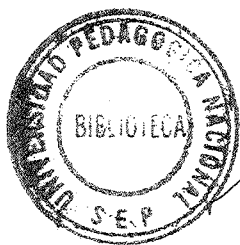




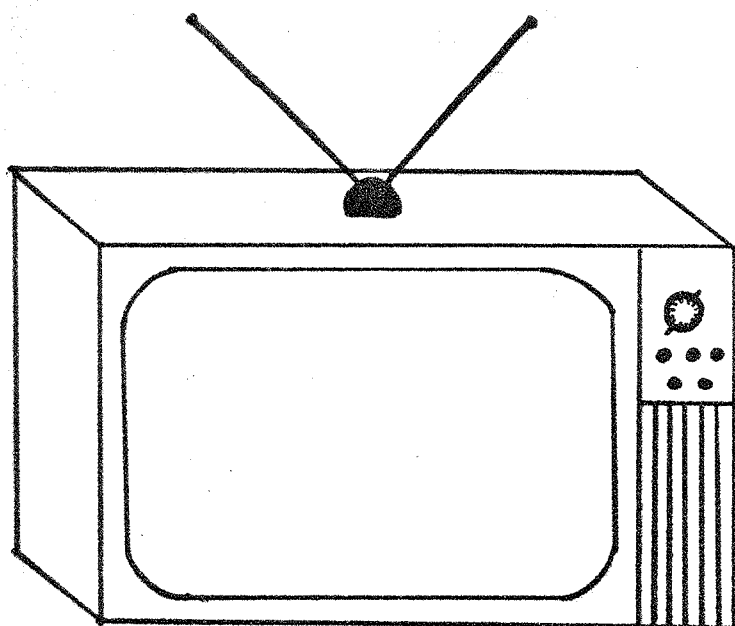
Secretaría de Educación Pública



LA TELEVISION
en la formación de la
PERSONALIDAD DEL NIÑO

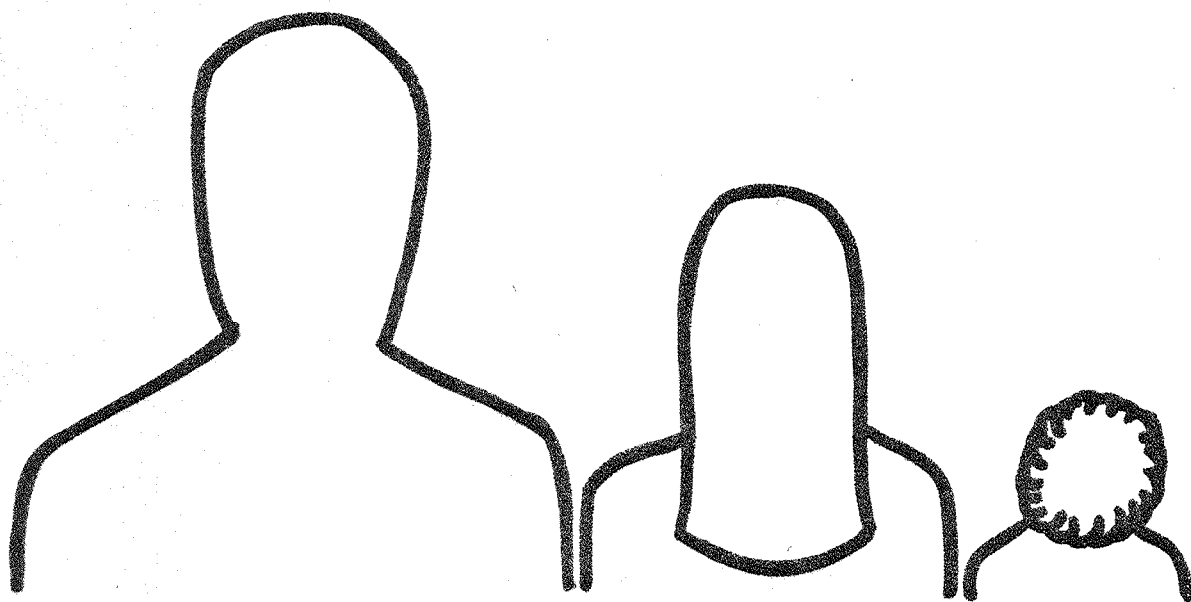
—
GILBERTO MENDEZ GONZALEZ
Y
HORTENCIA GARZA NAVARRO

MONCLOVA, COAH., 1981.



LA TELEVISION EN LA FORMACION
DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO

GILBERTO ESIDOR GONZALEZ
Y
HORTENCIA GANZA BAVARRO



DEDICATORIA

Con todo el cariño que se merecen nuestros padres, dedicamos este trabajo; a ellos a quienes debemos lo que no podríamos pagarles en lo que se refiere a consejos, orientaciones, alientos y ayuda en todo aspecto. Vaya para ellos con el más sincero amor y respeto.

Sr. Antonio Méndez Rivera

Sra. Eustolia González de Méndez (Fda.)

Sr. Félix Garza Zamora (Fdo.)

Sra. Elisa Navarro Vda. de Garza

A nuestros hijos:

Elisa Hortencia

y

Gilberto Antonio

A todos nuestros maestros; que con su eficiente preparación supieron darnos conocimientos básicos, paciencia, perseverancia y en fin nos indicaron el camino de nuestra profesión.

PROLOGO

Es difícil limitar y definir los problemas, tanto económicos, políticos, sociales y culturales que padece el pueblo mexicano, en virtud de que éstos se generan en base a la ignorancia, la necesidad, la ambición de riqueza y en ocasiones por la falta de calidad humana que debe existir en las personas.

