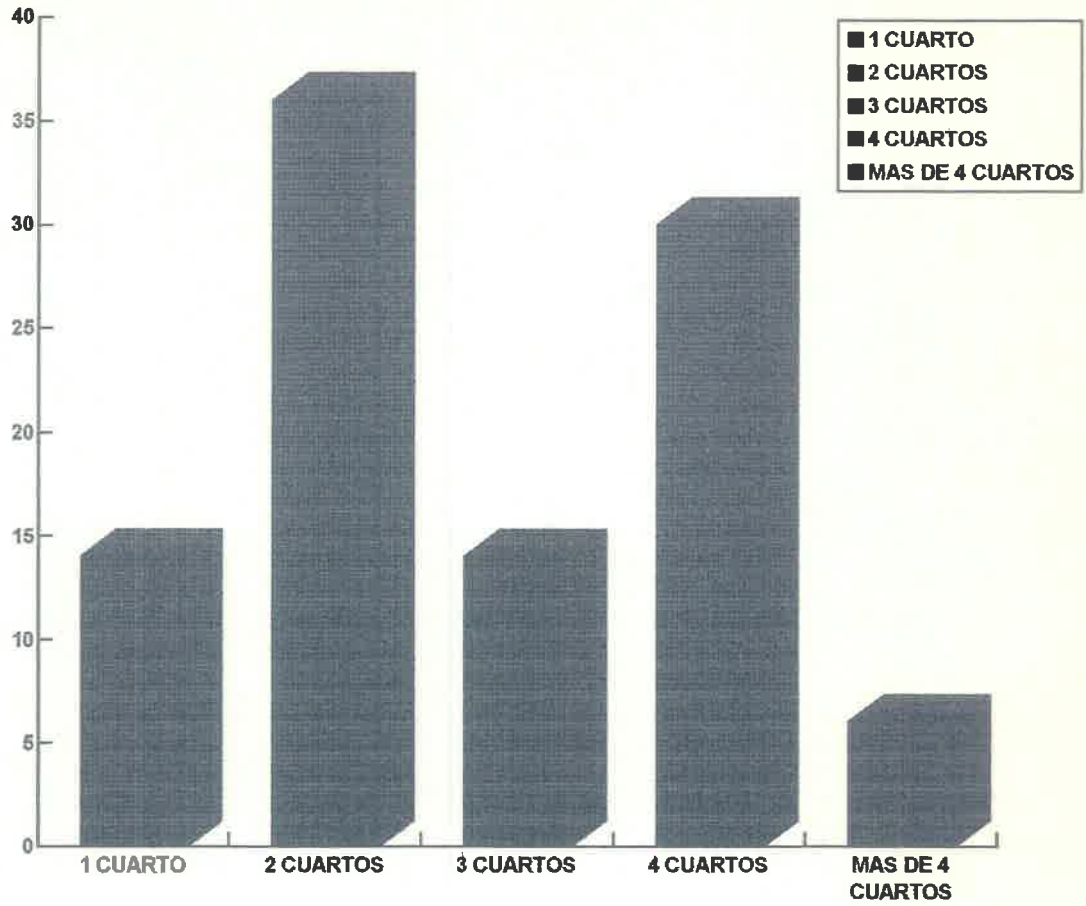
Posteriormente se le proporcionó a cada uno de los alumnos seleccionados una encuesta socioeconómica para que lo llevaran a su hogar, con la finalidad de que lo resolvieran con la ayuda de sus padres, así mismo quisimos tener conocimiento del tipo de vivienda y los aparatos eléctricos que poseían en sus hogares, sobre todo saber si tenían en su casa una televisión, medio de comunicación que fué el que nos motivó a realizar esta investigación.

Las características de las preguntas 1A), 2A); cerradas: 3, 4 y 5; de selección múltiple las preguntas 6, 7 y 8, en el cual se obtuvieron los siguientes resultados:

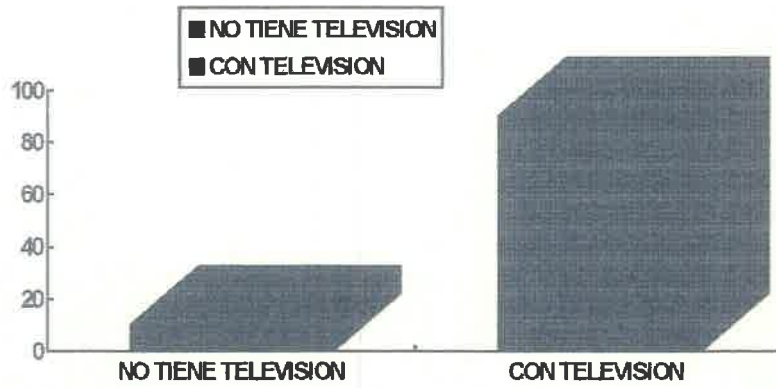
ENCUESTA SOCIOECONOMICA



CASA



TELEVISION



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA.

De la investigación realizada en las escuelas antes mencionadas para poder procesar y analizar los datos: se dividieron en tres apartados, la primera parte, corresponden a clasificación tele-adicto y posesión del mismo del cual tuvimos que plantear la siguiente interrogante ¿Cuántos alumnos poseen un medio electrónico en casa y cuántos ven la televisión a pesar de no poseerlo en su hogar?

La segunda parte corresponde a las preferencias de los televidentes, en ellas se incluyen los resultados de las preguntas: 2, 3, 4, 5 y 8, de la segunda encuesta.

La tercera parte cuantifica la identificación de algunos personajes de la historia de nuestro país y el de ciertos artistas de la televisión, así como algunas frases célebres dichos por los mismos.

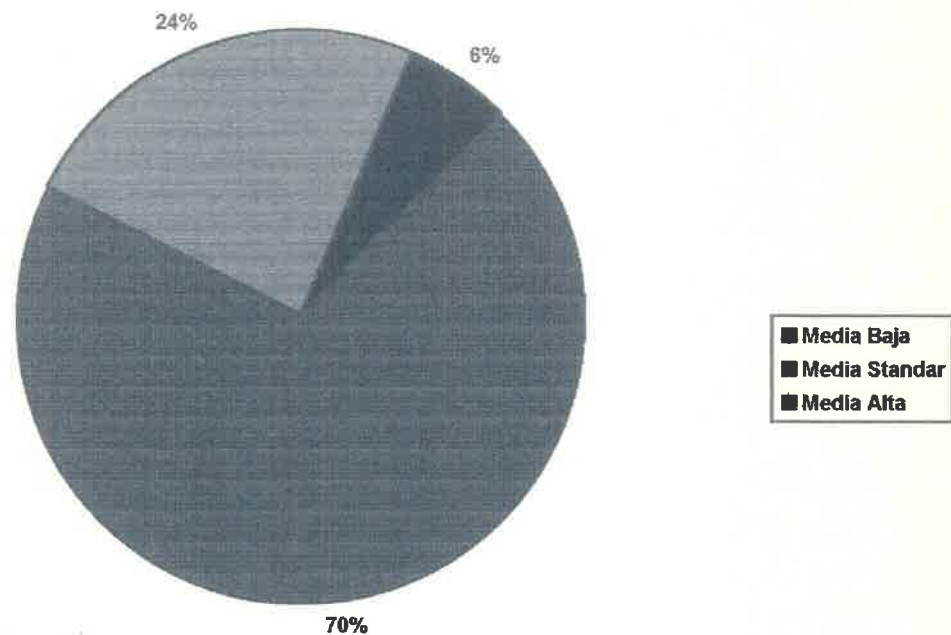
En el presente trabajo, los resultados obtenidos de la investigación se darán de acuerdo a la condición social de los padres de los niños con que se trabajó, clasificados arbitrariamente de la siguiente manera: media baja, media estándar y media alta.

Las escuelas primarias ya mencionadas en las que se llevó a cabo la investigación, se caracterizan por ser la población escolar de condiciones sociales diferenciadas, predominando la media baja con un 70%, la media estándar un 24% y la media alta de un 6%, datos tomados de la encuesta socioeconómica aplicado a los padres de familia de los alumnos encuestados.

Tres de éstas instituciones escolares: "Héroes del 21 de Abril", "Patria" y "Cuahutémoc" a pesar de encontrarse en lugares urbanizados es de notarse que la población escolar estudiada, son de escasos recursos. Sin embargo esto no los hace ajenos a conocer un medio electrónico "en este caso la televisión" o a poseerla, tal como lo demuestran las encuestas; el 92% de estos niños cuenta con un televisor en su hogar, solamente el 8% está ausente

en su hogar este medio de comunicación; sin embargo esto no quiere decir que estén ajenos a la influencia de los mensajes de la televisión.

GRAFICA 1
CLASIFICACIÓN DE LA MUESTRA
POR CONDICIÓN SOCIAL



Dentro de la clase media baja se incluyeron a los campesinos y obreros, en la clase media standar: empleados y comerciantes, y para la clase media alta se incluyeron a los padres que tienen una profesión o un empleo fijo.

De los niños encuestados, el 6% pertenecen a la clase media alta, el 24% a la clase media standar y el 70% a la clase media baja.

Muestra que se caracteriza por ser la población de condiciones económicas bajas y en el que a pesar de sus situaciones antes mencionadas, un medio de comunicación como es la T.V., no hace falta, puesto que al

cuestionárseles en la encuesta socioeconómica (anexo 3), que sí poseían un medio como éste en su hogar, el 92% respondió que sí, solamente el 8% dijo no poseerlo, sin embargo esto no es motivo para que sean ajenos a las transmisiones televisivas, ya que el 100% de los infantes respondieron que sí ven la televisión.

CAPITULO IV

ANALISIS

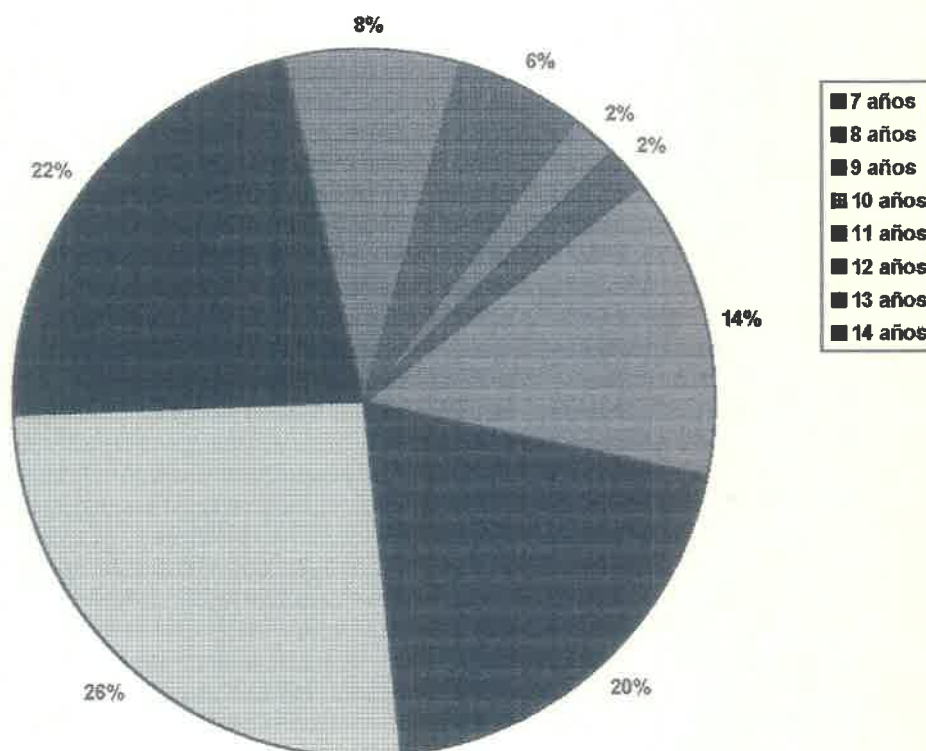
DE

DATOS

PREFERENCIAS TELEVISIVAS

Al hacer un análisis de los resultados obtenidos de la encuesta final aplicada a los 50 niños, siendo 21 de ellos del sexo masculino y 29 del sexo femenino, fluctuando la edad de éstos entre los 7 y los 14 años respectivamente.

