



UPN
UNIVERSIDAD
PEDAGOGICA
NACIONAL



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL

UNIDAD U.P.N. 095

LA TELEVISION Y LOS NIÑOS DE

EDUCACION PRIMARIA

ROSA BEATRIZ ARROYO Y TORRES

MA. DE JESUS LUCILA CASTRO VILLAGOMEZ



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL

UNIDAD U. P. N. 095

LA TELEVISION Y LOS NIÑOS DE

EDUCACION PRIMARIA

ROSA BEATRIZ ARROYO Y TORRES

MA. DE JESUS LUCILA CASTRO VILLAGOMEZ

INVESTIGACION DOCUMENTAL PRESENTADA PARA OBTENER

EL TÍTULO DE LICENCIADO EN EDUCACION BASICA

MEXICO, D. F. 1988

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACION

MEXICO, D.F., a 27 de MAYO de 19 88

C. Profr. (a) ARROYO Y TORRES ROSA EMERITZ.
 Presente (nombre del egresado)

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes --
 Profesionales y después de haber analizado el trabajo de titula-
 ción alternativa INVESTIGACION SOCIOECONOMICA
 titulado LA TELEVISION Y LOS NIÑOS DE EDUCACION EN LA TIERRA,
 presentado por usted, le manifiesto que reúne los requisitos a -
 que obligan los reglamentos en vigor para ser presentado ante el
 H. Jurado del Exame Profesional, por lo que deberá entregar diez
 ejemplares como parte de su expediente al solicitar el examen.

ATENTAMENTE

El Presidente de la Comisión



NEIDA: PA. GUADALUPE OLIVARES GTEZ.



S. E. P.
 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
 UNIDAD SEAO
 C. F. AZCAPOTZALCO

A NUESTROS PADRES
CON AGRADECIMIENTO

A NUESTROS ESPOSOS
CON AMOR

A NUESTROS HIJOS
COMO ESTIMULO

A JOSE LUIS
CON ADMIRACION



INDICE

INTRODUCCION

	PAGS.
CAPITULO I	
LA RADIO Y LA TELEVISION EN MEXICO	11
A.- La comunicación	12
B.- Antecedentes de la televisión	16
1.- La televisión en el mundo.	16
2.- La televisión en México.	21
C.- La integración de la televisión en el proceso de la comunicación.	25
D.- Reglamentación de la televisión en México.	31
CAPITULO II	
LA TELEVISION, LA FAMILIA Y LA ESCUELA.	39
A.- La televisión en las relaciones familiares.	40
B.- La televisión en el hogar.	42
C.- La televisión y la educación.	47
CAPITULO III	
LA TELEVISION Y EL NIÑO.	50
A.- Influencia de la televisión para fomentar el desarrollo en el niño.	51



	PA GS.
B.- Influencia de la televisión para generar la influencia de hábitos.	52
1.- Efectos de Higiene.	52
2.- Efectos físicos.	53
C.- Influencia de la televisión sobre las actitudes que el alumno asume frente a la realidad y en relación con la programación.	54
1.- Efectos emocionales.	54
2.- Efectos de la conducta.	55
3.- Efectos en el conocimiento.	57
D.- Influencia de la televisión en el rendimiento escolar.	58
CAPITULO IV.	
LA TELEADICCION.	61
A.- Nuestros teleniños	64
1.- Interés infantil por la programación general.	64
2.- Continuidad en la transculturización electrónica.	64
3.- Incremento de la presión publicitaria.	66
4.- Crecimiento de la audiovisualidad escolar.	67
5.- Armonización de objetivos y materiales.	68
B.- El alumno y la publicidad.	68
1.- Programas y personajes preferidos.	69
CONCLUSIONES	72
SUGERENCIAS	77
BIBLIOGRAFIA	80



INTRODUCCION

Entre los muchos problemas en los que actualmente se desenvuelve la sociedad, existe uno que imperceptiblemente ha venido incrementándose en todo el territorio nacional, tal problema es el de la televisión, el medio de comunicación masivo más completo que existe hasta ahora y porque, al reunir el sonido y la imagen, ha logrado mantener como receptores pasivos a la mayoría -- de los individuos.

Mientras que a nivel mundial existen críticas optimistas de -- la televisión, que esperan que ésta, sea una gran aportación positiva al enriquecimiento de experiencias, propicie el pensamiento analítico y un conocimiento amplio del avance científico en -- el televidente; aparecen también los críticos pesimistas, opinando que la televisión daña, pues el individuo tiende a frenar su -- calidad reflexiva y crítica así como su acción.

En el capítulo I damos una breve "hojeada" al nacimiento de -- la televisión en el mundo y en nuestro país y así integrándolo -- al proceso de la comunicación, tan importante hoy en día, ya que -- la programación de televisión, junto a los contenidos explícitos lleva todo un cúmulo de contenidos implícitos, que incluyen actitudes, formas de conducta, ideales, presentación de un modelo de vida, de un sistema social determinado, etc., y todo esto influye de un sólo inconsciente en el individuo.

En nuestras escuelas primarias se observa que los alumnos comentan con gran interés acerca de la programación del día anterior, imitan conductas de los actores y algunas frases chuscas, que lejos de enriquecer, empobrece su vocabulario y lo deforman, en esta etapa importante de la vida escolar. Tan serio como lo anterior, es la queja de los padres de familia, porque los niños desatienden sus estudios y tareas escolares por no dejar de ver sus programas favoritos.

Es en el capítulo II donde tratamos la influencia de la televisión en las relaciones familiares y escolares.

En la televisión de México, abunda la violencia y la transmisión de ideología y forma de vida del extranjero, principalmente de los Estados Unidos de Norte América.

Aunque se hace notar que la televisión no sólo se presenta en su carácter puramente comercial, sino que también cuenta con algunos programas de tipo educativo, aunque frecuentemente son presentados con poco atractivo y/o escasa calidad, que la población no se interesa en sintonizar, en ese horario de canales que los proyectan.

También cabe decir que, en nuestro país, la televisión se utiliza con fines educativos, como lo demuestran las teleaulas establecidas en algunas regiones de nuestro país y la proliferación de programas de apoyo a la labor docente, en los canales del Esta-



do y el que la televisión comercial dedique uno de sus canales solamente a la difusión cultural.

Los canales de televisión cultural manejan la mayoría de su programación para un reducido grupo de televidentes, ya que han de contar con un determinado grado de cultura para estar en condiciones de apreciar lo que brindan dichos canales, quedando descartada por tal motivo, la mayoría de nuestra población, para la cual sería conveniente un acercamiento gradual a los más elevados valores culturales.

En este trabajo se presentarán en forma general importantes aspectos de la vida de nuestros educandos en los que la televisión influye, fomentando el desarrollo del niño; generando hábitos de higiene y físicos y sobre las actitudes emocionales de conducta y de conocimiento; así como en el rendimiento escolar. (capítulo III)-

En el cuarto y último capítulo se trata directamente la Teleadicción que hace de los niños mexicanos unos verdaderos "Teleniños" atrapados en la transculturización y en la presión publicitaria que los va llevando de la mano hacia el consumismo, considerando que estas observaciones puedan servir de base para futuras investigaciones enfocadas a cada uno de dichos aspectos.

Al mismo tiempo queremos establecer un estado de "alerta" entre los padres, los maestros y la sociedad en general, por cuanto a la influencia que pudiera tener la programación que entra con --



toda libertad a los hogares, con el objeto de que estén capacitados para discriminar aquel material televisivo que pueda representar un peligro para la formación de los niños, quienes constituyen el futuro de nuestra nación.

CAPITULO I

LA RADIO Y LA TELEVISION

EN MEXICO:



A. LA COMUNICACION

Introducción

Generalmente se define a la comunicación como un proceso que consiste en la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor. Diversos autores emiten definiciones similares, añadiendo otros elementos, como el canal que incluye los medios, vehículos y recursos tecnológicos a través de los cuales se transmite el mensaje, el código, que es el sistema de signos con base en el cual se constituye el lenguaje; las barreras (llamadas por algunos autores -- "ruido") que consisten en todas aquellas interferencias que afectan la fidelidad en la transmisión del mensaje de respuesta que permite evaluar en que medida se logró el propósito comunicativo, así como evaluar el proceso para detectar fallas y corregirlas.

El propósito con que se realiza este proceso ha despertado -- gran interés en los estudiosos del tema, al grado que, a través -- del tiempo, se han generado diversos enfoques de la comunicación. Por ejemplo, Aristóteles (1), sin utilizar el término "comunica-- ción", pero aludiendo a ese proceso en sus estudios de retórica -- definió a esta como " la búsqueda de todos los medios de persua -- ción que tenemos a nuestro alcance", así mismo consideró el proce-

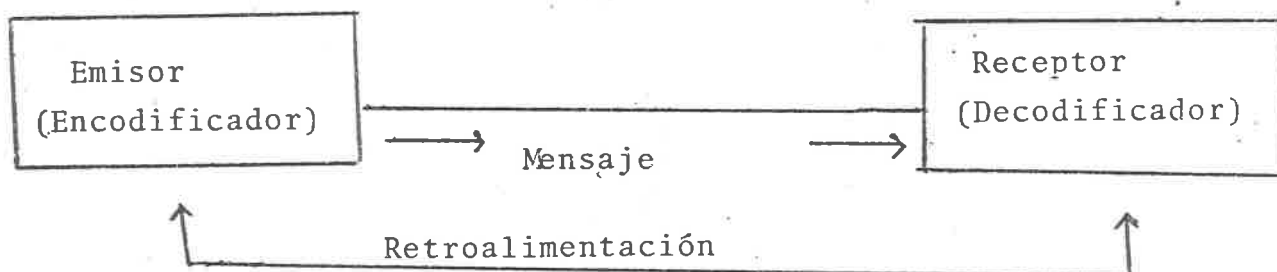
(1) Citado por David K. Berlo. El proceso de la comunicación. In--
troducción a la Teoría y a la Práctica. Buenos Aires, El Ate--
neo, 1980.p. 7

so los tres elementos básicos: emisor, mensaje y receptor, aunque los llama: orador, discurso y auditorio, debido a que su enfoque - va dirigido a la retórica.

La preponderancia del propósito de persuasión en los estudios de la comunicación, se mantuvo hasta fines del siglo XVIII, cuando se empieza a hablar de tres tipos de propósitos: información por - su acción y entretenimiento, aclarando que cada uno de ellos no -- necesariamente se da solo, sino que pueden darse procesos de comu -- nicación que reunan dos o los tres tipos de propósitos. (2)

Determinar los propósitos del proceso es considerado actual-- mente un aspecto central del estudio de la comunicación, pero para ello se considera el proceso en su conjunto y no solo la intención explícita o implícita consciente o inconsciente del emisor.

El concepto de comunicación de David K. Berlo (3) implica un - modelo de comunicación de fácil comprensión como puede observarse - en el siguiente diagrama:



(2) Ibid. pp. 8-17.

(3) Ibid. pp. 19-31.



Este modelo presenta un circuito que integra los más importantes elementos de un proceso de comunicación de persona a persona, en el cual el emisor es a la vez codificador y el receptor es descodificador. También admite el hecho de que el emisor y codificador, por otra parte, y receptor y descodificador por la otra sean personas diferentes, lo que ocurre cuando una persona emite un mensaje telegráfico, en el cual el emisor codifica en el idioma español y después en el código de la escritura, pero otra persona codifica en la clave morse utilizada en el telégrafo. Por lo tanto los elementos del modelo de Berlo debe considerarse como funciones y no como personas u objetos.

Cuando se analiza un proceso de comunicación directa de persona a persona, el circuito se presenta relativamente claro pero existen otros tipos de comunicación donde las diversas funciones se presentan más confusas, difíciles de precisar. Este es el caso de la comunicación a través de los llamados medios de comunicación masiva. Simplificando al máximo la complejidad del fenómeno comunicativo a través de tales medio, se presentan a continuación algunos casos-- donde se tratará de determinar la forma en que operan las diversas funciones aludidas en el modelo de Berlo (4)

Veamos en primer lugar el caso de la prensa. Si se trata de un mensaje que es noticia de primera plana de un periódico, el emisor de un mensaje puede quedar manifiesto u oculto para el receptor. Puede ser que el verdadero emisor sea una persona que pasó la información al reportero, el cual interpretó y redactó la nota que después pasó a revisión y corrección por parte de los elementos técnicos, para finalmente ser impresa. De este modo, la información

(4) Raúl Cremoux. ¿Televisión o Prisión Electrónica?. México, Fondo de Cultura Económica, 1974. pp. 26-36

que llega al receptor puede haber sido influida por todos estos -- pasos que se siguieron en su proceso periodístico, en tal forma, que el artículo llevará elementos del mensaje original y otros que han -- incluido elreportero y los técnicos, sin hablar de los casos en que -- la censura del cuerpo directivo del periódico manipula y altera el -- mensaje para ajustarlo a intereses políticos y económicos. " Ahora -- bien, este proceso queda fuera de la percepción del receptor, quien -- generalmente lee la noticia en los periódicos sin enterarse de la --- fuente que la generó y sin poder verificar la fidelidad del mensaje" -- (5).

Mucho más compleja es la comunicación a través de la televisión -- por ejemplo, cuando el auditorio ve y oye un anuncio comercial, el -- verdadero emisor del mensaje es la empresa, ya sea el fabricante o -- el comercio que vende el producto; sin embargo, estos generalmente --- tienen delegada la función de publicidad o propaganda comercial a al -- gunas agencias especializadas, quienes se encargan de elaborar técni- camente el mensaje siguiendo los lineamientos generales de la empresa. A su vez, los publicistas no presentan el mensaje al público sino que dependen de personas especializadas como modelos, locutores, actores etc. quienes actúan y hablan con su acompañamiento de diversos efec- tos de imagen y sonido que logran los elementos técnicos del canal te- levisivo. De este modo, el mensaje que llega al público en su versión final siguió un proceso que también queda fuera de la percepción del- receptor. (6)

(5) Ibid. p. 36.

(6) Ibid. p. 35.

En los ejemplos anteriores se alude exclusivamente a la complejidad relativa al emisor del mensaje, pero algo similar ocurre con todas las demás funciones. Tal vez el más afectado sea el mensaje mismo, pues hay que recordar que todo mensaje lleva, además de lo que denota expresamente, un cúmulo de influencias connotativas que impactan al receptor en forma conciente o inconciente. En este sentido la televisión es agente sumamente poderoso para transmitir, además del mensaje expreso, una ideología que implica modelos de la vida de otra sociedad ajena a la nuestra. (7)

B. ANTECEDENTES DE LA TELEVISION

1.- La televisión en el mundo.

" La televisión ha sido definida como: El arte de producir instantáneamente a distancia una imagen transitoria visible de una escena real o filmada por medio de un sistema electrónico de telecomunicación" (8)

En el siglo XIX los científicos estaban seguros de que dado que la voz podía transmitirse por alambres (teléfono), llegaría el tiempo en que se podrían enviar también imágenes. Sin embargo la evolución de la transmisión de imágenes se hizo lenta, pues no

(7) CREMOUX, Raúl. Legislación Mexicana en Radio y televisión. México. Universidad Autónoma Metropolitana, 1982. pp. 100-103.

(8) Citado por Jorge E. González Treviño. " Televisión" Teoría y Práctica. México, Alhambra Mexicana, 1983. p. 15

podría hacerse realidad, hasta resolverse dos problemas: como convertir las intensidades variantes de energía lumínica en corriente eléctrica igualmente variantes, y como analizar cada porción minúscula de la imagen en forma de secuencia.

En 1917 el químico sueco Juan Jacobo Berzelius descubrió el elemento químico llamado Selenio sin imaginarse nunca que este descubrimiento iba a dar origen a una serie de invenciones que culminarían en el moderno sistema de televisión.

" Más tarde se encontró que el Selenio produce una emisión espontánea de electrones por la acción de la luz, denominada fotoelectricidad y que constituye el principio fundamental de la televisión". (9)

El funcionamiento de la televisión depende de la relación entre la luz y la electricidad.

El primer efecto fotoconductor de algún valor práctico fué observado en 1873 por Joseph May; aunque este descubrimiento respecto al Selenio no tuvo un resultado práctico inmediato, puso en evidencia la posibilidad de hacer una célula fotosensible con la cantidad mínima de aparatos. Poco después en 1877 apareció un instrumento que permitiría modular por medios electrónicos un haz de luz polarizado.

(9) Raúl Cremoux. Op. cit. p. 40.

El primer ensayo de transmisión de imágenes a distancia se -- debió al físico alemán Pablo Nipkow, en 1884, quien inventó el -- disco analizador de imágenes, que consistía en un disco giratorio que "leía" la imagen y permitía que la luz brillara a través de unos agujeros en una secuencia muy bien estructurada.

En 1923 la televisión adquirió un verdadero desarrollo técnico gracias al ruso nacionalizado norteamericano Bladimir K. Zworykin, al inventar éste un tubo electrónico capaz de captar una imagen; se llamó iconoscopio, y consistía en un tubo de rayos catódicos capaz de analiza una imagen con la velocidad de la luz. En 1928 el estadounidense Philo T. Farmsworth desarrolló otro tubo con características diferentes llamado tubo disector.

En Inglaterra hubo también otros pioneros en el campo de la televisión, John Baird logró perfeccionar el disco de Nipkow, a tal grado que fué la primera persona que consiguió la reproducción de una imagen mediante un sistema de puntos luminosos con variación estratégica de intensidad dando la ilusión óptica de una imagen apenas nítida; fué capaz de transmitir la imagen a una distancia de dos metros y medio.

" La discusión entre los partidarios del sistema mecánico y el electrónico se prolongó durante los años veintes. Si bi en los partidarios del sistema mecánico tuvieron un cierto éxito inicial al final se adoptó el método electrónico, lo que significó enviar al museo el disco perforado de Nipkow y la máquina de difícil manejo de Baird". (10)

(10) CREMOUX, Raúl. Op. cit. p. 41.

En mayo de 1937, tres cámaras electrónicas retransmitieron la ceremonia de coronación de Jorge VI. Por primera vez se encontraron 50 000 espectadores frente a la televisión. En el mismo mes se inauguró en Francia el segundo servicio electrónico de televisión, y al año siguiente apareció en la Unión Soviética.

En 1939 víspera de la guerra, los E.E. U.U. comenzaron a producir aparatos receptores en serie, en vista del creciente auge de la televisión. El 30 de abril se inauguró la Feria Mundial de Nueva York y en ella se inició oficialmente la televisión comercial.

En el mismo año el Ing. mexicano Guillermo González Camarena inventó un sistema de televisión cromático. A partir de este momento en diferentes países del mundo, surgieron otros experimentos -- más elaborados y mejor financiados, pero con la idea de nuestro inventor, basada en tres colores primarios.

Sin embargo, al estallar la guerra se frenó la industria de la televisión. Así, el 24 de febrero de 1942 fué prohibida la fabricación de aparatos de televisión en E.E. U.U. para uso comercial.

En 1945 terminó la guerra y el público reclamó de nuevo la televisión. En 1946 se llegó a los 10 000 receptores, un número nunca antes alcanzado; los años anteriores se caracterizaron por el aumento de televidentes, sobre todo en E. E. U.U. e Inglaterra.

En 1950, la B.B.C., en colaboración con la radio y la televi-



sión francesa, llevó a cabo la primera transmisión internacional de televisión. En este año E.E. U.U. rebasó el número de televidentes que había en Inglaterra, que en ese entonces sumaba cuatro millones.

En 1952 en América, la televisión operaba: E.E. U.U., Canadá, Cuba, México, Puerto Rico, Brasil y Argentina, en Asia solamente transmitía Japón; en Europa contaban con ese medio de comunicación cinco países: La U.R. S. S., Inglaterra, Francia, Alemania e Italia. (11).

Los años siguientes registraron un gran crecimiento en el número de personas con aparatos receptores y en horas de programación. Este aumento se dió en : Canadá, Holanda, Inglaterra y sobre todo en E.E. U.U., país que siempre estuvo a la cabeza en cuanto al número de espectadores.

Nuevas emisoras de televisión comenzaron a funcionar en 1957 en: Noruega, Suiza, Suecia, Austria Bulgaria, Corea y España, y en ese año había en el mundo 55 millones de receptores.

En años posteriores, la televisión empezó a introducirse en los campos de la política cuando se transmitía casi 24 horas el curso de las elecciones, se introdujo también en el campo social

(11) CREMOUX, Raúl. Op. cit. p. 43.

con las bodas principescas, en los juegos olímpicos y en 1961 --
transmitió las imágenes del primer hombre en el espacio.

A partir de 1962, se iniciaron las transmisiones con un nuevo sistema de satélite apoyándolas, que dió por resultado la unión - televisiva de América y de Europa. Más tarde esas transmisiones - se realizaron en color. En vista del éxito del satélite se insta- ron otros. (12)

2.- La televisión en México.

El 7 de septiembre de 1946, se inaugura la estación experimen- tal de televisión XHIGG. La transmisión comenzó a las 14.30 hrs. con un programa artístico. Por espacio de 2 años la televisora -- XHIGG, difundió programas cada sábado en la ciudad de México.

El entonces presidente, Miguel Alemán Valdéz, envió al Ing. - González Camarena y a Salvador Novo a un viaje por varios países el primero a investigar el aspecto técnico y el segundo lo rela- cionado con el contenido; el reporte de los viajeros, hizo deci- dir al presidente Alemán , el otorgar las concesiones de las esta- ciones particulares.

(12) Jorge E. González. Op. cit. pp. 15-16.