GRAFICA 2
Por edad

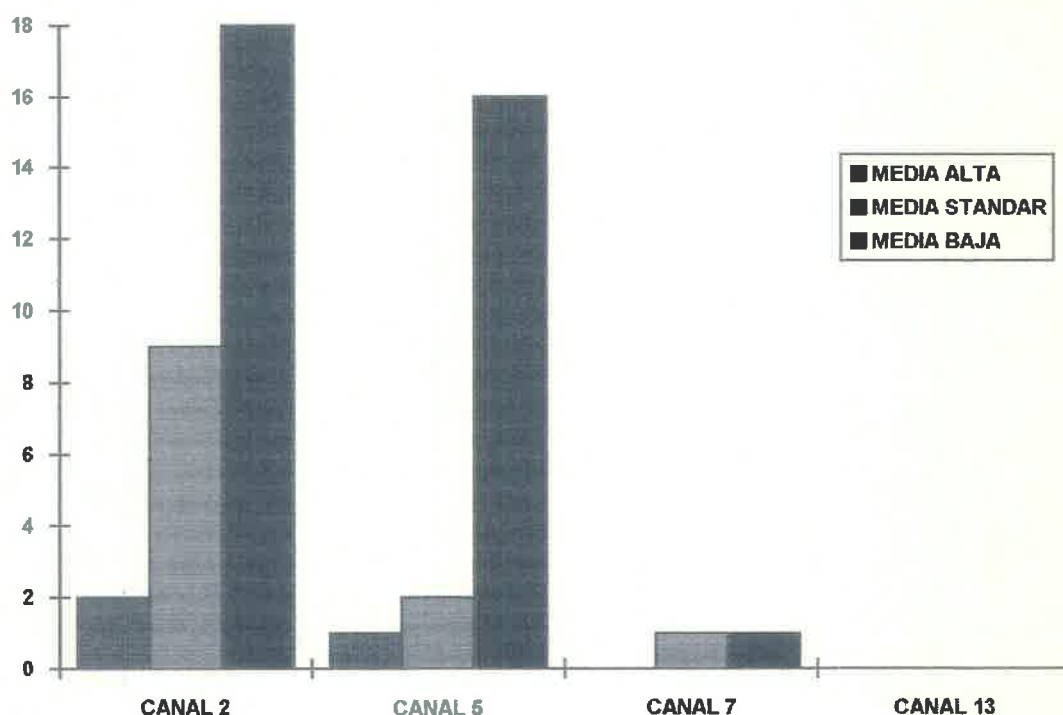


dentro del rubro preferencias televisivas, se quiso saber qué canales preferían más los niños; tomando en cuenta los canales que se sintonizan en la región, los cuales son: 2, 5, 7 y 13.

El canal con mayor rating fue el 2 (**58%**), de los televidentes lo prefieren, siendo el 36% de ellos de condición media baja, mientras que el canal 5

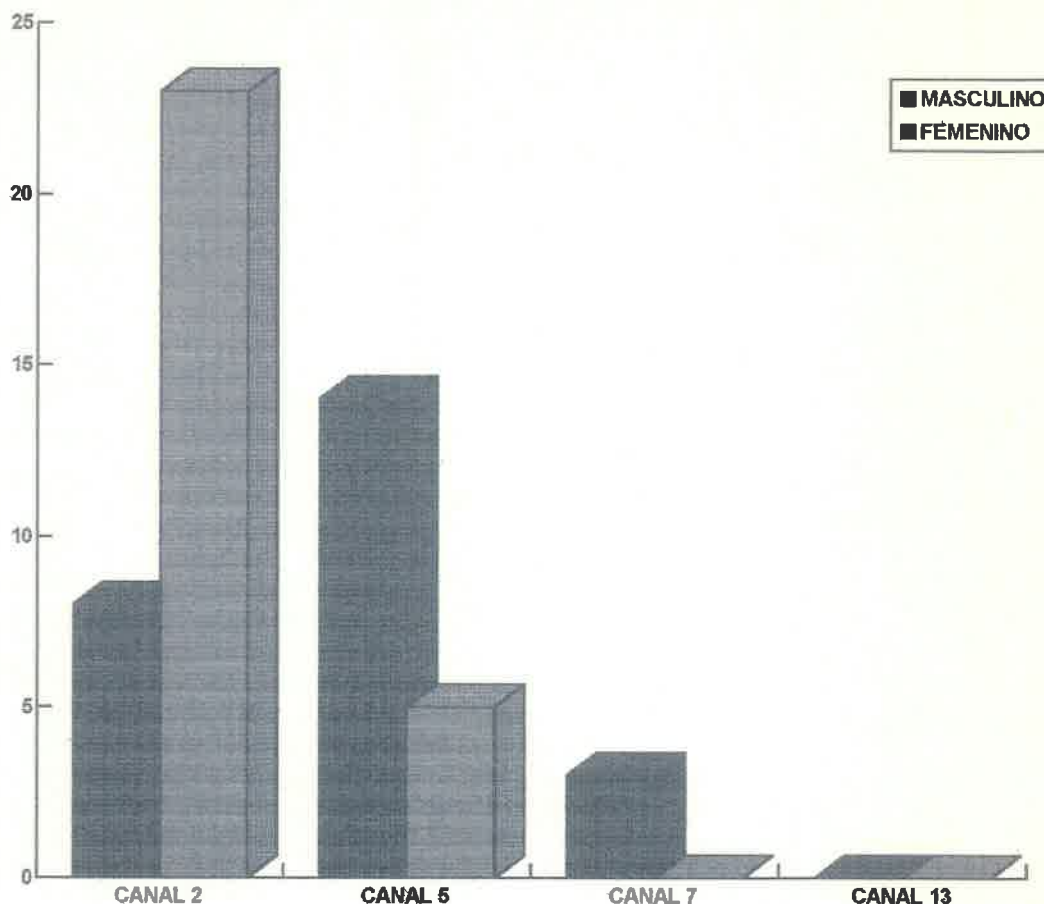
solamente un (38%), del público lo sintoniza, perteneciendo el (32%), a la clase media baja; en tanto que el canal 7 un (4%), lo prefieren, el (2%), de esto corresponde a la clase media baja; por lo que respecta al canal 13 no hubo preferencia por su programación.

GRAFICA 3
PREFERENCIAS TELEVISIVAS POR CONDICIÓN SOCIAL



Al hacer un estudio de este rubro por sexo, 44% de las niñas prefieren el canal 2 en tanto que los niños el 14% gusta de la programación del canal de las estrellas (2). El género masculino se muestra diferente al gusto femenino, en la programación del canal 5, (28%), de ellos por (10%), de las mujeres prefieren este canal.

GRAFICA 4
PREFERENCIAS TELEVISIVAS POR GENEROS



Los encuestados mostraron una mayor inclinación hacia el tipo de programación del canal 2, en forma general, en lo específico las niñas optan más por este canal (2), y los niños por el canal 5. ¿Será posible que las características de estos canales determinen las respuestas de los encuestados?. Analicemos la programación del canal 2: La característica de este canal en su programación vespertina dentro del cual se transmiten; comedias, series, predominando principalmente las telenovelas, comenzando éstas a las 16.30 horas y finalizando las mismas a las 22.00 horas, de lunes a viernes. Este canal proyecta por las tardes las telenovelas, mismas que difunden propuestas de vida, las cuales llegan a las mujeres de todas las

edades. A las niñas, a través de la oferta de juguetes, de la publicidad, del consumo de determinados productos que se transmiten en los comerciales, durante la proyección de las mismas.

El papel que ha jugado la mujer en la historia ha estado sujeta a múltiples determinaciones sociales, religiosas, económicas, políticas, culturales y actualmente los medios de comunicación que han ido conformando en las diversas relaciones que generan un ser, hacer, pensar y quehacer. Relaciones propiciatorias de un papel subordinado con respecto al del hombre en las diversas instancias de la vida social. La condición femenina se define por oposición a la masculina; La diferencia que existe entre la cultura de ambos géneros es lo que permite establecer lo específico de cada uno de ellos. De esto se vale éste medio de comunicación (**en este caso del canal 2 y otros más que permiten este tipo de programación**), para establecer una catarsis entre el papel de subordinada que ha tenido la mujer y los temas de las telenovelas que le presentan hacen que se sientan liberadas, debido a que en ellas se muestra a una mujer que es capaz de luchar e incluso de desafiar los tabúes y las normas impuestas por la sociedad, presentándolas como heroínas de las mujeres. Modelos de vida que contrastan la situación real de la mujer, descontextualizando su realidad, como consecuencia de esta enajenación, misma que lleva a la mujer a reflexionar a través de lo visto con lo vivido, debido a los constantes mensajes subliminales de consumismo, que le envían los medios de comunicación.

Por lo que respecta al canal 5, presenta las siguientes características en su horario vespertino, iniciando éstas a las 15.30 horas de lunes a viernes, en la cual predominan las series de caricaturas, entiéndase éstos como dibujos animados, programados en escritorios en los que sus personajes principales se mueven bajo la violencia, resucitando varias veces en pocos minutos estos personajes caricaturescos, provocando en el televidente infantil distintos tipos de sentimientos, desde reír, llorar, emocionarse hasta divertirse.

La programación de Televisa está compuesta tanto por realizaciones nacionales como por la difusión de series extranjeras, éstas últimas en número

abrumador, sobre todo en lo que respecta a las policiacas, melodramáticas e infantiles.

Entre la producción nacional, lo que más abunda son los programas humorísticos y musicales. Estos materiales son exportados a toda América Latina, a España y al sur de los E.E.U.U. Telenovelas y programas cómicos hechos por televisa invaden los canales del continente y muchas veces marcan la pauta de la imaginación productiva de los guionistas de la televisión.

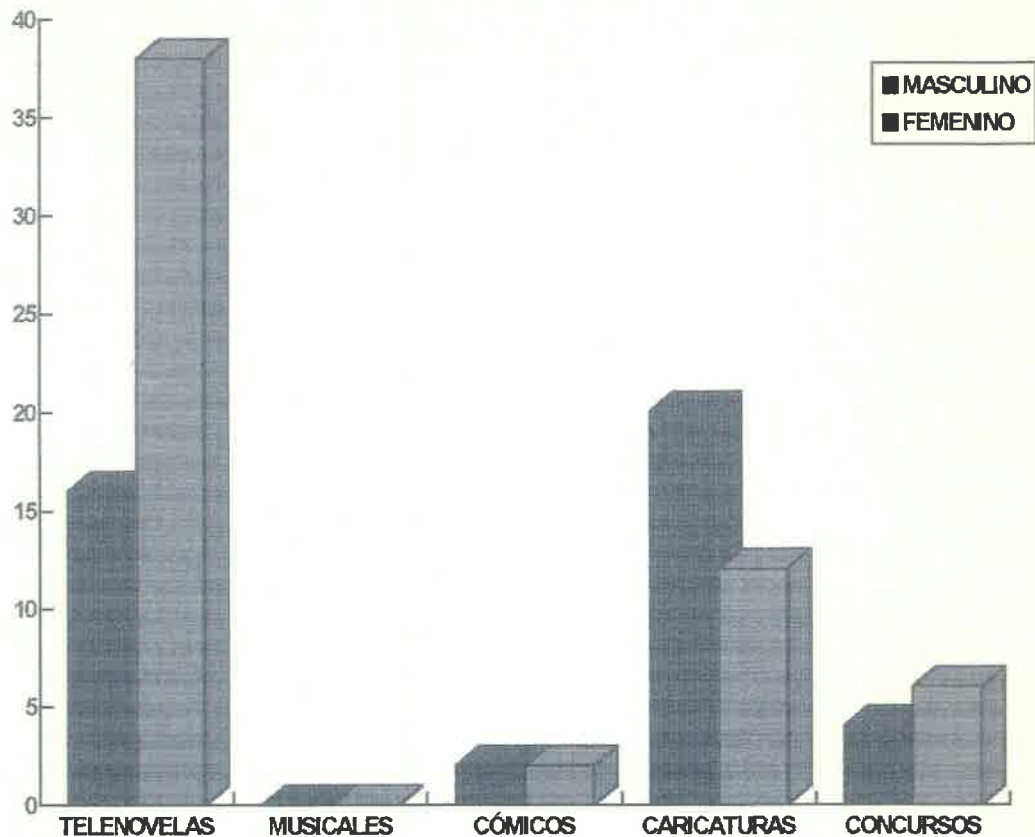
La pluralidad no es ni la meta ni la característica del consorcio; cada uno de los rubros está compuesto por programas que son más o menos semejantes. Las diferencias cuando las hay se dan en argumento, los personajes y las historias, y no en las concepciones del mundo, las búsquedas formales o estéticas, las variaciones en los temas y su tratamiento.