El 31 de agosto de 1950, se inauguró la primera televisora comercial de México y de América Latina: XHTV, canal 4 y al día siguiente se transmitió el cuarto informe de gobierno del presidente alemán. Para la ciudad de México fué un novedoso espectáculo.

A fines de 1950, empezó a salir esporádicamente al aire XEWTV canal 2, con transmisiones originadas en los estudios radiofónicos de XEW, en tanto terminaban las instalaciones que más tarde serían Televisicentro.

Mientras tanto en el canal 4 que tenía estudios y oficinas muy reducidos, emitía su señal de la 5.00 p.m. a las 7.00 p.m., casi sin anuncios; los primeros patrocinadores de la televisión fueron : la compañía de relojes "Omega", y la tienda "Salinas Y Rocha Alameda".

El 10. de enero de 1952 el canal 2 presentó por primera vez una programación en forma de las 15.00 a las 20.30 hrs. y 11 días después se inauguró Televisicentro.

Así surgió la competencia entre los canales 4 y 2 en tanto aumentaba el número de televisores en la ciudad de México.

En ese mismo año el 18 de agosto inició sus actividades la tercera estación televisora XHGC canal 5 propiedad del Ing. González Camarena.

El 26 de mayo de 1955 se conoció definitivamente la integra-

ción del Consejo de Telesistema Mexicano S.A. , uniéndose los tres canales con el propósito de integrar una estructura más sólida, - benéfica para la industria, y con mayores posibilidades de servicio y expansión. Telesistema comenzó a enviar su señal a la provincia , instalando retransmisoras mientras se fundaban televisoras locales. El número de receptores aumentó. Las familias con mayores recursos adquirieron varios televisores y aún las de pocos recursos, compraban su televisor, sacrificando necesidades primarias. (13).

A principio de la década de los sesenta, el videotape, al permitir grabar previamente programas y acontecimientos importantes dotó a la televisión de mayor eficacia y funcionalidad, ya que anteriormente solo se transmitían programas en vivo y películas.

El 2 de marzo de 1959 se inauguró el canal 11, estación de carácter cultural perteneciente al Instituto Politécnico Nacional - (I.P.N.), el cual opera solamente en la ciudad de México.

En provincia, numerosas televisoras se organizaron en una empresa común que se llamó Telecadena Mexicana.

En 1965, Telesistema contaba con dos nuevos canales el 7 y el 9, dos años después comenzó simultáneamente la proyección a colores en los canales 2, 4, 5, 7, 9, de Telesistema Mexicano.

(13) Ibid. p. 17.



El canal 8 de México, D. F. que empezó a difundir el 25 de enero de 1968 , pertenecía a Televisión Independiente de México -- (T. I. M.), empresa con capital de Grupo Monterrey, inició transmisiones de prueba a todo color en la ciudad de México, Monterrey, Veracruz y Puebla.

En ese mismo año, el 12 de octubre empezó a trabajar el canal 13, integrando su programación con series filmadas. En 1972, la empresa SOMEX adquirió las acciones del canal 13, y desde entonces, su programación tiene una orientación cultural, social y formativa. Empezó solo con alcance local, actualmente es nacional.

A fines de 1973, Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México se fusionaron y nació Televisa.

En 1982 nace un nuevo canal 22 con alcance sólo la zona metropolitana, funciona en forma experimental hasta unirse con el también nuevo canal 7 y con el 13 forman IMEVISION el 18 de mayo de 1985. (14).

(14) Ibid. p.p. 18-19



C. LA INTEGRACION DE LA TELEVISION EN EL PROCESO DE COMUNICACION.

Ha sido un proceso gradual en el que podemos identificar tres etapas principales.

1.- "Técnica o Ingeniería" es la fase correspondiente a los inicios del medio, a la serie de invenciones que dieron por resultado la transmisión del audio y del video, y la recepción simultánea en otro lugar. En esos momentos lo que importaba era el logro técnico, no tanto el envío de un mensaje a "alguien". En esta etapa se incluyen desde los primeros intentos del hombre por inventar la televisión, hasta las primeras demostraciones en público, período en que los Ingenieros eran los amos y señores del medio.

La técnica en este campo se ha desarrollado rápidamente , ya que en pocos años se ha llegado a una perfección técnica no imaginada; color, componentes en formas por medio de efectos electrónicos incluyendo el uso de la computadora, así como imágenes que perduran y se reproducen al antojo gracias a la magia del "videotape".
(15).

Al generalizarse el uso de la televisión dejó de predominar el aspecto técnico y surgió una nueva etapa.

(15) CREMOUX, Raúl. Op. cit. pp. 60-66.

2.- Con el paso del tiempo otras personas intervienen en el medio y ya no son los técnicos los únicos involucrados. Cobra importancia el envío del mensaje, aparecen el director y el productor, elementos que van a aprovechar el adelanto técnico "algo", para enviar un mensaje, pero a nadie en especial sino a toda persona (receptor ubicada frente al aparato televisor). Durante este tiempo los Ingenieros siguen trabajando para perfeccionar el nuevo invento, para ellos lo más importante era mandar la imagen lo más perfecta posible y mayor distancia sin concederle importancia al contenido de las transmisiones. Pasa el tiempo y la competencia aumenta, surgen nuevas estaciones televisoras y con ellas fórmulas para captar teleaudiencias, terminando así la etapa de los productores .

3.- Más adelante cobra importancia el papel de los "programadores", que son las personas encargadas de establecer el contenido de las producciones, ahora importa decir "algo", en especial para alguien en especial, llámese niño, joven, adulto, hombre, mujer inculto, culto, etc... La televisión se especializa por horarios, con base en estudios de audiencia. Ya el productor trabaja para "alguien" en especial, y no sólo se preocupa por decir "algo".

Las tres etapas se siguen desarrollándose como el árbol y sus capas, la parte central es la parte técnica, que aún oculta a los ojos sigue creciendo y haciendo crecer las otras capas, como la producción , o la capa externa, la que se ve, la que se juzga, o sea la programación de la televisión.

Ahora podemos hablar de un proceso de comunicación completo.

La idea, intención, información o propósito por el cual comunicarse es la "fuente" de la comunicación y ésta recae en las personas que hacen llegar a la estación de televisión el mensaje, la información, llámese reportero, escritor, etc., y las personas que transforman el propósito de la fuente en un "código" (audio y video), - son los productores y directores que traducen para el receptor la intención o el propósito responsable de reproducir en el receptor (televidente) la respuesta esperada (foed-buck). Esto se logra cuando se ponen en práctica, el máximo sus habilidades comunicativas (hablar, leer, escribir, escuchar, etc.); sus actitudes, ya que afecta la forma en que se comunica, y su nivel de conocimiento ya que es obvio que el grado de conocimiento que posee con respecto al tema habrá de afectar a su mensaje (no se puede comunicar lo que no se sabe, no se puede comunicar con el máximo de afectividad un material que no se entiende). (16).

Por otra parte, si el transmisor sabe "demasiado" si está "superespecializado", puede equivocarse, en el sentido que sus habilidades se manifiestan en forma tan compleja que su receptor no será capaz de entenderlas.

La principal función del programador es el manejo de los mensajes elaborados por el productor y el director, desde el punto de vista de los "horarios", la "competencia" y el "tipo de auditorio",

(16) Ibid. p. p. 67-70.



por lo tanto debe tener conocimientos sobre:

- a).- Contenido del programa por difundir.
- b).- Tipo, número y nivel cultural y cronológico del auditorio, así como horarios que acostumbran ver en la televisión.
- c).- Programación de la competencia.

Todo esto con el fin de lograr una adecuada distribución de la programación, a fin de que llegue el tipo de auditorio deseado.

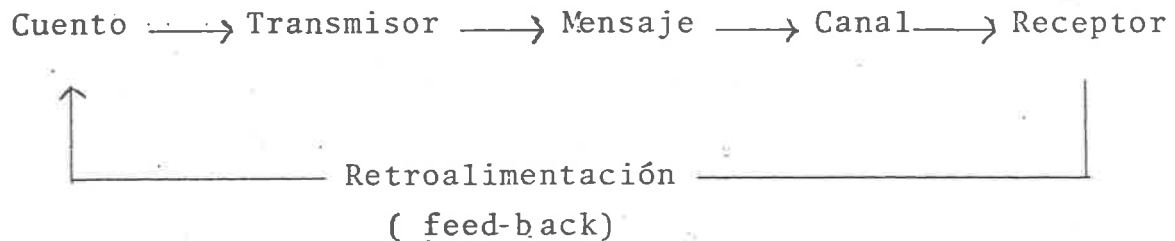
La idea (fuente) ya codificada (transmisor) forma el mensaje o sea un conducto. Podemos localizar en este caso dos tipos de canales: el directo que son ondas electromagnéticas que contienen el audio y el video, y en el canal mecánico, formado por todo el engranaje técnico que hace posible el viaje de las ondas por el espacio.

Hasta el momento hemos visto la existencia en el proceso de una idea fuente, un codificador-transmisor; un mensaje y el canal. Si nos detenemos aquí, ninguna transmisión se habrá producido. Para que esto ocurra debe haber alguien en el otro extremo, el receptor, la persona que con sus facultades sensoriales recibirá el mensaje y lo decodificará. (17).

El televidente, receptor pasivo, no necesita realizar esfuerzo alguno para asimilar el mensaje, todo lo recibe hecho: audio e imagen con movimiento, nada casi nada queda en la imaginación. La persona se informa se orienta, se entretiene, se educa, etc., a través de los sentidos más receptivos que poseemos el oído y la vista.

(17) Ibid. p. 70-71.

La reacción del receptor al mensaje recibido constituye el -- feed-back (retroalimentación), que mantendrá o modificará el mensaje original.



(18).

Los ruidos del proceso.

Entendemos como ruido las distorsiones del mensaje que evitarán que este sea recibido por el receptor con la intención original.

Dentro del proceso podemos localizar tres ruidos: el semántico, el mecánico y el psicológico.

El semántico.- Se localiza en el transmisor(codificador) y se presenta cuando hay un mal manejo del lenguaje audiovisual que hace cambiar el significado original, por ejemplo, usar una palabra equivocada, o ilustrar erróneamente en el video, lo que da por resultado el cambio de la intención de quien envía el mensaje.

También se presente en los mensajes especializados, en donde

(18) Jorge E. González, Op. cit. p. 23.

el receptor no cuenta con conocimientos suficientes para su entendimiento, aquí no existe la igualdad (o capacidad) de vocabulario, ni afinidad para compartir experiencias y culturas semejantes.

El mecánico.- Esta clase de "ruido" se debe básicamente a una falla técnica u operacional, como la distorsión en el audio o video, o un mal manejo de iluminación, micrófono, generador de efectos y otros elementos técnicos, que van a dejar lagunas en el mensaje y evitar su comprensión por el receptor.

El psicológico.- La disponibilidad del televidente para recibir el mensaje es la base para su entendimiento, sus perturbaciones emocionales crearán el "ruido". Este puede ser voluntario o involuntario, el primero se manifiesta cuando conscientemente el receptor no capta el mensaje, principalmente por no ser de su interés o convicciones. y el segundo es producido por hechos ajenos, que por el momento lo alteran emocionalmente e impiden la recepción del mensaje.

En resumen los ruidos o distorsiones del mensaje pueden surgir, como se muestra en la gráfica anterior, en el transmisor, en el canal o en el receptor, y dar por resultado el no comprenderlo.

(19)

(19) Ibid p. 21-24 •

D.- REGLAMENTACION DE LA TELEVISION EN MEXICO

1.- De su constitución.

Durante la presidencia del Lic. Adolfo López Mateos, el H. Congreso de la Unión elaboró la Ley Federal de Radio, Televisión. La ley está dividida en seis títulos que contienen 105 artículos de la siguiente manera: (20)

Título primero.- Consta de siete artículos que hablan sobre los principios fundamentales y estipulan, entre otros, los principios de dominio directo del espacio territorial por la nación, el uso del espacio para la difusión que sólo podrá hacerse con previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorga; establece que como la radio y la televisión son actividades de interés público, el Estado deberá protegerlas y vigilarlas para el debido cumplimiento de su función social, -- siendo ésta la contribución al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. En relación con esto el Ejecutivo Federal, por conducto de diversas dependencias, promoverá la transmisión de programas con fines de orientación social, cultural y cívica.

Título segundo.- Jurisdicción y competencias: son cinco artículos que establecen la jurisdicción federal en todo lo relativo de la radio y la televisión.

Corresponde a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgar y revocar concesiones y permisos, asignar la frecuencia respectiva declarar la nulidad o la caducidad de las concesiones y permisos, así como modificarlas en los casos previstos, autorizar y vigilar desde el punto de vista técnico el funcionamiento y operación de las estaciones fijar tarifas para las estaciones comerciales, y demás facultades que le confieren las leyes.

Compete a la Secretaría de Gobernación: vigilar, que las transmisiones se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad y a la moral y coordinar el funcionamiento de las estaciones pertenecientes al gobierno.



La Secretaría de Educación Pública tiene, entre otros las siguientes atribuciones: promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión, así como programas de interés cultural y cívico, extender certificado de aptitud a los locutores.

A la Secretaría de Salubridad y Asistencia compete autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina, a la de comestibles, bebidas, e insecticidas, artículos de higiene y embellecimiento y de prevención de enfermedades, y de promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo.

Título tercero.- Concesiones, permisos e instalaciones: consta de tres capítulos que contienen 33 artículos; en el artículo I está lo que se relaciona con las concesiones y permisos estableciendo que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, al otorgar las concesiones y permisos, determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales y culturales, de experimentación o de cualquier otra índole. Las estaciones comerciales requerirán permiso. Las concesiones se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos, o a sociedades cuyos socios sean mexicanos. La instalación de difusoras retransmisoras o enlazadas permanentemente, se considera como nueva y deberá llenar todos los requisitos.

El término de una concesión no podrá exceder de 30 años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá -- preferencia sobre terceros. (20)

Las solicitudes de concesión deberán llenar los siguientes requisitos:

- I.- Nombre o razón social del interesado y comprobación de su nacionalidad mexicana.
- II.- Justificación de que la sociedad en su caso está constituida legalmente.
- III.- Información detallada de las inversiones en proyecto.

(20) Universidad Pedagógica Nacional, Problemas de Educación y Sociedad en México. México. p. 171, 172.



Las concesiones contendrán cuando menos la siguiente información:

- a).- Canal asignado
- b).- Ubicación del equipo transmisor.
- c).- Potencia autorizada.
- d).- Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas.
- e).- Horario de funcionamiento.
- f).- Nombre, clave o indicativo.
- g).- Término de su duración.

El capítulo segundo reglamentó lo concerniente a la nulidad, caducidad y revocación de concesiones y permisos.

Algunas de las causas de caducación, son las de no iniciar o terminar las instalaciones en la fecha acordada sin causa justificada, así como no iniciar las transmisiones dentro de los plazos fijados; se puede revocar la concesión, por cambiar la ubicación del equipo de transmisión sin autorización, o las frecuencias asignadas; suspender los servicios de la estación por un período mayor de 60 días, el cambio de nacionalidad del concesionario, y también por proporcionar al enemigo, en caso de guerra bienes o servicios de que se disponga con motivo de la concesión. (21)

En el caso de permiso puede ser revocado por transmitir a asuntos comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se conce

(21) Jorge E. González , Op. cit. p. 27



dió el servicio..

El artículo tercero reglamenta las instalaciones. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, dictará todas las medidas que juzgue adecuadas para la seguridad y eficiencia técnica de los servicios que presten las radiodifusoras, las cuales deberán de estar dotadas de los dispositivos de seguridad que se requieren.

Título cuarto. Funcionamiento: se divide en 43 artículos repartidos en cinco capítulos.

Capítulo I.- Operación: Las transmisoras operan con sujeción al horario que autoriza la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y no podrá suspender sus transmisiones, salvo hecho fortuito o causa de fuerza mayor.

Capítulo II.- Nos habla sobre las visitas de inspección y vigilancia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a las difusoras, así como las de la Secretaría de Gobernación.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes dictará las medidas necesarias para evitar interferencias en las emisoras de radio y televisión.

Capítulo III.- Programación: el derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión es libre.

Deberá efectuar transmisiones gratuitas diarias, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social.



Todas las estaciones de radio y de televisión en el país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de informaciones de trascendencia para la nación.

Título quinto.- Son dos capítulos con 11 artículos; el capítulo uno establece que el organismo coordinador dependiente de la Secretaría de Gobernación se denomina Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por representantes de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de Educación Pública, de Salubridad y de Asistencia, así como la Industria de la Radio y de la Televisión y de los trabajadores. (22).

Título sexto.- Incluye cinco artículos sobre instalaciones y sanciones, estableciendo el monto económico en caso de daño por personas e instalaciones de radio y televisión, así como castigo penal, éste podrá ser de 3 días a 10 años de prisión y de \$1000.00 a 50 000.00 en multas económicas.

La presente ley fué expedida a los 3 días del mes de enero de 1960, siendo presidente de la República el Lic. Adolfo López Mateos y Secretario de Gobernación el Lic. Gustavo Díaz Ordaz.

2.- De su contenido.

El reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, y de

(22) Ibid. p. 28



la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones de radio y televisión fué expedido el 3 de marzo de 1943 por el presidente Luis Echeverría.

Consiste en una serie de disposiciones reglamentarias que precisan las relaciones entre el poder público y los particulares.

Son 58 artículos en siete títulos:

Título primero. Generalidades.

Título segundo. Competencia.

Título tercero. Programación.

Título cuarto. Registro de concesionarios y permisionarios.

Título quinto. Propaganda comercial.

Título sexto. Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Título séptimo. Sanciones. (23).

En estos quedan prohibido a los concesionarios, permisionarios cronistas, comentaristas, artistas, agencias, de publicidad, publicistas y demás personas que participaron en la preparación de programas y propagandas por radio y televisión lo siguiente:

Efectuar transmisiones contrarias a la seguridad del Estado y todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto de los héroes o para las creencias religiosas. Hacer apología de la violencia

(23) Ibid. p.29.



cia, del crimen o de vicios; realizar transmisiones que causan la corrupción de lenguaje; la emisión de comerciales o propaganda que no cuente con la autorización oficial y lo requieran a alterar sustancialmente los textos de los boletines que se proporcionen a las estaciones para su transmisión con carácter oficial; presentar escenas que conduzcan al alcoholismo, al tabaquismo, al uso de estupefacientes o de sustancias psicotrópicas, y transmitir informaciones que causen alarma o pánico en el público.

La propaganda comercial que se transmita por radio y televisión deberá mantener un equilibrio prudente entre el tiempo destinado al anuncio comercial y el conjunto de la programación. El tiempo destinado a propaganda comercial, dentro, del programa y cortes de estación, no excederá del 18% del tiempo total de transmisión; a partir de las 20.00 horas hasta el cierre de estación los comerciales no podrán exceder de la mitad del total del tiempo autorizado para propaganda comercial, los cortes de estación tendrán una duración máxima de dos minutos y podrán hacerse cada media hora.

El Consejo Nacional de Radio y Televisión tendrá entre otras, las atribuciones de elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones, y clasificar su programación en las siguientes categorías:

- a).- Noticieros.
- b).- Deportes.
- c).- Entretenimiento

- d).- Cuestiones económicas y sociales.
- e).- Actividades de naturaleza política.
- f).- Programas culturales. (24).

El Consejo Nacional de Radio y Televisión coordinará transmisiones y fijará horarios en el tiempo del Estado.

La Secretaría de Gobernación impondrá sanciones correspondientes por las violaciones de la Ley de la materia y de este reglamento . (25).

(24) Ibid. p. 30.

(25) Ibid. p. 31

(26)

"En un país en vías de desarrollo, como el nuestro, la responsabilidad de la televisión del Estado es contribuir a imprimir un mayor dinamismo a ese desarrollo e influirlo cualitativamente - en la medida en que pueda hacerlo un medio con sus características, para que adopte las modalidades de un despliegue auténticamente humano. En México,, en este momento, dadas las circunstancias sociales y económicas que vivimos, la televisión tiene que llenar funciones específicas, ligadas a todo un proceso de integración nacional y de fortalecimiento del Estado.

Existe sin duda, un verdadero poder radiotelevisivo y ese poder colectivo tiene que estar ligado a los intereses de toda la sociedad. Tiene que ser, como decíamos al principio de éste artículo, un poder social. Tenemos la responsabilidad de garantizarle al ciudadano de México una información veraz, no solo del suceso de última hora, sino de la situación del país, del continente y del mundo, en este lapso histórico que no se reduce al instante que llamamos nuestra época. Tenemos que ofrecerle un entretenimiento que no lo distraiga de sí mismo, sino que lo ayude a conocerse mejor. Tenemos que poner a su alcance la cultura. Esto que es más fácil exponer que realizar, es otra medida, lo que ha comenzado a hacer y debe seguir haciendo la televisión pública."

CAPITULO II

LA TELEVISION

LA FAMILIA Y

LA ESCUELA



A. LA TELEVISION EN LAS RELACIONES FAMILIARES

La televisión en las relaciones familiares no ayuda a mejorarlas, al contrario las entorpece, salvo en casos excepcionales en -- que los padres, (generalmente con un nivel alto de preparación) - regulan la tele expectación de sus hijos.

Además se puede inferir razonablemente que los padres no se enteran del tipo de influencias a que están sometidos sus hijos a través de la televisión porque existe un horario para niños y otro para adultos y son pocos los padres que ven la programación infantil en compañía de sus hijos.