Los canales 13 y 7 (**Televisión Azteca**) antes (**Imevisión**) su programación es variada y principalmente de procedencia extranjera, tal es el caso de la mayoría de: películas, telenovelas, comedias, programas musicales, etc., excepto algunos programas que son nacionales.

Después de haber caracterizado la programación de los canales (**2, 5, 7 y 13**) nos preguntamos, ¿Qué relación hay entre los tipos de programas y los canales que más prefieren los niños?

Para darnos una respuesta de la interrogante planteada analicemos la pregunta: 3. ¿Qué tipo de programas ves más?. En ellas se presentaron cinco opciones: telenovelas, caricaturas, concursos y programas cómicos musicales, como se muestra en la siguiente gráfica:

GRAFICA 5
TIPOS DE PROGRAMAS



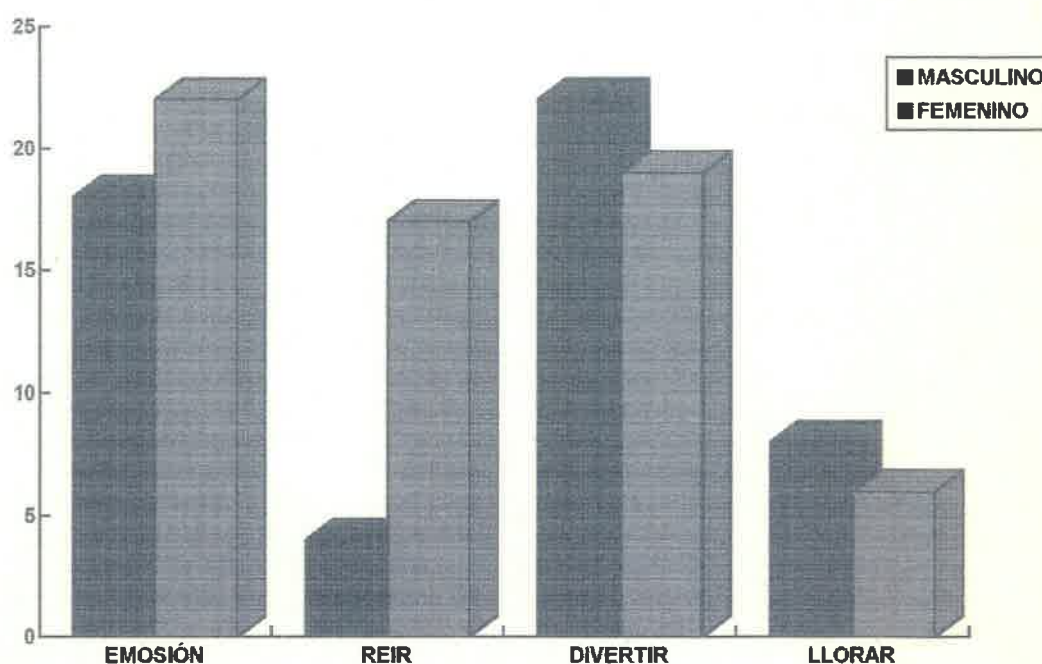
Las mujeres prefieren las telenovelas (**38%**) ante (**16%**) de los hombres. Es curioso notar que son los niños quienes más prefieren las caricaturas (**20%**) ante (**12%**) de las niñas. Por los otros tipos de programas la votación fue mínima. Parece ser que una relación entre el canal y el sexo, en este caso el género masculino opta más por este canal (**5**) puesto que responde a los intereses de los mismos en tanto que las niñas se inclinan por el canal 2 debido a que en él encuentran cabida a sus intereses.

Pero, ¿Cuáles son los motivos que los niños tienen para ver sus programas favoritos? ¿Es nada más el sexo determinado por el rol que ha impuesto la sociedad, para optar por determinado canal o hay algo más para inclinarse por determinados tipos de programas?

En esta encuesta se le cuestionó a los niños por qué preferían determinados tipos de programas, tomando en cuenta las relaciones que éstas les provocan, al ver sus programas favoritos, siendo ellas: llorar, reír, emocionarse o divertirse al estar viendo diferentes tipos de programación como son: las telenovelas, caricaturas, concursos, cómicos y musicales. Cabe aclarar que las expresiones utilizadas para cuantificar los sentimientos fueron tomadas de la muestra piloto que se realizó antes de la estructuración de ésta encuesta, quedando de la siguiente manera. La emoción es considerada por los niños como sinónimo de suspenso, el reír son los programas graciosos o chistosos y los programas divertidos son las reacciones que les producen los programas cómicos.

Los resultados obtenidos vuelven a dividirse, (**ver gráfica 6**), es a las mujeres a quienes les agradan los programas con emoción (**22%**) en tanto que los niños solo un 8% siente interés por este tipo de programación, pero las respuestas cambian en los programas divertidos, son los del género masculino quienes más gozan de ellos (**22%**) que el género femenino (**20%**)

GRAFICA 6
TELESENTIMIENTOS

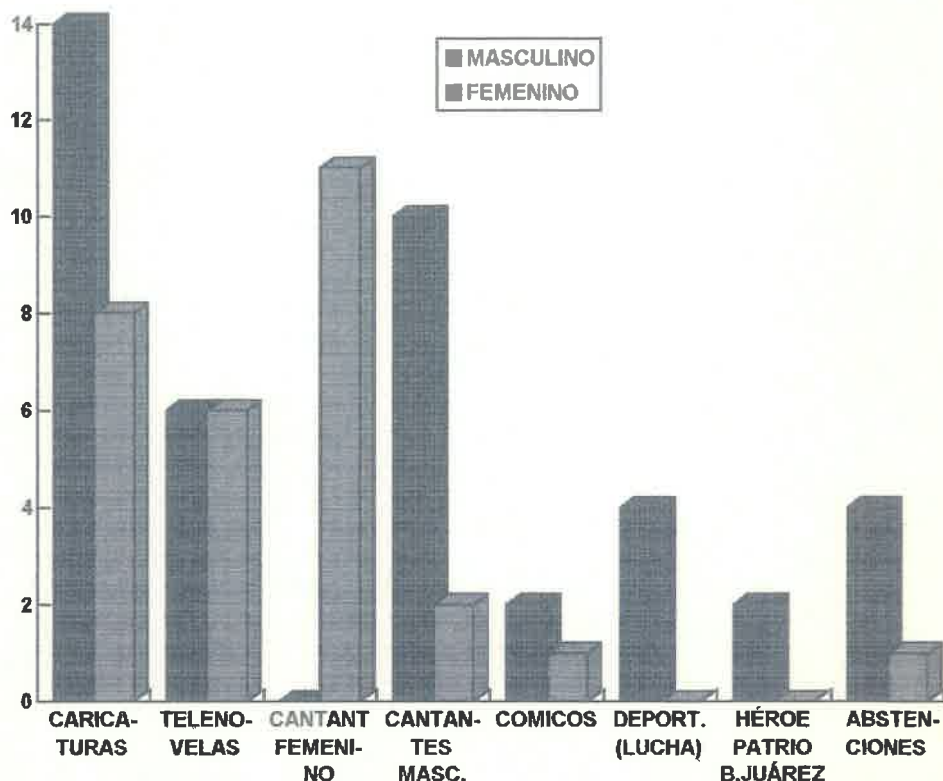


117579

Ante estos sentimientos provocados por los programas los niños se identifican con sus personajes favoritos imitando a los mismos, ya sea en su forma de vestir, hablar, peinarse, cantar, etc: generando en los niños estereotipos diferentes a los propios. Por lo que nos interesó saber de los personajes de la televisión. ¿Cuál les gustaría ser?

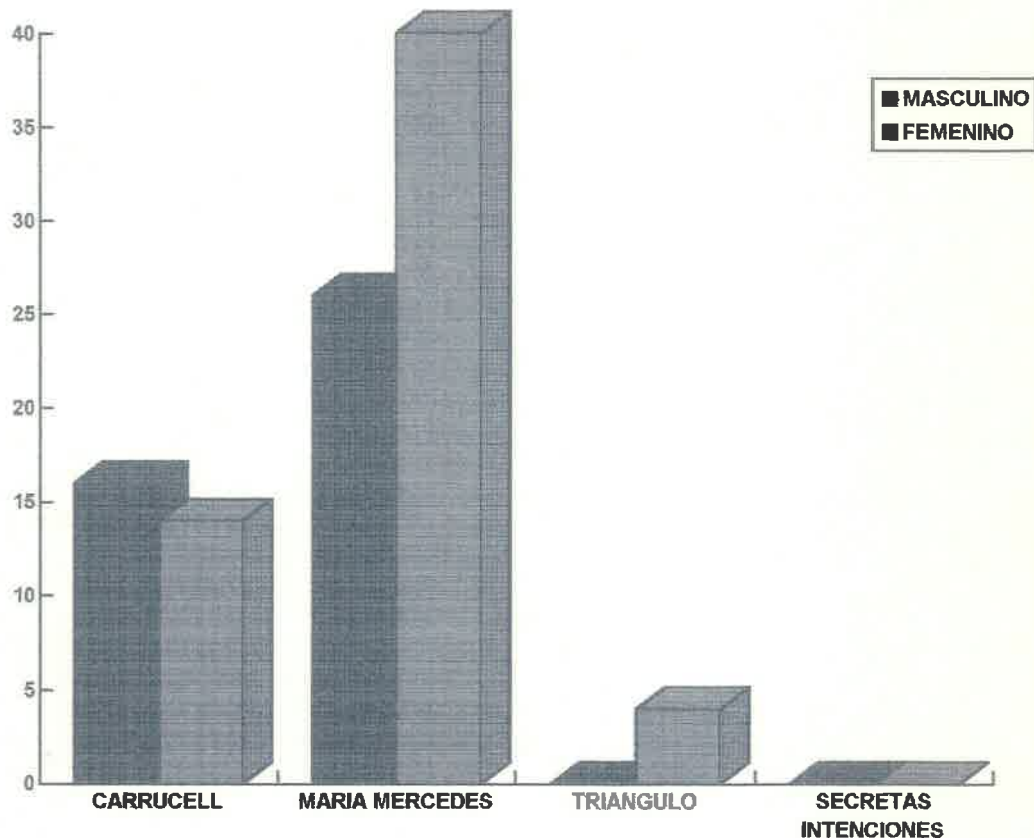
Los resultados obtenidos se seleccionaron en los siguientes apartados: caricaturas, telenovelas, cantantes femeninos y masculinos, programas cómicos, deportivos, héroes y abstenciones. Al hacer un recuento de las propuestas obtenidas de esta pregunta, se puede ver que las niñas se identificaron más con los cantantes femeninos (22%) probablemente se deba a que son conocidas por ellas por sus representaciones en algunas telenovelas o por sus participaciones en programas musicales. Los niños se identificaron más con los personajes de las caricaturas (14%), tomándose en cuenta que ellos se inclinan más por este tipo de programación.

GRAFICA 7
PERSONAJES PREFERIDOS



A pesar de que los niños se inclinan o muestran preferencias por las caricaturas, no están exentos de las telenovelas, cuando se realizó ésta encuesta estaban en la pantalla 4 telenovelas, en distintos horarios transmitidas desde las 16.00horas hasta las 22.00 horas, Ellas eran: Carrusell, Las Secretas Intenciones, Triángulo y María Mercedes. Resultando con mayor popularidad "María Mercedes", vista por el 40% del género femenino ante un 26% del género masculino.