Para evitar enfrentamientos con los hijos algunos padres aceptan lo que ordenan a sus hijos lo ejecuten en el tiempo de los comerciales, y estos de todos modos lo hacen de mala gana, posiblemente éste no sea un factor muy consistente en el sentido de que la televisión entorpece las relaciones familiares, pues cualquier persona tiene tendencia a no interrumpir un programa que le interese, pero el que lo haga con disgusto, definitivamente sí lo indica.(2)

(1) En nuestra experiencia como Maestras y madres de familia hemos observado que no solamente la televisión acaba con las relaciones familiares cordiales, sino que llega a enfrentar a los padres con los hijos, en esos "terribles" - momentos en que se tiene que apagar el televisor para que se hagan las tareas escolares.

(2) Foro de Consulta Popular. Comunicación Social. Tomo VIII. Vol. 1 México. 1983. p. 106.

A los niños generalmente, les gusta comentar con sus padres -- los programas (desisten si los padres se resisten) lo cual indica que este medio, si se aprovecha adecuadamente, podría ser un factor positivo para la convivencia familiar.

Los padres utilizan como castigo la prohibición de ver televisión y menos frecuentemente como recompensa o premio, tan mala u forma como la otra, pero peor aún cuando se utiliza para deshacerse de ellos y tenerlos ocupados para que no los melesten o no jueguen en la calle exponiéndose a peligros, esto desde luego permitiéndoles que vean indiscriminadamente los programas o cuando la familia entera se sienta frente al televisor a ver programas, que desde luego impone el jefe de la casa, y que forman la imagen aterradoramente cotidiana, del individuo solitario, poco melancólico desligado de otros que contemplan a su alrededor la misma pantalla y conectando casi convulsivamente un universo de fantasía auténticamente creadora y significativa lo desplaza engañosamente, de una manera ilusora, de su existencia de todos los días, para hacerlo partícipe de un mundo de violencia gratuita, de episodios triviales, de estereotipos, de cursilería sentimental. (4)

Algunas de las actitudes positivas que creemos deberían tener los padres ante la televisión, son éstas:

(3) Consideramos positivo el que las familias comenten los programas, ya que el intercambio de opiniones es enriquecedor, ayuda a la formación de criterios y permite que los hijos aprendan a emitir juicios críticos sobre los contenidos y calidad de los programas que se emiten.

(4) Ibid. Tomo III. p. 141.



- Seleccionar los programas cuando los niños son pequeños y cuando son mayores, hacerlo conjuntamente;
- No poner la televisión por rutina.
- Dosificar al máximo el tiempo de visión.
- No sacrificar por la televisión la realización de otras actividades.
- Hacer comentarios y críticas sobre los programas.
- Desmistificar su poder de atracción, explicando los trucos y distorsiones que utiliza.
- No utilizarla como premio o castigo.

B. LA TELEVISION Y EL HOGAR.

Existen en nuestro país cuatro fuentes principales de programación; los canales integrados en la organización Televisa, los integrados de Imevisión, el canal 11 y canales independientes que funcionan en los Estados de la República.

Estos canales utilizan mensajes cuyos signos han sido seleccionados y combinados para llevar al receptor a una sola interpretación: la que interesa al emisor. En ella se percibe una sobredosis de datos, un exceso de información para decir lo mismo, para no dejar ninguna salida hacia la cual el receptor acuda. Estos mensajes tienen como objetivo principal impedir la participación del

receptor. Es preciso apuntar que la proliferación y el éxito de estos mensajes responde a dos causas: una es su desmedida difusión - (en donde un mismo personaje, que a la vez es un estereotipo, aparece innumerables veces en la televisión, luego en el cine, después en la radio y así sucesivamente) y la otra es su incorporación a la sociedad que es a su vez autoritaria y ello ha modificado sus costumbres del mexicano (5).

Es indudable que la televisión forma parte del ambiente físico en nuestro medio y en todos los estratos sociales se destina parte del tiempo libre para ver la televisión como medio de recreación y entretenimiento, agudizándose éste aspecto en los de más bajo nivel, por ser éste un medio de "diversión" económicamente accesible; cabe hacer notar que el teleauditorio siempre se ve influido y bombardeado con "conocimientos" que resulte de la operación sin meditación, en ocasiones es utilizada por las personas para "aliviar" en parte las tensiones que implican el vivir en una sociedad de consumo, así lo expresa una televidente: "Llego a casa sintiéndome exhausta, demasiado cansada para leer o para realmente hacer algo así es que enciendo el televisor y éste me hipnotiza. Lo uso como un tranquilizante. (6).

La televisión influye de una manera directa en los cambios evolutivos de la naturaleza del niño de corta edad, tales como ca-

(5) Ibid p. 161-162.

(6) Winn, Marie La droga que se enchufa México, Diana, 1981 p. 148.



caminar, jugar, ya que motiva la pasividad y al mismo tiempo lo es ta condicionando para convertirlo en asiduo televidente.

Generalmente el niño que ve mucha televisión, procede de una manera pasiva, ya que las imágenes y los sonidos de la televisión se conservan en movimiento mientras que él rechaza toda actividad que implique un esfuerzo donde aplique el razonamiento, emitir juí cios lógicos cayendo en la inmovilidad física y mental.

Marie Winn en su libro " La droga que se enchufa " hace notar que en sus inicios la televisión no estuvo dominada por programas de violencia, sin embargo, en la actualidad no se puede decir lo mismo, pues lo que se presenta induce al niño de primaria a ver - con aparente naturalidad la violencia y la guerra que forman parte del desarrollo social de otros países, que en favor de sus interes consideran convenientemente hacer resaltar aspectos donde siempre, y después de muchas peripecias, triunfa el bien sobre el mal.

Si bien también es cierto que esos programas pudieran obrar - como formación de sus generaciones jóvenes, no encajan en los países donde se exportó este tipo de material televisivo, pues daña - las estructuras sociales al distorcionar e influir en el desarrollo de su vida diaria.

Es bien sabido que la televisión brinda a los receptores, princi palmente a los niños, programas con situaciones familiares econ ómicas y sociales, que no corresponden a las necesidades y expe

riencias propias de su edad. Existe una comunicación alternativa - que está en proceso de descubrimiento y por lo tanto los matices - están aún a discusión y se puede distinguir varias características y posibilidades.

- 1.- En contraposición a la comunicación dominante, se intenta un máximo de participación de parte del receptor. El discurso se estructura con base en la multiplicidad que puede tener un mensaje, donde el mayor número de elementos para que el receptor - elija el que considere conveniente.
- 2.- De una comunicación netamente vertical, que es la dominante, tanto en México como en la mayor parte del mundo, se propone una estructura horizontal de retroalimentación efectiva.
- 3.- Para una comunicación alternativa, es decisiva la participación conjunta de emisor-receptor. Basta ya de que emisor se imagine al receptor y a sus necesidades. Si se quiere establecer una comunicación efectiva, el receptor no puede estar marginando del proceso. No obstante, es necesario aclarar que la mera participación, no garantiza la comunicación alternativa, sino que ésta se posibilita en la medida en que los integrantes del conjunto tengan disposición al diálogo y al intercambio de información. (7).

(7) "El niño consumidor no es un invento de la televisión, estrictamente, pero el voraz aparato lo consolida, determinadamente en este su nuevo status. La asunción del invento electrónico, el universo re-

gido por el referente universo constante de la pantalla , hasta su conversión en el único universo cotidiano, puede hacernos olvidar a los que ya tenemos edad para ver vivido el otro universo como implacable, y desde luego, sorprendentemente, ha conseguido ese olvido en los que tienen más edad y más, por lo tanto, que recordar que un día hubo niños que nunca veían el televisor. Naturalmente no se trata de iniciar ningún canto nostálgico; no hubo ningún paraíso perdido, ni existió nunca tal paraíso, se trata, más bien de pensar, en sus justos términos y éstos sólo pueden ser unos términos históricos la transformación que de la mano del televisor, ha sufrido el status social de la infancia.

El niño que nunca veía el televisor gozaba de una autonomía que el aparato arrebató hoy a sus descendientes.

Universidad Pedagógica Nacional, Op. cit. p. 211.

C. LA TELEVISION Y LA EDUCACION

La televisión, siendo un medio de comunicación social, tiene por objeto el divertir, informar y educar. Este último aspecto puede ser considerado el más importante, por ello, debe ser observado cuidadosamente por un país como el nuestro en su estructura organizativa para procurar su desarrollo integral.

El Estado afronta actualmente el problema de la Educación que se toma cada vez más difícil por lo costosa y lo tecnificada; es aquí donde la televisión puede participar en una forma determinante, puesto que cubre el 70% de la población, la cual queda completamente independiente de la cantidad, calidad y contenido de la programación que se presenta a través de las pantallas.

Así se ve como la televisión ha logrado incorporar a gran número de mexicanos a costumbres y hábitos que le han rescatado del atraso cultural. Por otro lado, se observa que muchos programas no corresponden a la realidad cultural de la nación, sino que tienden a establecer patrones de cultura extranjera, lo cual nos sitúa cada vez en un punto más lejano de poder participar en la resolución del problema cultural y educativo de México. (8).

(8) Ibid. U.P.N. Op. cit. pp. 210-211.



A nivel preescolar es poco lo que se ha hecho, pues para 15 millones de menores de seis años (censo poblacional 1980) sólo hay un programa que intenta cumplir con los objetivos que se persiguen con este tipo de educación; trátase de " Plaza Sésamo ", programa de procedencia estadounidense, que se había adecuado a nuestro medio, lo proyecta Televisa; en sus diferentes canales algunas emisiones del programa. También de Televisa, están dedicados a preescolar y últimamente en el canal 11 y en Imevisión se transmiten unos programas japoneses, algunos de los cuales también para este nivel.

En el renglón correspondiente a la educación primaria el canal 11 transmite de lunes a viernes en el horario matutino el programa " Apoyo a la Primaria", que presenta documentales y programas elaborados por U.T.E.C. (Unidad de Televisa Educativa). Y en horario vespertino " Temas de Primaria ", desafortunadamente la cobertura del canal está restringida a la zona metropolitana.

Los programas grabados por la Unidad de Televisión Educativa, dependientes de la S.E.P. se distribuyen también a todas la televisoras de provincia, por lo que aumenta el número de audiencia. También hasta lugares muy apartados llegan los programas que motivan a los adultos a cursar la primaria intensiva y estos en ocasiones son aprovechados como reforzadores por los niños de primaria.

Existe también en nuestro país, desde hace más de 15 años, la Telesecundaria que ha hecho posible llegue la educación a lugares

apartados, con el fin de capacitar al individuo para su mejor desenvolvimiento social, cultural y productivo.

En un país en vías de desarrollo como el nuestro, toman gran importancia, la tecnología, la ciencia y la investigación, que pudiendo tener una fuerza de apoyo en la televisión, proyecta películas y documentales extranjeros que no son apreciados por los teleespectadores, pues son recibidos como un tipo más de información.

(9)

-
- (9) " En México el surgimiento de la televisión coincide con una etapa de la maduración de la dependencia económica de nuestro país respecto de Estados Unidos. En el ámbito de la industria de radio y televisión las repercusiones son inmediatas, tanto en lo que se vincula con la infraestructura televisiva, como en el sostenimiento cotidiano de la industria misma, es decir, en los anuncios de las corporaciones.

En el orden jurídico se concreta también una forma de dependencia manifestada en los Decretos y Acuerdos promulgados por el presidente Alemán, producto de convenciones internacionales convocadas por organismos privados.

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

Universidad Pedagógica Nacional. Op. cit. p. 187.

CAPITULO III

LA TELEVISION

Y

EL NIÑO



A. INFLUENCIA DE LA TELEVISION PARA FOMENTAR EL DESARROLLO DE LA IMAGINACION EN EL NIÑO

La televisión estimula poco la imaginación porque son excepcionales los niños que imaginan en que va a terminar una caricatura.

Es tan rápido el ritmo narrativo que condiciona a una lectura de imágenes calificada de "automática. Se trata de una contemplación refleja, prácticamente imouesta y que no permite la más mínima reflexión sobre los contenidos por parte del espectador. Esta lectura irreflexiva es conscientemente buscada, lógicamente por el creador del anuncio publicitario al que sólo interesa "meter el -- producto" y por otra parte mantener a toda cosa la atención del espectador. El hábito de ésta lectura automática fomenta una cierta pereza mental.

Por lo tanto el niño no acostumbrado a reflexionar y a criticar los mensajes recibidos, se encuentra atrapado en una lectura mecánica que sólo exige -- nuevas imágenes y le parecerá a burrido otro estilo narrativo que le exija reflexión, respuestas activas, es decir en un tiempo narrativo más lento (1)

El rápido ritmo de cambio de planos crea una cierta fascinación en el niño.

A los niños menores de 8 años los programas que más les gustan son las caricaturas, que no favorecen la lectura comprensiva de imágenes en movimiento

(1) MENESES MORALES, Ernesto. Educar comprendiendo al niño. México, Jus, 1964. p. 230.



y ese es el mayor problema porque crea hábito en los pequeños y los atrapan en una lectura superficial que ni controlan, ni comprenden lo que los hace presa fácil de ser controlados y sugestionados (2)

B. INFLUENCIA DE LA TELEVISION PARA GENERAR LA
FORMACION DE HABITOS

Los efectos nocivos que puede producir la televisión en los niños son de dos tipos: Higiene y Físicos.

1.- Efectos de higiene.

- a).- El acostumbrar a tomar alimentos viendo la televisión no permite una buena digestión que es básica para la salud en el desarrollo adecuado del niño.
- b).- Algunos niños consumen también golosinas mientras ven la televisión porque se les antoja lo que ven y en este exceso de golosinas afecta a la salud pues genera falta de apetito para las comidas, básicas, puede provocar o favorecer la obesidad y afecta a la higiene dental.

Los padres deben regular la alimentación de sus hijos evitando el excedente de calorías que el niño consumirá en una actividad física mientras que frente al aparato televisor no ocurre.

(2) Ibid. p. 236.



Los niños consumen también refrescos embotellados, cuando los ven por televisión al igual que sus padres, el café, las cervezas, los vinos y licores que desde luego son consumos inadecuados y hasta nocivos para la salud.

2.- Efectos físicos.

Cansancio: El niño no juega solo quiere estar sentado, las causas pueden ser, se desveló viendo televisión, o la vió en una postura o de modo inadecuado, para solucionar estos efectos habría que:

- a).- Reglamentar el uso de la televisión.
- b).- Señalar al niño que debe sentarse correctamente aún cuando ve televisión.
- c).- Tener la pantalla a la altura de nuestros ojos, ni más arriba ni más abajo de nuestra cabeza.
- d).- El aparato debe funcionar bien.
- e).- Que la distancia no sea más chica que cinco veces el tamaño de la diagonal de la pantalla.
- f).- Que no se vea en una habitación oscura.
- g).- Que la pantalla no refleje la luz de los focos o ventanas
- h).- Que no debe verse tanto tiempo para que se sienta la vista cansada.

Por no seguir estas reglas los niños presentan a veces ciertas afecciones visuales al estar viendo la televisión que van desde el lagrimeo frecuente, hasta irritación, imagen borrosa etc., con



'frecuencia tales afecciones aparecen acompañadas de dolor de cabeza y neuralgias. (3).

C. INFLUENCIA DE LA TELEVISION SOBRE LAS ACTITUDES
QUE EL ALUMNO ASUME FRENTE A LA REALIDAD Y
RELACION CON LA PROGRAMACION

Los efectos que puede producir la televisión en los niños son: emocionales, de conducta y de conocimiento.

1.- Efectos emocionales importantes son :

a).- Asombro y complejidad, miedo, angustia, temor, insensibilidad a los casos simples y valiosos. Parece ser que las nuevas generaciones solo les interesa lo extraordinario, muy violento o muy sensual.

Las causas del asombro y complejidad son las escenas de violencia o conflicto sexual que el niño no puede imaginar por su grado de madurez, sería necesario para evitar estos efectos que hubiera una educación sexual adecuada, una buena comunicación con el niño darle la posibilidad de que exprese todas las dudas que tenga y resolverlas.

El miedo que producen algunas series de televisión suele ser mayor mientras más se acerquen las escenas a las que nos dan mie-

(3) Consejo Nacional de Población. La Televisión y los niños. México. pp.25,27

do en la vida real, lo conocido, la soledad. El niño se asustará si ha vivido con temor o sufrimiento, algo semejante a lo que está viendo en televisión. Por eso le impresiona más una cortada que un balazo; los programas de televisión en conjunto tienen ahora escenas más violentas y con más sexo que las de hace algunos años. Hay indicios de que los espectadores necesitan cada vez más violencia y más sexo en los programas para emocionarse.

Para evitar el miedo en los niños se debe procurar que no vean los programas que consideremos que, no está maduro emocionalmente, por ejemplo: las series policiacas y de detectives.

Hay que enseñarlo también a diagnosticar si puede o no seguir viendo un programa que le esté causando temor o angustia.

Es importante también fomentar en el niño el gusto por lo simple natural, bello y tranquilo, que se de cuenta de que muchas escenas de violencia pueden solucionarse de otras maneras por ejemplo, con el convencimiento se logran mejores resultados que recurriendo a las armas como se ve con frecuencia en la televisión(4).

2.- Efectos de la conducta.

El niño se puede volver pasivo, desinteresado e incapaz de realizar cualquier esfuerzo ya sea físico o mental porque la televi -

(4) David K. Berlo El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la Práctica. Buenos Aires, El Ateneo, 1980. p. 7-10.

sión le presenta programas totalmente elaborados que el no tiene mas que sentarse a verlos.

" El simple hecho de mirar la televisión conlleva una actividad mental pasiva; el niño sentado; estático, y con la boca abierta consume todo lo que aparece y absorbe como una esponja el contenido de la programación ". (5).

Las formas novedosas, y a veces muy crueles con que los niños ejercen la violencia contra sus semejantes, son enseñanzas de la televisión. Imitan también sus personajes favoritos sean o no positivos.

La apatía y pasividad ante los hechos violentos que presencian en la vida real convierten al niño en espectador pasivo en la vida cotidiana, por el exceso de violencia que ven en la televisión.

El niño actúa ante determinada situación de la misma manera agresiva que actúa un personaje de televisión, que ha visto en vez de razonar sus actos por la fuerte atracción hacia los modelos que ven en la televisión.

Para evitar estos efectos en la conducta de los niños se debería procurar que el niño realice actividades creativas. Fomentar el desarrollo de sus capacidades. Tratar de que se sienta seguro,

(5) M. Alfonso Erasquin Los Teleniños Distribución Fontamara S. A. 1984 p.47

amado y aceptado en la familia. Discutir con él sobre los programas de televisión, enseñarlo a ver televisión críticamente.

Ayudar al niño a dominar sus impulsos agresivos, desvocándolos de otra manera que conozca los efectos reales que pueda provocar una agresión.

"Todo pequeño desarrolla ampliamente sus facultades intelectuales cuando se le ofrece la posibilidad de manipular, de tocar de hacer en lugar de contentarse con una postura pasiva" . (6)

Que las personas que conoce sean modelos más fuertes que los de la televisión, crítica constante de las acciones de los personajes de la televisión para que los enriwnda, preguntarle que actitud tomaría él en un caso semejante o de que forma solucionaría el mismo problema. (7).

3.- Efectos en el conocimiento.

La dispersión de conocimiento. El espectador no puede distinguir lo que sirve y lo que debe de desechar. No puede integrar la información, ni relacionarla con sus conocimientos anteriores porque la televisión le presenta mucha información de manera dispersa e incompleta, el niño confunde realidad y fantasía porque la televisión le presenta cosas fantásticas con mucho realismo.

(6) M Winn: Op. cit.. p. 21

(7) CASTILLA DEL PINO, Carlos " La Incomunicación. Barcelona, Ed. de Bolsillo, p.p. 144-145.



Para evitar estos males efectos dañinos en el conocimiento -- hay que tratar de señalar, mientras vemos un programa lo que se acerque más a los intereses de los niños y a nuestros propios intereses.

Los maestros discuten con los niños y completan la información que les haya dado determinado programa.

Vigilar los programas que ve el niño y ayudarlo para que distinga lo fantástico de lo real.

D. INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN EL RENDIMIENTO ESCOLAR.

Es lamento común en todos los niveles escolares el que se hace contra los medios comunicativos de la T E L E en primera línea, como disgregadores y destructuradores de los recursos expresivos antañó monopolio de la educación, centrados en el uso correcto de la lengua hablada y escrita.

La avalancha comunicacional supondría, según algunos la pérdida de los recursos cualitativos de la palabra, en beneficio del pasivo consumo de lo audiovisual de los alumnos, mientras tanto, se ven obligados a procesar congnocitivamente dos subsisemas narrativos a menudo opuestos:

Los programas escolares y la vida cotidiana.

Por fortuna para nuestro país el canal de la S.E.P. (11) está intentando reducir ese antagonismo aproximando sus extremos y desechando lo obsoleto. En ese proceso de acercamiento a la televisión tiene un papel muy importante.

Entendiendo como televisión la recepción de contenidos, escolares o no, pero también como manejo activo de las técnicas o recursos narrativos del medio. En suma, receptores y emisores, prácticos y conscientes como objetivo educativo.

Tratando de borrar esterótipos y desconfianzas entre ambos mundos el de la televisión y el de la escuela, difundiendo algunas experiencias valiosas para ambos.

La correlación entre rendimiento y horas de televisión de nuestros alumnos tiene dos valores:

Uno que correlaciona rendimiento horas de televisión en días laborables y otro el rendimiento de horas de televisión durante los fines de semana.