GRAFICA 8
TELENOVELAS



Esta novela era transmitida en horario nocturno de las 21.00 horas a las 22.00 horas. Ella trataba de una joven que vivía en la miseria acompañada de un padre alcohólico y de sus tres hermanos que dependían de ella, para sobrevivir, y la suerte le sonrió heredando una fortuna, en el cual al mismo tiempo conoció a su amado. Esta trama hizo que los niños se interesaran por la

secuencia de esta telenovela, sin embargo a pesar del contenido de la misma esto no hace a los televidentes evadirse de su realidad.

IDENTIFICACIÓN

Para cuantificar los datos de este rubro, se subdividió en dos secciones la primera corresponde a personajes escolares y la segunda a personajes creados exclusivamente por la televisión. En la primera se incluyen las respuestas de las preguntas **(6 y 5 frases de la pregunta 10)**. En la segunda se incluyen la pregunta **(7, 9)** y **(5 slogans de la pregunta 10)**.

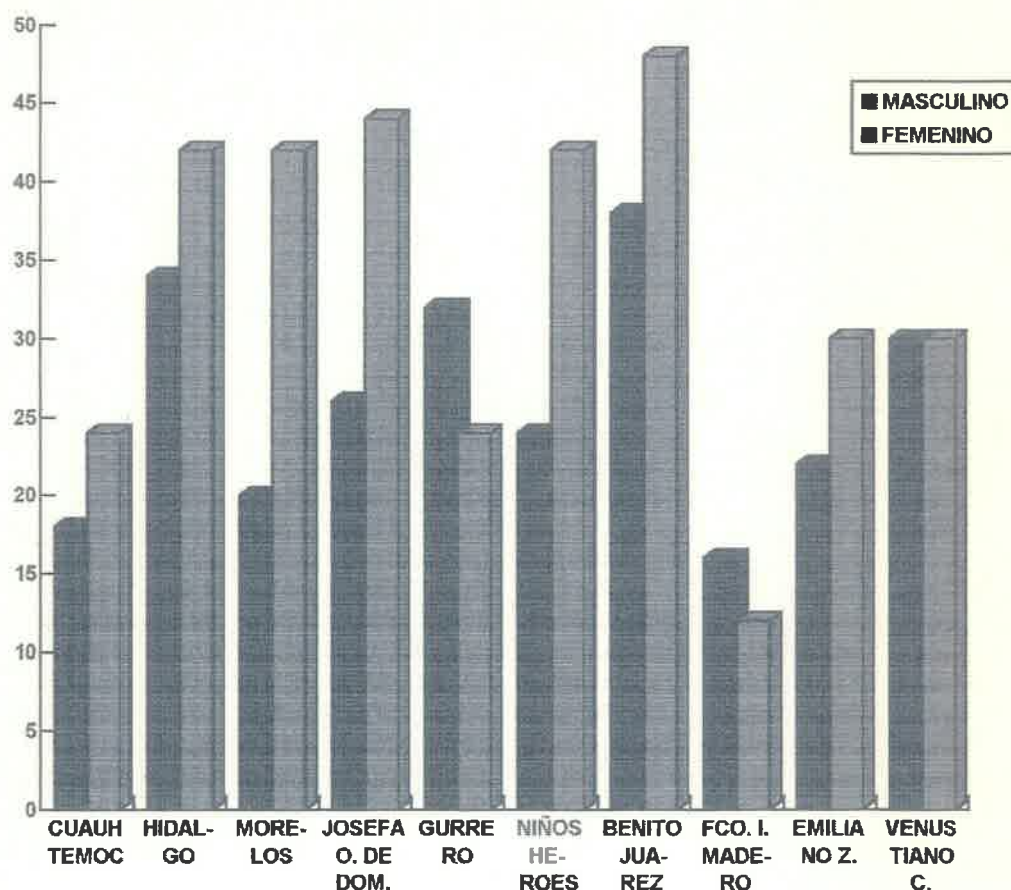
En este apartado se quiso conocer a qué personajes reconocían mas los niños, los transmitidos o conocidos en la escuela y los creados por la televisión. Para lo cual se elaboraron unas tarjetas de 14 x 12 cm., Los cuales contenían las imágenes con las que se iba a trabajar, procediendo de la siguiente manera: Se le iba mostrando al niño cada una de las tarjetas **(en total 20)** mismas que nombraba si reconocía a los personajes.

Para trabajar con los personajes escolares se tomaron en cuenta a diez héroes de la patria: Cuauhtémoc, Hidalgo, Morelos, Josefa Ortiz de Domínguez, Guerrero, Los Niños Héroes, Benito Juárez, Don Francisco I. Madero, Emiliano Zapata y Venustiano Carranza.

En la identificación de ellos, al hacer el recuento por sexo, las niñas reconocieron **(48%)** y como los niños **(38%)** ambos sexos, identificaron más a don Benito Juárez. El patriota menos nombrado en este caso fue don Francisco I. Madero; tal vez se deba a que el primero es un héroe que se menciona bastante en las prácticas escolares por los maestros de grupo, quienes toman como ejemplo el origen humilde de este zapoteca que llegó a ocupar un lugar encumbrado en la política mexicana.

GRAFICA No. 9

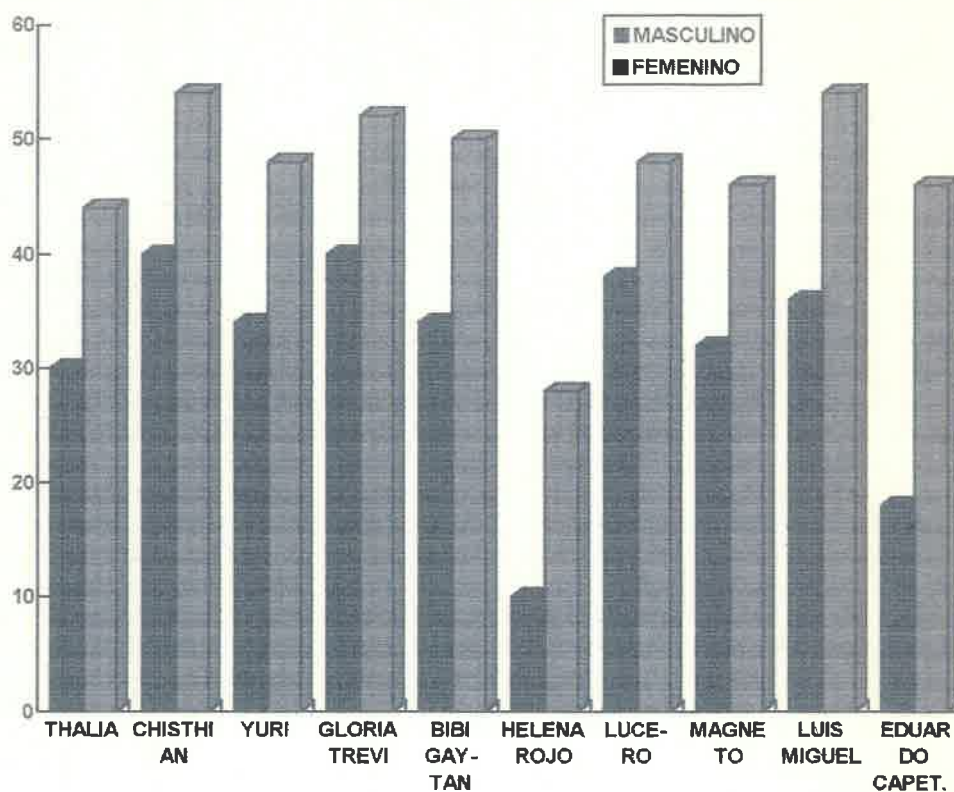
HEROES NACIONALES



En la identificación de los personajes creados por la televisión el cantante más conocido fue Christian Castro. (40%) de público masculino lo reconocen por un (54%) del femenino, llegando a ser un total de (94%) en este caso. La actriz menos identificada fue Helena Rojo (62%) de este público dijeron no conocerla. Así mismo la cantante más conocida fue Gloria Trevi tanto por el público masculino (40%) como por el femenino (52%).

GRAFICA 10

ARTISTAS POPULARES



Es notable ver la diferencia que existe en el reconocimiento de los héroes patrióticos con los personajes televisivos según la cuantificación de los datos, los niños encuestados identificaron más a los cantantes: Cristian Castro y a Gloria Trevi que a Don Benito Juárez y Don Miguel Hidalgo, quienes fueron los que más puntaje obtuvieron. Si se observan las gráficas (9 y 10), son los personajes históricos quienes son menos conocidos, por ejemplo la actriz Helena Rojo obtuvo un total de (62%); mientras que: Don Francisco I. Madero, fué el patriota menos reconocido (72%). Situaciones como éstas pueden seguir comparándose y vemos como los artistas son quienes más porcentajes obtienen. ¿A qué se deberá esto?. En el medio escolar la historia de México se enseña a través de las narraciones que aparecen en los libros de textos gratuitos, editados por la SEP., también se toman en cuenta los

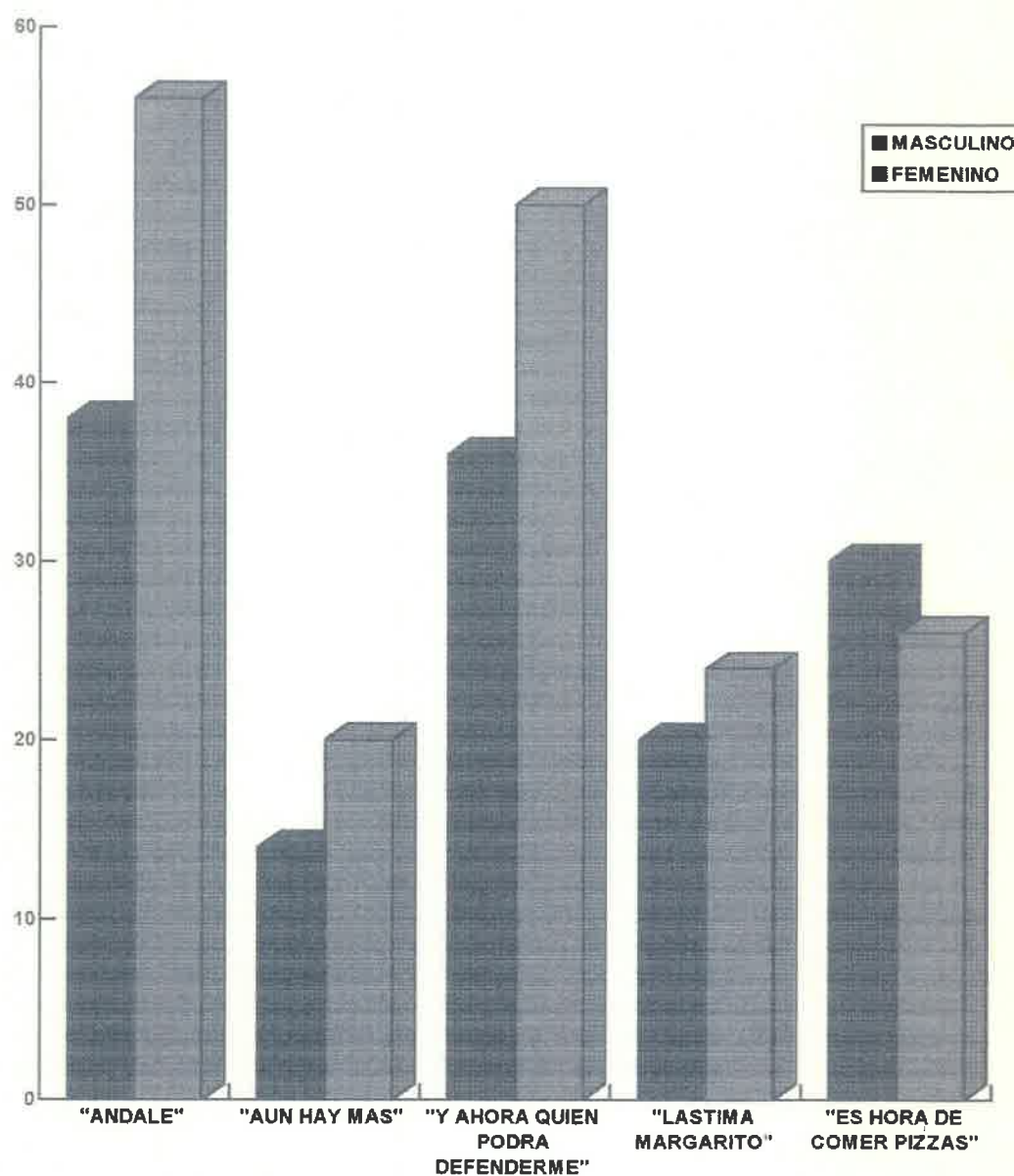
acontecimientos históricos para la elaboración del periódico mural, mismos en los que se ilustran con estampas, dibujos y narraciones alusivas a las fechas conmemorativas y éste es exhibido en un lugar estratégico de la escuela, para que los alumnos puedan leerlo. Algunas escuelas cuentan con bustos, monumentos o cuadros de ciertos héroes ya sea porque ésta lleva su nombre o porque haya sido donado a la escuela. Según las prácticas escolares el maestro le dedica menos tiempo a la historia de nuestro país y más a otras asignaturas.