Ambos valores nos indican que existe una relación entre las variables de baja intensidad; pues en el rendimiento escolar in-

(8) Con nuestra experiencia como madres y maestras de escuelas oficiales, de un nivel medio bajo, consideramos que los niños que están frente al televisor de 3 a 4 horas diarias los días de la semana y los fines de semana le dedican más tiempo, de 5 a 6 horas diarias, lo que nos resulta preocupante.

fluyen otra serie de factores, como pueden ser:

Problemas emocionales, falta de motivación, deficiencias pedagógicas .(9)

Los niños que distribuyen su tiempo libre para realizar determinadas actividades disponen desde luego de menos horas para ponerse frente al televisor.

Las actividades que más realizan los alumnos son las deportivas, como quizá, por ser las que menos dificultades entrañan y en las que más fácilmente se da la reunión de un grupo espontáneo. (11).

Las actividades instructivas las desarrollan un mínimo de alumnos porque en ellas se requiere una determinada economía familiar desahogada y la motivación de los padres.

Esto ocurre en los alumnos de la zona media alta, así mismo es tos son los que menos tiempo dedican a ver la televisión. (12).

pante ya que la televisión les impide emplear ese tiempo en otras actividades más positivas y facilitadoras en aprendizaje, necesarias para el desarrollo personal e intelectual.

(9) ERRAUSQUIN, M. Alfonso, y otros. Los Teleniños. México, Fontamara, 1 B1. p.p. 54, 58.

(10) Lo anterior hace pensar a los adultos, en la la pr a desarrollar para facilitar alternativas de utilización del tiempo libre de los niños y evitar así su dedicación casi exclusiva a ver televisión.

(11) I Id. pp. 60, 66

(12) Gaceta S.E.P. Año III No. 5. p. 5.

CAPITULO IV

LA TELEADICCIÓN.

La dependencia de la televisión, crea, quitando las propiedades semihipnóticas, no es milagrosa, ni misteriosa y está unida a otros fenómenos sociales.

La función de los medios de comunicación es servir el automovimiento social, administrando unilateralmente por quienes administran también unilateralmente la comunicación. Ningún sector social se escapa a escapa a gran labor integradora porque:

El habitante de las ciudades es el que produce en las fábricas y es el consumidor en la tienda y espectador ante la "tele" y turista cuando sale de la ciudad; y entre la producción, el consumo y espectáculo, entre la fábrica, el centro comercial, la sala de televisión queda la calle donde antes era espacio de la vida diaria y que hoy está dominada por el poder.

El mecanismo es inevitablemente exacto, en las ciudades, la televisión es el entretenimiento más sencillo y menos neurotizante relaja la intimidad del propio habitáculo. En el mundo rural, es la propuesta única y forzosamente fascinadora. En ambos es la opción más barata porque está pegada indirectamente de antemano se use o no. (2)

(1) La televisión ocupa un importante puesto en el poder económico de nuestro país incluso se ha llegado a llamarla 5o. poder.

(2) M. Alfonso Erausquin. Los Teleniños. México, Distribución Fontamara S.A., 1984.

Además las calles que algún día fueron espacio para encuentros y juegos hoy se encuentra sometida a restricciones por el peligro que entrañan, siendo este el primer paso para hacer al niño teleadicto.

El segundo paso serían las restricciones nuevas que se le imponen dentro del hogar, generalmente pequeño, y el cual la madre quiere que se conserve muy limpio y ordenado, lo que no es posible, si los chicos juegan en él; de tal manera que para no arriesgarse con el problema de la madre se refugia en su aparato televisor.

Los padres agradecen este entretenimiento fácil, no solo para los niños, sino también para ellos, a quienes la vida moderna les impide tener una relación de juego dentro del espacio familiar y también él ocupa un lugar frente al televisor, recibiendo casi como un premio la generalmente insulsa programación.

En esta forma toda la familia es un grupo de consumidores de televisión en lugar de tener una diversión activa.

Al ofertarnos (sic) el hecho de la televisión a base de hacernos ver superficialmente que todo es estupendo, se nos persuade que lo mejor que podemos proyectar en nuestra vida es convertirnos en Teleadictos empedernidos. La información y la orientación

(3) Y es realmente difícil encontrar otros entretenimientos más cercanos y con menos problemas que el televisorado, para los cuales les falta información y posibilidades económicas.

sobre los programas venideros se convierte por lo tanto en un --
larguísimo "SPOT" publicitario".

Si añadimos a esto los tiempos empleados en la utilización --
del televisor como micro computadora o instrumento de video-jue -
gos podemos afirmar que la teleadicción aumenta sin cesar y sin -
que se apunte disminución en su ritmo de avance.

A. NUESTROS TELENIÑOS

1.- Interés infantil por la programación general.

El reparto horario de la audiencia infantil de televisión de-
en evidencia incosteable el acceso de los niños a todo tipo de -
programas emitidos. Son las series animadas las que logran las --
cantidades superiores de audiencia, pero se confirma la importan-
cia de la atención que se presta a programas para todos los pú -
blicos: La hora del gane (programa diario de concurso); Siempre
en domingo, las películas y algunas series filamdas etc.

2.- Continuidad en la transculturización electrónica.

A partir de 1983 a 1987 con la devaluación del peso mexicano
la transculturización ha sufrido un duro revés, ya que por lo caro
que resulta ahora a México las series importadas, se ha recurrido
a programas mexicanos aún en los canales que transmitían sólo se-
ries estadounidenses (caricaturas, películas, series de detecti -

ves etc.).

Todo ello sin que se haya potenciado con seriedad y calidad el afloramiento de productos propios inspirados en nuestra mejor tradición cultural, sino dando pasos a series pretendidamente humorísticas y populísticas a la mexicana del más corriente corte comercial (5).

Esta nueva cultura que nace de los medios de comunicación no está de acuerdo a los hábitos artísticos y de juego de los niños son en cambio " una estrategia interesada cuyos objetivos son la imposición de un determinado modelo de vida lo que incluye naturalmente, unos concretos gustos naturales y estrecha relación la incorporación inmediata a la cadena del consumo" (6).

Ojetivo este de los medios empresariales estadounidenses de la comunicación, de la política, y hasta del ejército que siempre han dejado ver su voluntad de exportar su "american way of life"; siendo su principal exportación el modelo de televisión adoptado en casi todo el mundo formando parte del mismo como un fuerte pilar la publicidad. (7).

Actualmente no solamente recibimos el bombardeo de la transculturización estadounidense, sino tenemos también la de Japón por la accesibilidad de sus precios cuyas series están plagadas

(5) Universidad Pedagógica Nacional Op. cit. p. 175.

(6) WINN, MARIE. Op. cit. pp. 115-116.

(7) Foro de Consulta Popular. Tomo 4 Op. cit. p. 204.

de violencia y en la velocidad de cambio de plano en los protagonistas fuerzan la identificación del pequeño teleespectador e incluso empiezan a introducirse en nuestro país películas y caricaturas de la U.R.S.S. y de algunos países europeos. (8).

Algunos complace el darnos cuenta que en materia de televisión no todo es transculturización de allá para acá, México ha entrado en franca competencia de transculturización de otros países ya que las telenovelas mexicanas están invadiendo el mundo.

3.- Incremento de la presión publicitaria.

Tanto en tiempo de presencia en pantalla como en imposición al teleespectador, la publicidad ha fortalecido su posición en los últimos años. Como contrapartida, ha disminuido la emisión de anuncios de productos considerados nocivos para la salud (tabaco y alcohol). En IMEVISION no se transmite y el de TELEVISA sólo -- hasta después de las 21.00 horas y se han eliminado ciertas estrategias engañosas de presentación de productos (juguetes bélicos) dirigidos al público menor.

En esta evolución interesa destacar fundamentalmente el fuerte incremento de la publicidad estática, presente sobre todo en competencias deportivas y que recoge precisamente mensajes sobre los

(8) Gaceta S.E.P. año III. No. 3. Op. cit. p. 204.



productos retirados "SPOTS" (bebidas y tabaco), de la presencia de los patrocinadores vinculan una marca, un acontecimiento y de la inserción de mensajes-máscara en la información (por ejemplo, rótulo de anuncio en la mitad inferior de la pantalla y entrevista a ganador de etapa en la mitad superior, con imposibilidad de impedir su recepción, si se desea aumentar la recepción del contenido básico de la emisión. (9).

La función transmisora y reforzadora de actitudes y modos de comportamiento muy tipificados (apariencia, triunfo, competitividad, asunción de roles...) es la que era y, suponemos seguirá -- siendo.

4.- Crecimiento de la audiovisualidad escolar.

Aunque no contamos con datos estadísticos acerca del equipamiento audiovisual de los centros de enseñanza, hay indicios confiables para afirmar, sin reparo, que en los últimos años se ha incrementado su presencia y manejo en las escuelas.

La informatización y las posibilidades de conectar el televisor a bancos de datos y a programas de enseñanza asistida por ordenador (en los que también caben los videos didácticos), aparecen ya en el horizonte del futuro como factores de intensificación audiovisual. (10)

(9) WILSON? Bryan Key. "Sedución Subliminal". México. Diana, 1987.p.p.39-41.
(10) GONZALEZ, Pedrero Enrique. Televisión Pública y Sociedad.Revista Nueva - Política. Vol. I. No.3 México. julio 1976p. 185.

5.- Armonización de objetivos y materiales.

Al referirnos a televisión y enseñanza, hemos de diferenciar una vez más, entre la formación del teleespectador y la utilización de programas de televisión con material didáctico. Y hemos de distinguir también entre la televisión didáctica (lecciones transmitidas), el uso didáctico de programas de televisión grabados, y el video directamente didáctico.

Ante el panorama esbozado y dado el escaso incremento de la presencia de la expresión audiovisual en los programas escolares, resulta inevitable insistir en la necesidad de estudiar directamente el fenómeno televisivo y de encarar el análisis de programas a poder ser dentro de un trabajo global sobre lenguaje y lectura de imágenes, como actividad directamente formativa y enriquecedora para el alumno y como paso previo a la eventual utilización de esos u otros programas en la actividad docente. (12)

B. EL ALUMNO Y LA PUBLICIDAD.

Los dos temas claves de la publicidad dirigida a niños y en la que más tiempo y dinero se invierte, son los juguetes y los productos alimenticios "chatarra", precisamente los comerciales más gustados por nuestros niños.

(11) Desafortunadamente se usa poco en escuelas oficiales y mucho en las particulares.

(12) Revista Nueva Política. Op. cit. p. 186.

Como sabemos la función de la publicidad es estimular el deseo y la necesidad de consumir, al mismo tiempo que transmite valores, actitudes y estereotipos enraizados en la ideología de la sociedad en la que vive el niño.

Las técnicas publicitarias aprovechan las limitadas capacidades de análisis y razonamiento del niño y su natural credibilidad, de forma que sus imposiciones resultan agradables y placentera para los pequeños televidentes.

La publicidad televisiva manipula al niño no sólo como futuro comprador sino como protagonista de "spots" dirigidos a niños e incluso a adultos.

La influencia de la publicidad en los niños es fortísima y puede considerarse como un instrumento peligroso cuando se usa con fines consumistas y demagógicos que es lo que predomina. Sin embargo una propaganda hecha con responsabilidad e intencionalidad puede considerarse positiva.. (13).

1.- Programas y personajes preferidos.

Los programas de televisión preferidos por nuestros niños según la revista Teleguía y nuestra observación directa, son en primer lugar las caricaturas, luego los programas de concurso y

(13) WINN, Marie. Op. cit. pp.117-118.



en tercer lugar las películas y en cuarto lugar los deportes.

Los personajes preferidos (modelo ideal) son abundantes destacando el Inspector Gadget y Optimus Prime, Relámpago y la Rana René de los Muppets.

Los personajes que les gustaría ser (modelo de identificación) son fundamentalmente: Superman, Batman y Candy.

Posiblemente si hicieramos una encuesta entre los niños - sobre los personajes preferidos, nos daríamos cuenta que los anteriormente mencionados están pasados de moda o han sido sustituidos por otros.

Sin embargo lo interesante está ahí aunque varien los nombres de una temporada a otra.

Los personajes de televisión crean unos modelos de comportamiento, unas actitudes y unos estereotipos sexuales muy determinados, que incluyen poderosamente en el público infantil. El héroe televisivo no es sólo un personaje del que se habla con sus compañeros de clase y que se constituye en tema de conversación, de juego y el último término de imitación en el grupo.

Nosotros educamos a nuestros hijos " en blanco y negro", reñimos , censuramos cuando es necesario; la televisión educa -

"en color", ya que aparece como amable y gratificante siendo -
sus mandatos gratos y atractivos. (14)

(14) ERRAUSQUIN, M. Alfonso. Op. cit. pp. 96-108.

CONCLUSIONES

El circuito de la comunicación de persona a persona es más o menos claro, pero, en la comunicación a través de los medios masivos se torna más difícil de precisar y todavía más aún en la televisión, ya que, los mensajes que recibe el receptor llevan un cúmulo de influencias connotativas que lo impactan en forma consciente o inconsciente.

De ésta forma la televisión es un agente sumamente poderoso para transmitir, además del mensaje expreso, una ideología que implica modelos de vida de otra sociedad, ajena a la nuestra.

Más de un siglo fue necesario para llegar desde la idea, de que si la voz podía transmitirse por alambre (teléfono), en la misma forma se podían enviar imágenes; hasta la primera transmisión televisiva cuyo desarrollo fué detenido en los años de las dos grandes guerras, para llegar a su auge total después de terminadas éstas.

En México los intentos televisivos se inician en 1946, pero quedan realmente establecidos en enero de 1952. Habiendo pasado por una serie de etapas en su desarrollo, la televisión mexicana ha llegado a ser una de las mejores del mundo; y los televisio



res en los hogares mexicanos son el miembro "más importante" de la familia.

Actualmente se cuenta en el D. F. con ocho canales de televisión, tres de ellos de cobertura nacional, así como catorce canales de cablevisión y para las clases pudientes todos los del mundo, debido a los satélites (Morelos I, y II.) adquiridos por nuestro país y a la proliferación de antenas parabólicas.

La mayoría de los estados tienen estaciones repetidoras y canales locales, considerándose que en la actualidad la televisión mexicana cubre el 90% del territorio nacional.

Con la generalización del uso de la televisión dejó de predominar el aspecto técnico y surgió la etapa de la legislación, que entre otras cosas en sus seis títulos estipula que: las concesiones las otorga el Ejecutivo Federal y el Estado deberá protegerlas y vigilarlas, fijará tarifas para las estaciones comerciales; vigilará que las transmisiones estén dentro de los límites del respeto, la dignidad y la moral.

La S.E.P. tiene las atribuciones de promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión, así como programas de interés cultural y cívico; extender certificado de aptitud a los locutores.

El Consejo Nacional de Radio y Televisión coordinará trans-

misiones y fijará horarios en el tiempo del estado.

La televisión no ayuda a mejorar las relaciones familiares sino las entorpece, salvo en los excepcionales casos de los padres (generalmente cultos), que regulan la teleespectación de sus hijos.

Creemos que en los hogares mexicanos los padres están actuando (en su gran mayoría) en forma negligente, ya que, los niños ven demasiadas horas al día la televisión; además de que la ven solos e indiscriminadamente, y en posiciones corporales incorrecta.

La escuela está perdiendo terreno en su influencia sobre los alumnos, debido el creciente poder de los medios masivos, principalmente la televisión, a veces los niños prefieren no ir a la escuela y quedarse a ver la "tele", lo que afecta a la realización de estudios y tareas que asigna la escuela; y lo más alarmante es que el tiempo que los alumnos ven televisión en la semana supera al que corresponde a la asistencia a la escuela.

La televisión estimula poco la imaginación infantil, ya que es una lectura automática la que se realiza, lo que fomenta una cierta pereza mental.

Los niños prefieren las caricaturas que los atrapan en una lectura superficial que no controlan ni comprenden, lo que los

hace presa fácil de ser controlados y sugestionados.

Los efectos nocivos que puede producir la televisión en los niños son: de higiene porque consumen alimentos indiscriminada - mente mientras ven televisión, lo que ocasiona mala digestión, o - besidad y afecta la higiene dental; físico, porque se desvela, - ve la televisión en posiciones inadecuadas y no controla la dis - tancia y la iluminación, lo que causa afecciones visuales.

La televisión produce en los niños efectos emocionales de conducta y de conocimiento. Obliga a los alumnos a procesar cog - noscitivamente dos subsistemas narrativos, a menudo opuesto: los programas escolares y la vida cotidiana; y los apartan de las - actividades deportivas.

Los niños de clases altas son los que dedican menos tiempo a ver televisión porque tienen otros distractores.

El fenómeno denominado "Teleadicción" es una realidad que - afecta a un número considerable de niños, quienes prefieren que - darse en casa a ver televisión a salir con sus padres, cuando el aparato de su casa no funciona, buscan otro lugar donde ver sus programas; cambian constantemente de canal para ver dos progra - mas a la vez.

Una de las influencias más negativas de la televisión, es que propicia en el niño el consumismo.

El fenómeno de la penetración ideológica que ha motivado estudios muy importantes en los últimos años, es uno de los efectos más graves que la televisión ejerce sobre los niños, al presentarles formas de vida ajenas a nuestra realidad histórica; tienen preferencia hacia programas, personajes, conjuntos musicales y anuncios comerciales, principalmente de Estados Unidos de Norteamérica.

Otro aspecto bastante significativo es el que se refiere a la credibilidad de los niños como televidentes, ya que creen que lo que suceden en los programas es cierto y aceptan como verdadero lo que afirman los anuncios comerciales.

Este indica que hace falta mayor intervención de los padres y de la escuela para ayudar al niño a adquirir una conciencia crítica frente a este poderoso medio de difusión.

SUGERENCIAS

Que se incluyan en los libros de texto de la escuela primaria, de todos los grados, unidades específicas con objetivos tendientes a concientizar primero al maestro, y luego al alumno y -- por extensión a los padres de familia, acerca de lo positivo o negativo de la influencia de los programas que presenta la televisión, así como los comerciales y el fin que se proponen.

Que se lleve a cabo una revisión del Reglamento de Radio y televisión, con el fin de adecuarlo a la actual situación social de nuestro país y que dicha revisión sea efectuada por personas ajenas a los intereses de la industria de la televisión.

Que el estado vigile y controle de manera efectiva el cumplimiento de las Leyes que rigen programas, películas y comerciales que se exhiben en televisión.

Que el tiempo que corresponde al estado realmente sea aprovechado en proyectar programas que auxilien a la educación, que destaquen los rasgos culturales y morales que caracterizan a -- nuestro pueblo, y proyecten los valores positivos de otras culturas.



Que los padres seleccionen los programas cuando los niños son pequeños y cuando son mayores, hacerlo conjuntamente, asimismo que dosifiquen al máximo el tiempo de visión para no sacrificar por la televisión la realización de otras actividades.

Que padres y maestros hagan comentarios o críticas sobre los programas; desmitificar su poder de atracción explicando los trucos y distorsiones que utiliza. Que no la utilicen como premio o castigo.

Que para formar hábitos higiénicos los padres regulen la alimentación de sus hijos al momento de ver televisión. Que reglamenten el uso de la televisión señalando al niño que debe sentarse correctamente aún cuando ve televisión .

Que no se vea en una habitación oscura y que no se vea tanto tiempo que canse la vista.

Que para contrarrestar los efectos negativos emocionales -- tenga una buena comunicación con el niño, dándole la posibilidad de expresar todas las dudas que tenga y resolverlas.

Que padres y maestros fomenten en los niños el gusto por lo simple natural, bello y tranquilo; que se den cuenta de que las escenas de violencia pueden solucionarse de otras maneras.

Que procuren que los niños realicen actividades creativas

fomentando el desarrollo de sus capacidades.

Que traten de que se sientan seguros, amados y aceptados en la familia. Ayudándolos a dominar sus impulsos agresivos desvo - cándolos de otra manera ; que conozca los efectos reales que puede provocar una agresión y que distinga el bien del mal y lo fan - tástico de lo real.

Que es imperativo apartar a nuestros niños, de la "Teleadición" que los hace consumidores potenciales de cultura y mercancía transnacionales, que redundan en la pérdida de la identidad nacional.

BIBLIOGRAFIA

- CASTILLA ✓ Del Pino, Carlos "La Incomunicación". Barcelona Pirámide. 1983.
- CONSEJO Nacional de Población. La Televisión y los niños. México co. 1984.
- CREMOUX Raúl. La legislación mexicana en radio y televisión,-- Ed. Universidad Autónoma Metropolitana. México, 1982.
- CREMOUX Raúl ¿Televisión o prisión electrónica? Fondo de cultura económica. México, Ed. CFE, 1974.
- Enciclopedia de México, Televisión. Tomo XII, México, Ed. Mexicana, 1977.
- Foro de Consulta Popular. Comunicación Social, 9 tomos, México 1983.
- CONZALEZ Pedrero Enrique. Televisión Pública y Sociedad, Revista Nueva Política. Vol. 1 No. 3, 1976.
- CONZALEZ ✓ Treviño Jorge E. Televisión Teoría y Práctica, México, Alhambra Mexicana. 1983.
- K. BERLO ✓ David. El proceso de la comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires, Ed. El Ateneo-1980.
- MENESES Morales Ernesto. Educación comprendiendo al niño, México, Ed. Jus, 1964.
- SGHRAM ✓ Wilbur. La ciencia de la comunicación humana, México, Ed. Roble, 1975.



- ERAUSQUIN N. Alfonso y otros. Los Teleniños. México, Ed. Fontamara, 1984.
- Universidad Pedagógica Nacional. Problemas de educación y sociedad de México I, México, UPN, 1981.
- WILSON Bryan Key. Seducción Subliminal. México, Ed. Diana, 1987.
- WINN Marie. La droga que se enchufa, México, Ed. Diana, 1981.