En los medios de comunicación masiva principalmente la televisión se proyectan brevemente algunas reseñas históricas, de acuerdo a las fechas a conmemorar, narrándose las mismas de forma monótonas y aburridas, más sin embargo se han elaborado algunas películas una o dos telenovelas de carácter históricos, pero esto es mínimo comparado con la publicidad que se le da a ciertos artistas, éstos mismos aparecen ya sea como cantantes y después como actores o viceversa, y se les crea cierta imagen, que son constantes en cada actuación para que el público logre reconocerlos e identificarlos con el fin de que vayan apropiando de esa imagen, imitando su forma de vestir, comer, actuar, peinarse, expresarse, etc. Pero no todo termina ahí éstos sujetos son utilizados por la televisión para anunciar una serie o infinidad de productos de consumo que a estas alturas el público compra, sin pensar en el beneficio que podrían obtener de éstos. ¿Porqué el anunciante es un personaje que lo presentan: sexi, vestido y peinado de acuerdo a los intereses de los patrocinadores nacionales y extranjeros; que la televisión ha creado, a través de las propagandas pagadas por la clase dominante, que tiene en sus manos los medios masivos de comunicación. A su vez este medio no solamente vende lo que produce, crea consumidores, teleadictos, su propio lenguaje, mismo que es imitado por los adultos y no se diga con los niños. Cuando cierto programa de televisión se estrena, crea un "slogans" al poco tiempo de aparecer al aire el programa los niños incorporan a su vocabulario este slogan. Cabe aclarar que siempre y cuando el tipo de programa sea del agrado del niño; por ejemplo en la pregunta. ¿Qué personaje de la televisión dice: "Se lo diré, no se lo diré"? El 82% del público infantil respondieron positivamente a esta respuesta, sólo un 18% contestó negativamente, ¿Pero sucede lo mismo con los temas patrióticos?. Se nos hizo interesante comparar algunos slogans dichos por

algunos artistas de la televisión, con ciertos lemas patrióticos. Los resultados obtenidos de la pregunta (10), quedaron así:

GRAFICA 11

SLOGANS



Es importante señalar que solamente se trabajó con estos niños debido a los escasos recursos económicos y humanos con que contábamos.

A cada uno de los alumnos de los diferentes grupos tomados en cuenta para la investigación, se les proporcionó una encuesta la cual resolvieron individualmente las siguientes preguntas (1, 2, 3, 4, 5, 7, 8 y 10).

En este cuestionario se incluyeron distintos tipos de preguntas: literal, estructuradas o cerradas, abiertas y de selección múltiple.

La pregunta literal: solicita una respuesta precisa, tal es el caso de la pregunta 1; de selección múltiple: son modificaciones de preguntas estructuradas. Se dan varias opciones al entrevistado para que seleccione su respuesta; como son las preguntas 2, 3, 4 y 8. En el caso de las preguntas abiertas tienen la ventaja de que el entrevistado pueda expresarse todo lo que desee como en la pregunta 5. En el caso de las preguntas cerradas se mencionan alternativas de respuestas al entrevistado en el caso de las preguntas 6, 9 y 10.

En las preguntas 6 y 9 para que los niños pudieran resolverlas se elaboraron anticipadamente 20 tarjetas de 16 x 13 cm. (enumeradas del 1 al 10 por cada apartado), el cual contenían 10 imágenes de artistas y 10 de héroes nacionales (véase el siguiente concentrado:

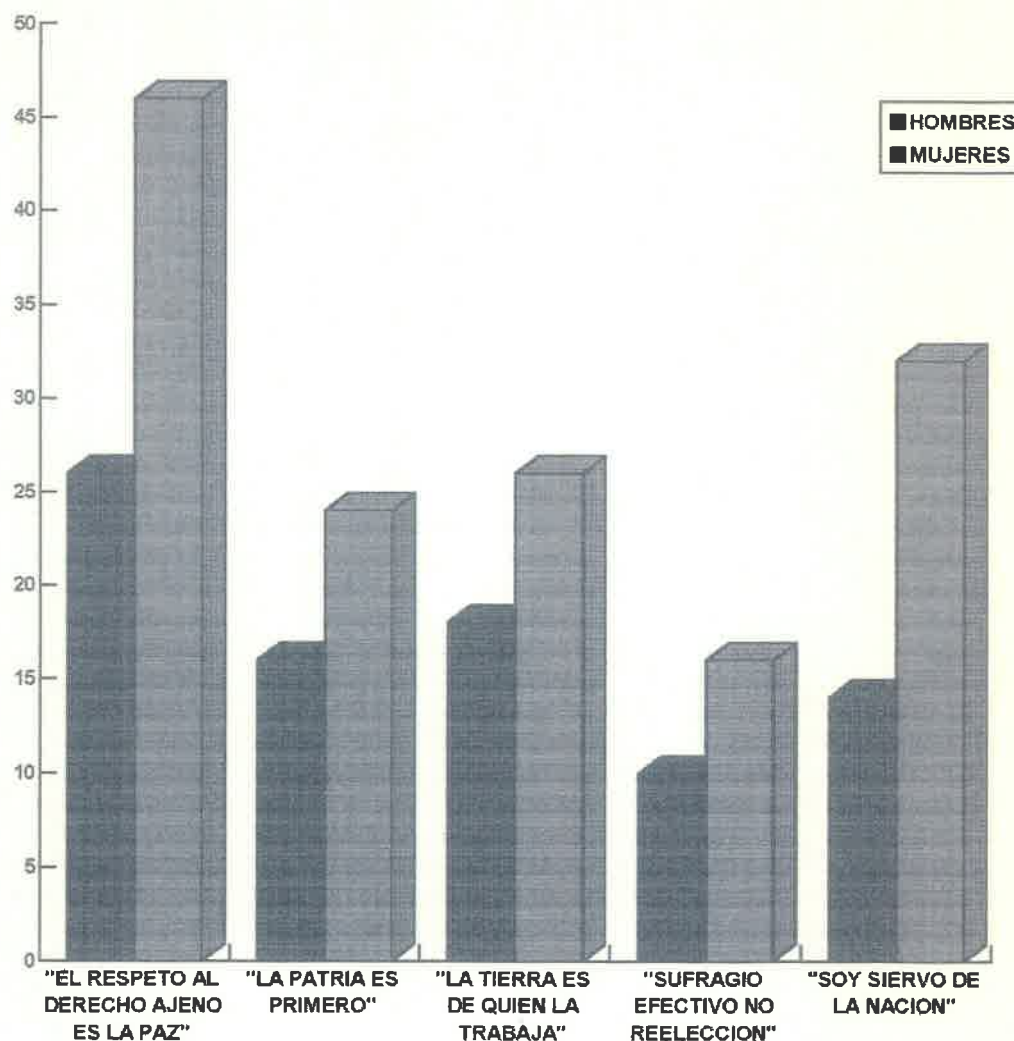
ARTISTAS

HEROES

-
- 1.- THALIA
 - 2.- CRISTIAN CASTRO
 - 3.- YURI
 - 4.- GLORIA TREVI
 - 5.- BIBI GAYTAN
 - 6.- LUCERO
 - 7.- MAGNETO
 - 8.- LUIS MIGUEL
 - 9.- EDUARDO CAPETILLO
 - 10.- HELENA ROJO

- 1.- CUAUHTEMOC
- 2.- MIGUEL HIDALGO Y COSTILLA
- 3.- JOSE MARIA MORELOS Y PAVON
- 4.- JOSEFA ORTIZ DE DOMINGUEZ
- 5.- NIÑOS HEROES DE CHAPULTEPEC
- 6.- BENITO JUAREZ
- 7.- FRANCISCO I. MADERO
- 8.- EMILIANO ZAPATA
- 9.- VENUSTIANO CARRANZA
- 10.- VICENTE GUERRERO.

GRAFICA 12
LEMAS PATRIOTICOS



El adagio patriótico más reconocido fue del Benemérito de las Américas: "El Respeto al Derecho Ajeno es la Paz" y el menos conocido por éstos infantes es el de Don Francisco I. Madero "Sufragio Efectivo. No Reelección": el 72% del total de niños encuestados no reconocen este lema. Estas cifras coinciden con los resultados obtenidos en el reconocimiento de los héroes (ver tabla) y en cuanto los slogans citados en algunos programas ya sea de entretenimiento, musical, cómicos y caricaturas, es el sexo femenino quien más

reconoce las frases dichas en estos programas (ver gráfica 11). Excepto en la frase "Es hora de comer pizzas", es el género masculino en el que los resultados se elevan, se toma en cuenta que los niños prefieren más este tipo de programas a otros, posiblemente porque sienten cierto tipo de gratificación en cada serie.

SUGERENCIAS Y CONCLUSIONES

La televisión es un medio de comunicación masiva el cual forma parte del estado, quien tiene dos finalidades; primero que nada sirve como medio de información y la segunda es un medio en el cual se anuncian los productos para promover los programas que produce este medio masivo de comunicación. A través de estos últimos se crean estereotipos que influyen y determinan la forma de comer, vestir y actuar del televidente.

La televisión generalmente a través de sus programas promueve en sus mensajes: sexo, violencia y consumismo, mismos que llegan al inconsciente del televidente ya que es un medio de comunicación colectiva, que menos esfuerzo requiere del espectador para tener acceso a ella. Ante lo expuesto, no se pretende evitar que el niño utilice la televisión; el objetivo es proveerlo de herramientas necesarias para el análisis de los programas televisivos ya que él es un ser pensante que aprende de todo lo que le rodea y de los que le rodean, basándose en los ejemplos que los adultos le dan, por lo que es indispensable que en el momento en que el infante sintonice con determinado canal, esté acompañado de un adulto o en este caso de un guía que lo ayude o apoye a analizar e interpretar los contenidos que vienen en los mensajes de la pantalla chica.

Otro guía podría ser el maestro, debido a que juega un papel muy importante en la transmisión de los contenidos, de los planes y programas educativos y que de él depende que la ideología implícita en ella se cumplan, de la misma manera, puede actuar ante los contenidos de los programas televisivos que sus alumnos escogen, para que no se dejen llevar por los estereotipos que dichos programas le presentan e inculcarles un sentido crítico que los haga reflexionar de todo lo que le provee éste aparato electrónico.

Quienes van a ser los guías u orientadores de éstos teleniños en el seno familiar son los padres o algún hermano mayor que ya tenga criterio definido para que pueda orientarlos, hacer comentarios propios sobre determinado tema que proyecte la pantalla televisiva.

NUESTRAS LIMITACIONES

El presente trabajo como todo lo realizado por el ser humano, no está exento de errores; no con esto se quiere justificar las carencias del mismo; a continuación haremos mención de algunas de ellas.

Este trabajo fue iniciado con problemática social escolar, muy diferente a la que actualmente se tiene ahora en el trabajo de investigación, que conforme se avanzaba no hallábamos la forma de plantear la hipótesis que satisficiera nuestras inquietudes, situación que se fue postergando, la cual nos llevó a un replanteamiento de todo el trabajo ya realizado; a través de ello finalmente pudimos definir la hipótesis, llevando esto consigo a la reconstrucción total del trabajo que inicialmente se tenía logrado, estos acontecimientos prolongaron la culminación del trabajo en el tiempo fijado.

Otra equivocación que cometimos fue la manera de elegir la muestra con la que se trabajó, ésta fue tomada al azar, dando como resultado que la mayoría de los niños que integraron la muestra (70%) eran de condición social media baja esto no nos permitió hacer una comparación entre las condiciones sociales con las que clasificamos de la siguiente manera (media alta, media estándar y media baja), esta situación provocó un desequilibrio, ocasionando en los resultados grandes limitantes para generalizarlos.

Una de las limitantes del trabajo fue el de conocer de bibliografías que nos sirvieran de apoyo para la fundamentación teórica de dicho trabajo. Se buscaron trabajos similares que se hubiesen hecho en la región del Istmo, para guiarnos y tener antecedentes, pero no hallamos ninguno.

Las bibliografías conseguidas fueron de investigaciones hechas a nivel nacional principalmente extranjeros para la adquisición de las mismas, nos tuvimos que trasladar a la cd. de Oaxaca, algunas fueron compradas y otros en calidad de préstamo. Con ellas pudimos tener bases fundamentadas, aunadas a nuestra práctica docente nos llevaron a confirmar el marco teórico y metodológico.

Ante lo expuesto, creemos que este trabajo sea una semilla depositada en el interés de quién desee hacer investigaciones referentes a la T.V. Y su relación con los televidentes, también puede servir de apoyo a los compañeros docentes que tengan este mismo tipo de inquietud.

ANEXOS

NOMBRE _____

GRADO _____

1. ¿ VES TELEVISION ?
2. ¿ QUE CANAL TE GUSTA MAS ?
3. ¿ QUE PROGRAMA VES CON MAS FRECUENCIA ?
4. ¿ CUAL ES TU PERSONAJE FAVORITO ?
5. ¿ POR QUE TE GUSTA MAS ?
6. ¿ QUIEN ES LA PERSONA QUE DICE "ANDALE" EN UN PROGRAMA DEL CANAL 2 ?
7. ¿ ESCRIBE EL NOMBRE DE LOS PERSONAJES DE LAS CARICATURAS QUE DICE "ES HORA DE COMER PIZZAS" ?
8. ¿ QUE TELENOVELA TE GUSTA MAS ?
9. ¿ QUE CARICATURA TE GUSTA MAS ?
10. ¿ QUE CONDUCTOR DE PROGRAMA MUSICAL DICE "AUN HAY MAS" ?

NOMBRE _____ EDAD _____ GRADO _____

1. ¿ VES LA TELEVISION ?.

SI

NO

2. ¿ QUE CANAL VES MAS ?

2

5

7

13

3. ¿ QUE TIPO DE PROGRAMA VES MAS ?

a) TELENOVELAS

b) CARICATURAS

c) MUSICALES

d) CONCURSOS

4. ¿ POR QUE TE GUSTA ?

a) TE HACE REIR

B) TE HACE LLORAR

c) TE EMOCIONA

d) TE DIVIERTE

5. DE TUS PERSONAJES FAVORITOS ¿ CUAL TE GUSTARIA SER ?

6. IDENTIFICA EL NOMBRE DE LOS SIGUIENTES HEROES:

CUAUHTEMOC, MIGUEL HIDALGO, JOSE M. MORELOS Y PAVON, JOSEFA ORTIZ DE DOMINGUEZ, NIÑOS HEROES, BENITO JUAREZ, FRANCISCO I. MADERO, EMILIANO ZAPATA, VENUSTIANO CARRANZA Y VICENTE GUERRERO.

7. ¿ QUE PERSONAJE DE LA TELEVISION DICE "SE LO DIRE, NO SE LO DIRE".
8. DE LAS SIGUIENTES TELENOVELAS ¿ CUAL TE GUSTA MAS ? ESCOGE SOLO UNA.
- CARRUSEL DE LAS AMERICAS.
 - MARIA MERCEDES.
 - LAS SECRETAS INTENCIONES
 - TRIANGULO.
9. IDENTIFICA EL NOMBRE DE LOS SIGUIENTES ARTISTAS:
(THALIA, CRISTHIAN CASTRO, YURI, GLORIA TREVI, BIBI GAYTAN, ELENA ROJO, LUCERO, MAGNETO, LUIS MIGUEL, EDUARDO CAPETILLO).
- 10.- ¿ QUE PERSONAJES HAN DICHO LAS SIGUIENTES FRASES ?
- 1.-ANDALE _____
 - 2.-AUN HAY MAS _____
 - 3.-EL RESPETO AL DERECHO AJENO ES LA PAZ _____
 - 4.-LA PATRIA ES PRIMERO _____
 - 5.-Y AHORA QUIEN PODRA DEFENDERME _____
 - 6.-LASTIMA MARGARITO _____
 - 7.-LA TIERRA ES DE QUIEN LA TRABAJA _____
 - 8.-SUFRAGIO EFECTIVO NO REELECCION _____
 - 9.-ES HORA DE COMER PIZZAS _____
 - 10.-SOY SIERVO DE LA NACION _____

ANEXO

NOMBRE _____ GRADO _____

1.- ¿ SABE LEER TU PAPA ? _____

a) HASTA QUE GRADO ESTUDIO ? _____

2.- ¿ SABE LEER TU MAMA ? _____

a) HASTA QUE GRADO ESTUDIO ? _____

3.- EN DONDE TRABAJA TU PAPA _____

4.- EN DONDE TRABAJA TU MAMA _____

5.- LA CASA DONDE VIVES, ES DE TUS PAPAS O ES RENTADA _____

6.- DE QUE ESTA HECHA TU CASA

a) LODO b) CARRIZO c) LADRILLO d) BLOCK

7.- CUANTOS CUARTOS TIENE TU CASA

a) 1 b) 2 c) 3 d) 4 e) ó Más

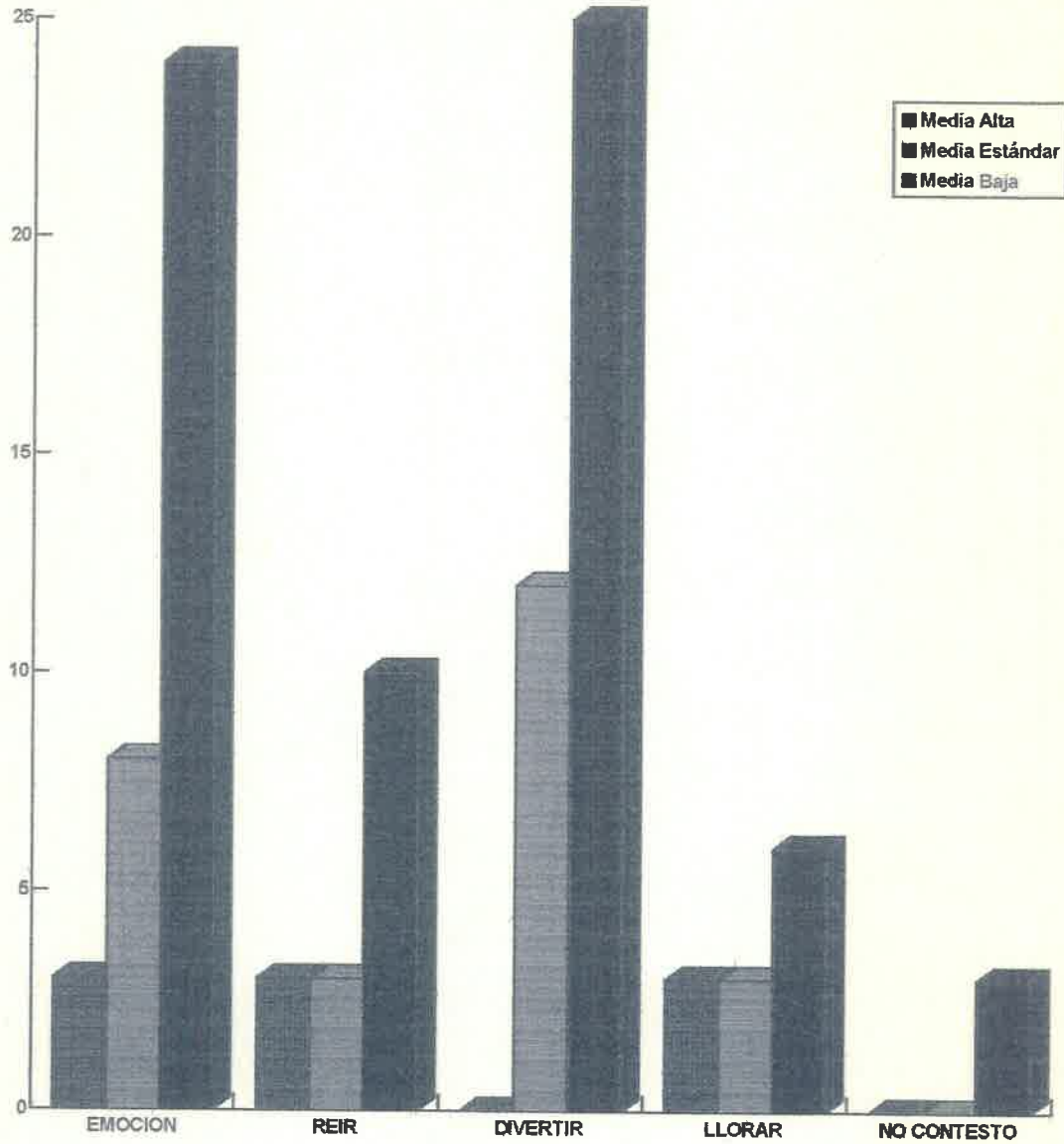
8.- MENCIONA QUE APARATOS ELECTRICOS TIENEN (SUBRAYARLOS).

a) TELEVISION b) RADIO c) VIDEOCASETERA
 d) REFRIGERADOR e) LICUADORA f) LAVADORA
 g) PLANCHA h) GRABADORA i) ESTEREO
 j) VENTILADOR k) OTROS.



TELESENTIMIENTOS
EMOCION, REIR, DIVERTIR, LLORAR, N.C.*

porcentaje

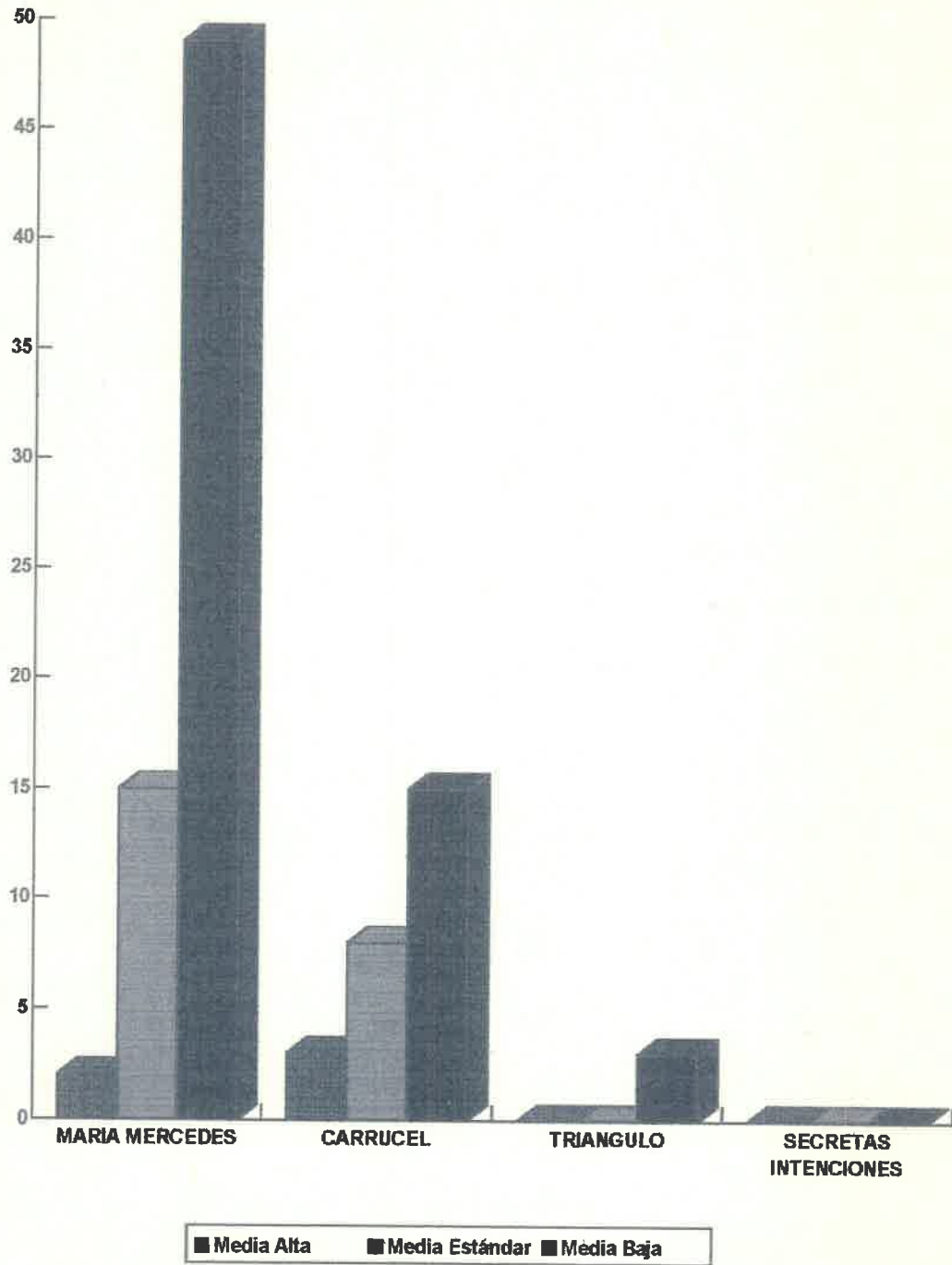


N.C. : No contestó

IV

TELENOVELA PREFERIDA

porcentaje

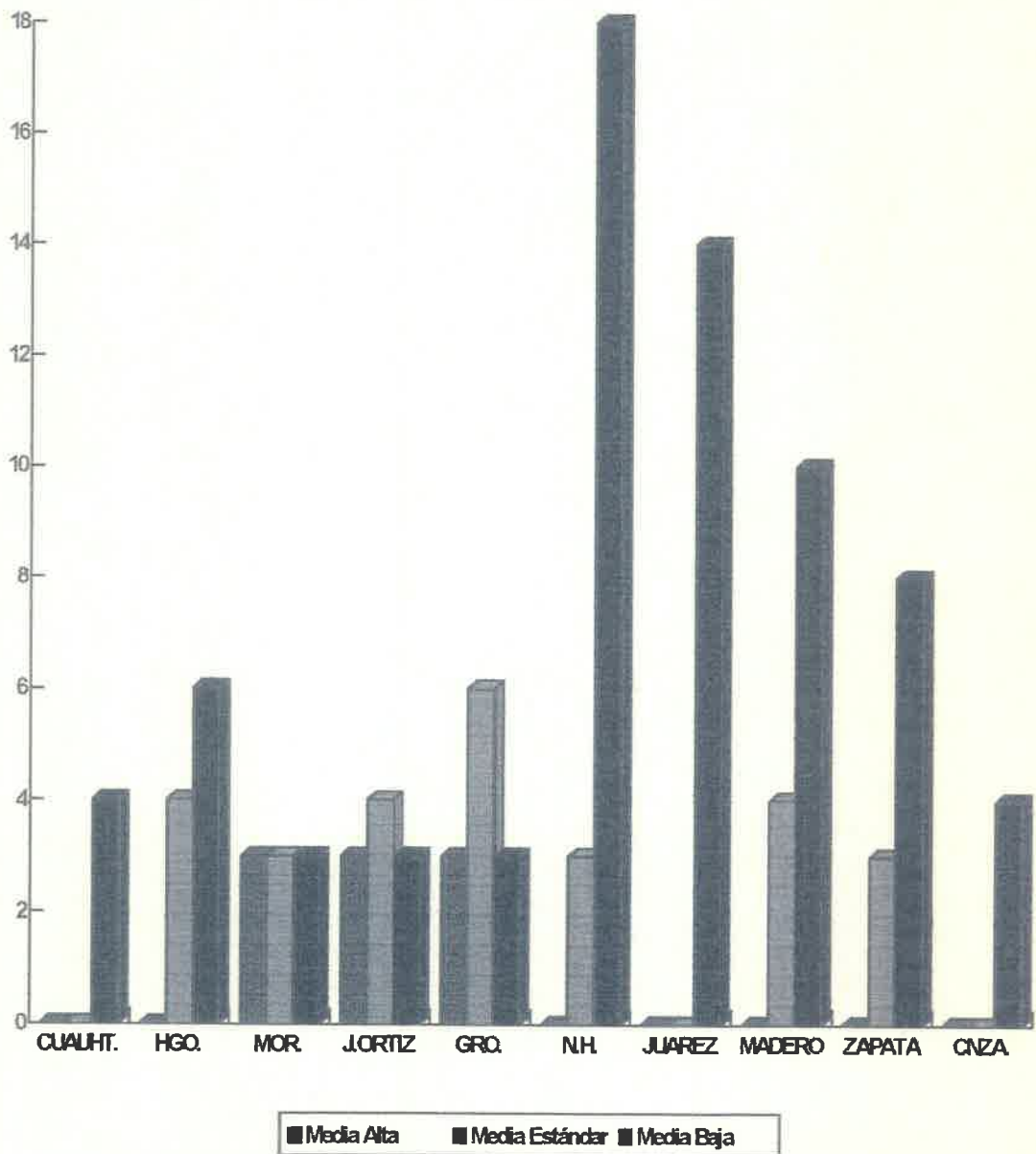


V

IDENTIFICACION DE PERSONAJES

¿ Héroes de T.V. o héroes nacionales ?

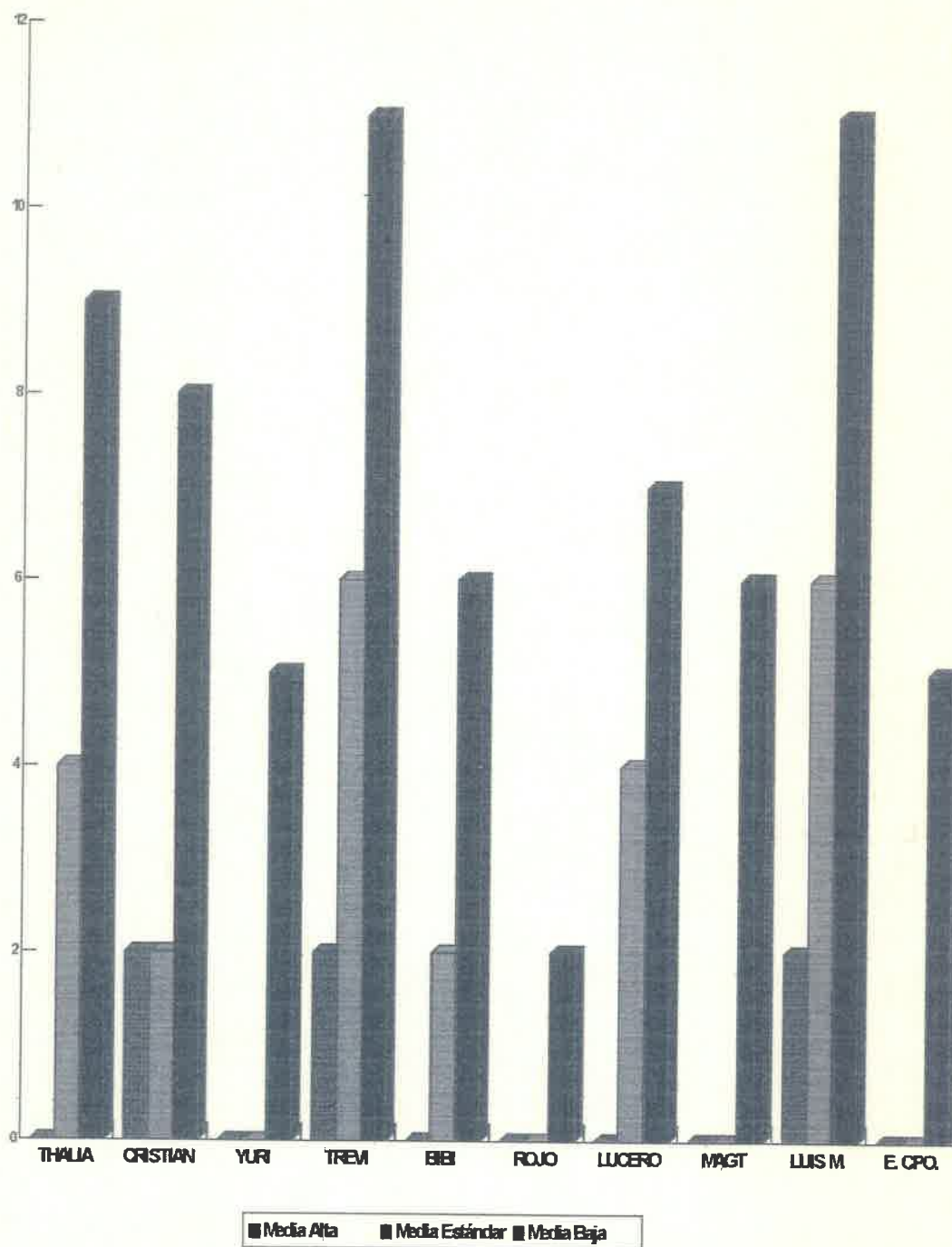
porcentaje



VI

IDENTIFICACION DE ARTISTA

porcentaje

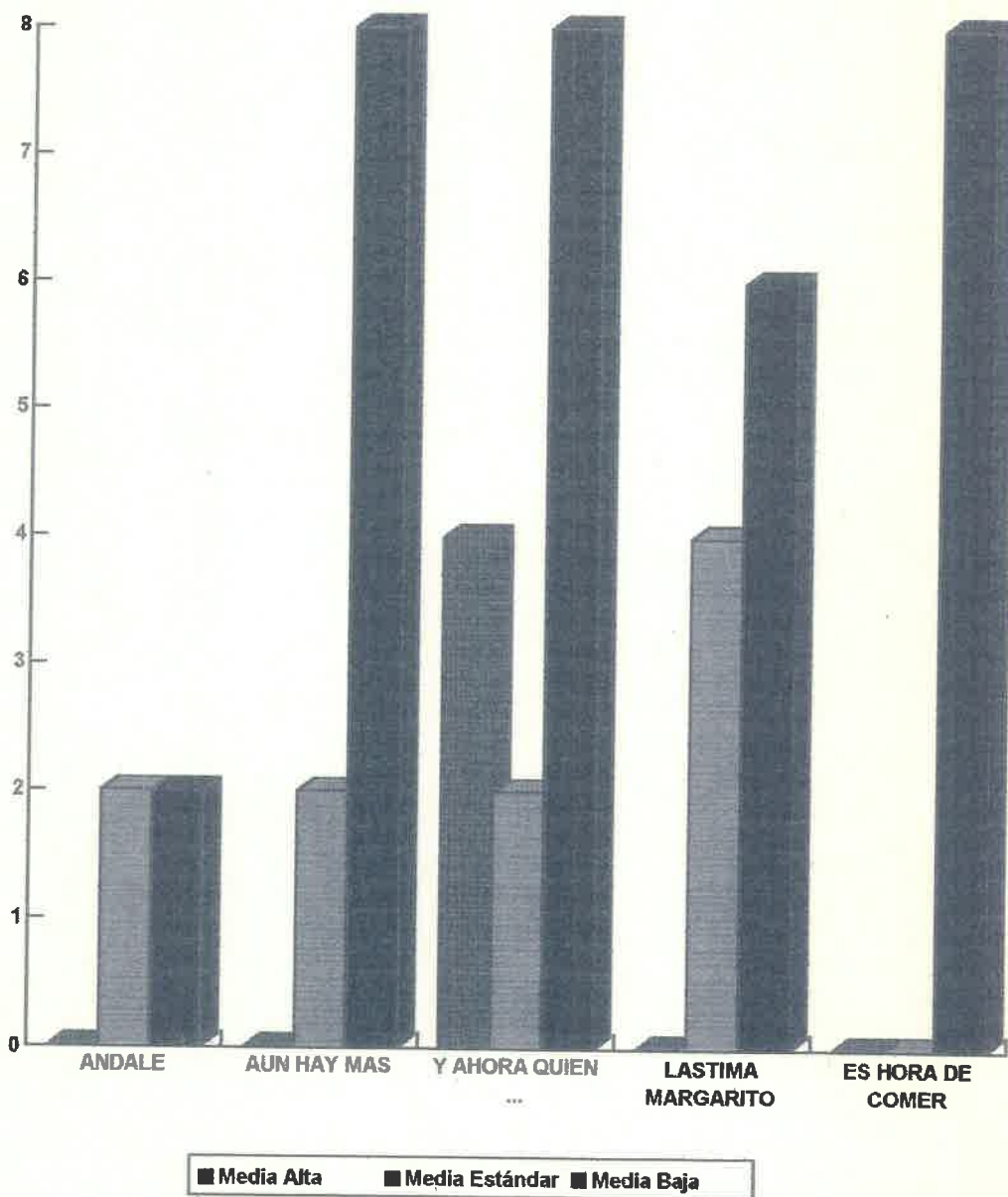


VII

FRASES TELEVISIVAS

Identificación

Porcentaje

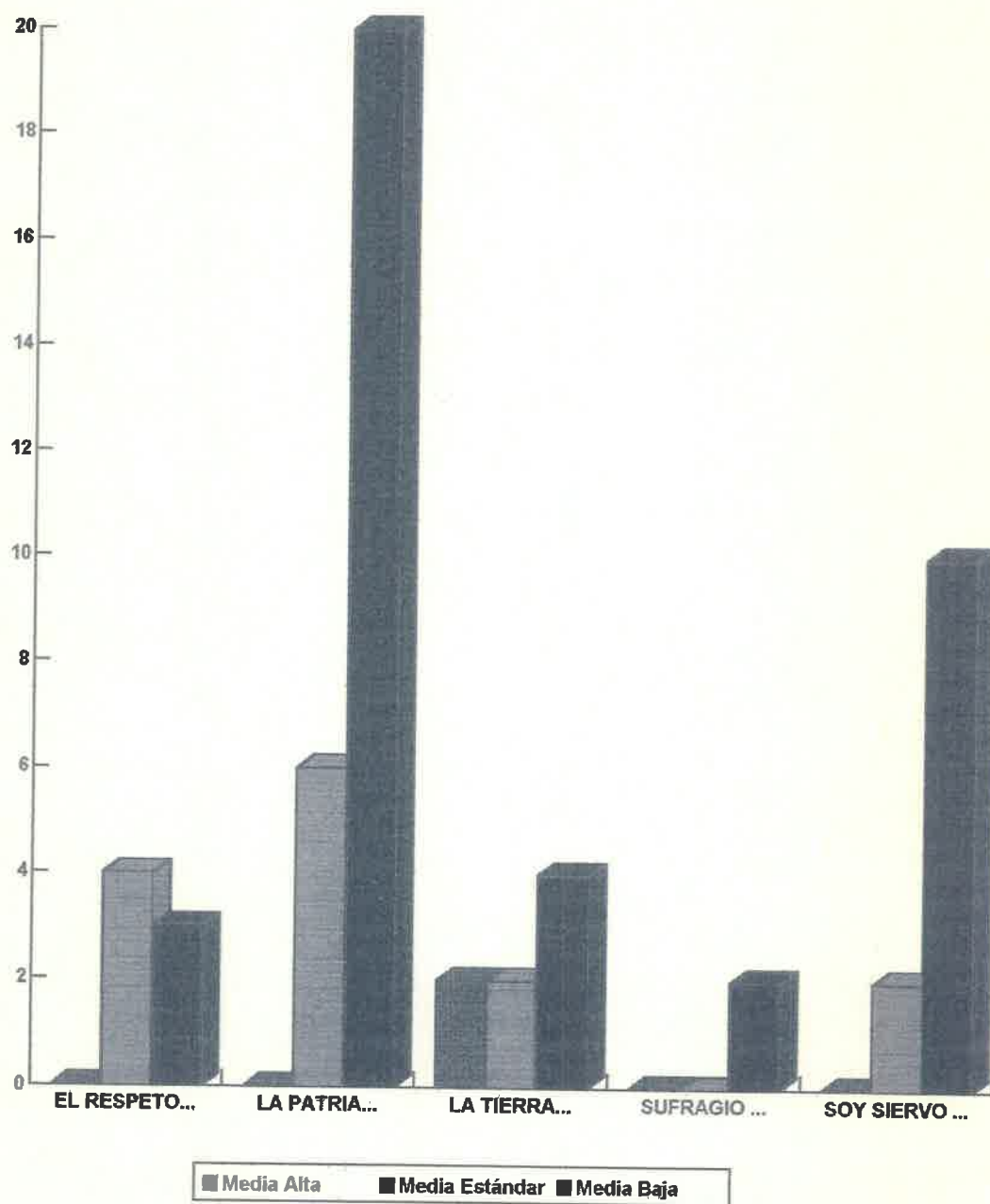


VIII

LEMAS PATRIOTICOS

Identificación

Porcentaje

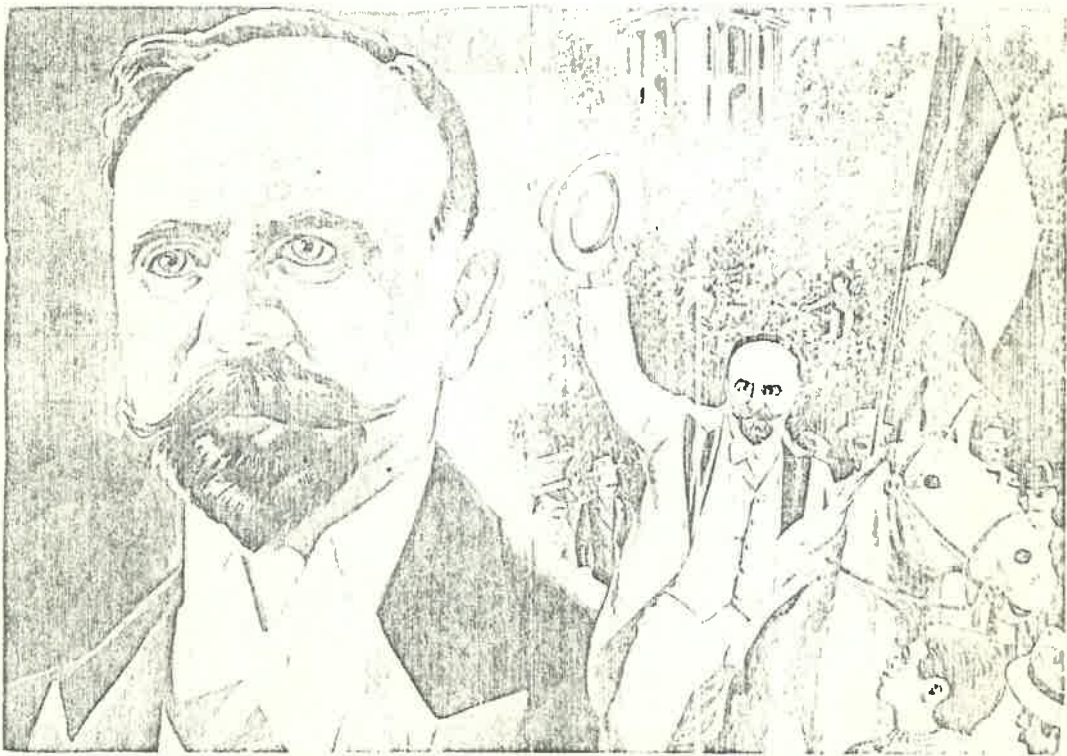


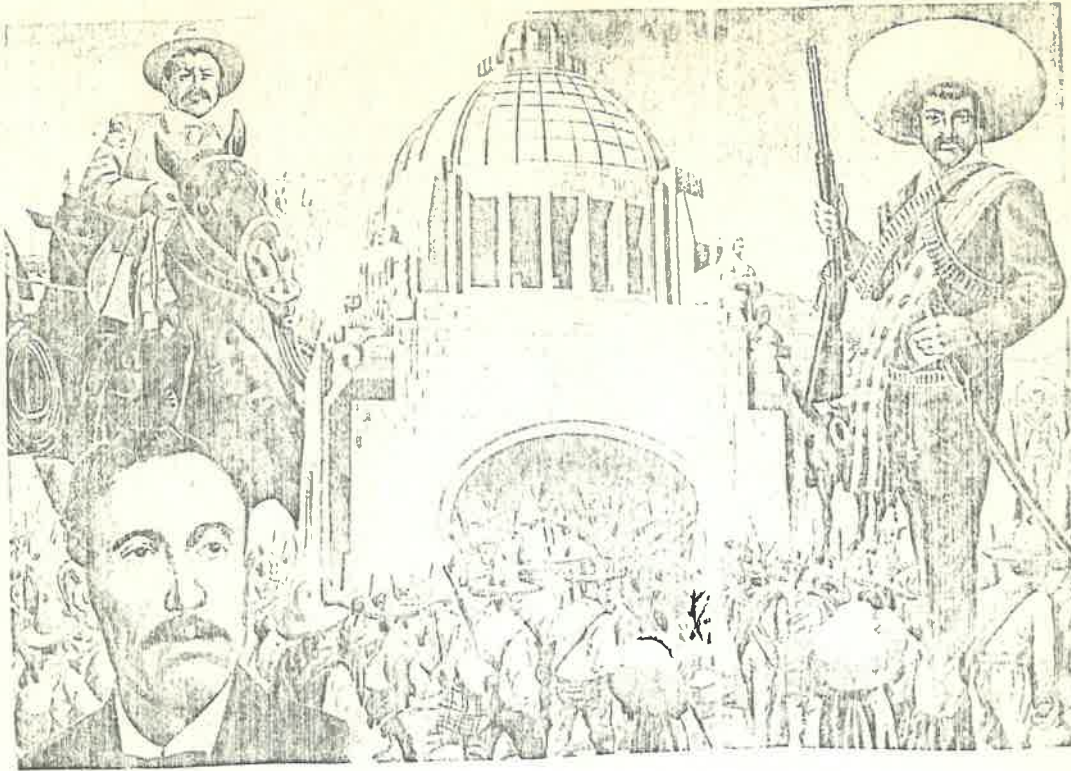
IX





















BIBLIOGRAFIA.

- 1.- ALONSO FRAUSQUIN, M.MIGUEL ANGEL VASQUEZ, LUIS MATILLA.- los teleniños.- FONTAMARA 13, segunda edición.
- 2.- BAENA PAZ GUILLERMINA. Instrumentos de la Investigación.- Editores Mexicanos Unidos, S. A.
- 3.- CORTES ROCHA CARMEN.- La Escuela Y Los Medios de Comunicación masiva. Primera Edición U.P.N.
- 4.- Desarrollo del niño y Aprendizaje Escolar U.P.N.
- 5.- Estudios sobre las culturas Contemporáneas. Volúmen IV Núm. 10.
- 6.- Expresión y Comunicación. U.P.N. Sistema de Educación a Distancia. S.E.P. 1988.
- 7.- FERNANDEZ CARLOS. Et. A1. La Televisión y el niño.
- 8.- FERNANDEZ COLLADO CARLOS, BAUTISTA PILAR, ELKES LUCIO Y DEBORA. La televisión y el Niño.- Editorial Colofón S.A.
- 9.- MATTELART ARMAND.- Multinacionales y Sistemas de Comunicación.- Editorial Siglo XXI Editores.
- 10.- PORTELLI HUGHES. Gramsci y el Bloque Histórico. Formación Social Mexicana I. Vol. 1 U.P.N.
- 11.- ROJAS SORIANO RAUL.- Guía para realizar investigaciones Sociales. Imprenta Universitaria. 1935 - 1985.
- 12.- TOUSSAINT FLORENCE.- Crítica de la Información de Masas.- Temas Básicos.- Editorial Trillas.

- 13.- MODULO DE LITERATURA.- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.- Dirección General de Promoción Cultural, Plan de Actividades culturales de Apoyo a la Educación Primaria, México, 1990