No es tarea del maestro, del investigador ni del gobernante, sino de todos los ciudadanos, que con un sentido auténtico de responsabilidad deberán resolver el problema que en la actualidad representa la televisión, señalada como hechicera de la sociedad.

Así tan peligrosa es la televisión que todas las cosas parecen sencillas, como si fuesen pasos fáciles de dar, y poco a poco, envueltos en sus encantos aprobamos su emisión, siendo que es un deber realizar un examen de conciencia y -- aquilatar la enorme influencia de este medio tan completo de comunicación, que a veces determina la conducta de los individuos.

El pueblo como la principal base de integración nacional, necesita satisfacer plenamente sus claros anhelos de salud, educación, trabajo y recreación, por lo que la televisión resulta útil como un medio efectivo para aliviar en parte estas necesidades.

Se busca prevenir las repercusiones en los campos de la cultura y las relaciones entre los pueblos, de un adelanto de la ciencia, que podría tener una aplicación unidimensional, pues podría ser un sistema de distorsiones mentales colectivas si se deja al servicio de una sociedad de consumo, -- pues la fuerza formativa e informativa de este medio masivo de comunicación se estima en unos veinte millones de televi-

dentés, lo que justifica el hecho de su estudio.

INTRODUCCION

Después de las grandes vicisitudes que ha tenido que ---- afrontar el pueblo mexicano, como lo son: La conquista, la colonización, la independencia, la reforma y la revolución, en las que con el afán de consolidar una patria más justa tanto en lo económico como en lo político, social y cultural, el -- pueblo ha derramado su sangre en aras de tan nobles ideales.

Las leyes constitucionales mexicanas son claro ejemplo de principios de reconocimiento universal, en el arte, la música y la literatura, con su calidad han traspasado las fronteras, mostrándose al nivel de las de otras nacionalidades.

La lucha por cristalizar los ideales de un pueblo, en la actualidad se logra sin necesidad de hacer uso de la violen--cia, pues eso sólo existió en la época de la barbarie, ahora es la acción que ejercen los medios masivos de comunicación-- (televisión, cine, radio, prensa) quienes permiten lograr -- dichos ideales, y siendo México una nación joven, es innega--ble la notoria influencia que estos medios ejercen en la for--mación del criterio de las personas.

Evitar la manipulación de las masas, a intereses ajenos a la comunidad es la razón que lleva a considerar los amplios -- horizontes que comprende la televisión, ya que es necesario -- hacer un análisis comparativo de las posibilidades de su al--cance, porque con su imagen y sonido se encuentra altamente -- superior a los demás medios de comunicación.

En este momento significa la televisión un factor determi--nante para el éxito o fracaso de las empresas, en la forma---eión de las conciencias cívicas en lo relativo a los derechos y deberes para con la sociedad.

Meditemos en su importancia, pues ante su vertiginosa apa

rición cuando el primero de septiembre de 1950 con motivo del cuarto informe de gobierno del presidente Miguel Alemán, nació en México en forma oficial, y en todos los diarios capitalinos, se leía: La maravilla de la televisión es desde hoy una magnífica realidad en México.

También es preciso reflexionar en las palabras que pronunciara el Lic. Luis Echeverría Alvarez, secretario de gobernación en el período del presidente Lic. Gustavo Díaz Ordaz, al señalar: " Al encender un receptor se entregan inermes a sus efectos y estan a merced realmente del sentido de responsabilidad de quienes elaboran la transmisión. Se dirá que los padres tienen la responsabilidad de vigilar el acceso de sus hijos a los medios de difusión. Proponemos que se inicie una campaña de convencimiento para que asuman los jefes de hogar el papel que les corresponde en esta importante materia. Pero hacer cargar toda la tarea sobre los hombros de los padres y madres de familia, y en cambio liberar de ésta su responsabilidad social a los medios de difusión, sería tanto como pensar, por ejemplo, que es posible evitar los destrozos de la guerra, aconsejando a los hombres a que procuren eludir los proyectiles en vez de acallar las armas. En este delicado campo todos tenemos que asumir nuestros deberes." (1)

Ya vistas las repercusiones tan variadas de este importante medio de comunicación, los maestros de firme ética profesional nunca podrían permanecer ajenos a esta problemática, porque los educandos se encuentran en la etapa de desarrollo físico, emocional e intelectual y ellos serían los que en primer lugar estarían influenciados en la formación de su personalidad.

Está en peligro la cultura? Ed. Guadarrama (1)

Lope de Rueda, 13 Madrid.

CAPITULO I

PROMOCION DE LA CULTURA, FOMENTO ECONOMICO Y FUNCION SOCIAL,
ASPECTOS ESPECIFICOS DEL PROBLEMA.

1.- Antecedentes del problema.

Es del conocimiento de la sociedad en general que la televisión es un medio de comunicación que contribuye, hoy en día, a la formación de la personalidad de los niños, y por lo tanto es de considerar que representa un serio problema a la realización de la obra educativa principalmente, en la educación primaria, la cual resulta básica para alcanzar las consiguientes metas.

1.1 Historia de la televisión.

En 1926 el escocés John Baird (1888-1946) efectuó los primeros experimentos de transmisión y recepción de imágenes en movimiento. Antes que él, en 1884 Paul Nipkow (1869-1940) había patentado y experimentado un dispositivo óptico mecánico que permitía la transmisión de imágenes a distancia. Los experimentos no lograron dar, sin embargo ningún resultado positivo, ya sea por la falta en aquel tiempo de células fotoeléctricas apropiadas, o bien por la existencia de elementos capaces de amplificar las débiles corrientes procedentes de la fotocélula. Después de los experimentos efectuados por Baird la invención del (iconoscopio) en 1934 por Vladimir Kosma Zworykin (1889) hizo posible un nuevo y decisivo avance: Este aparato abrió el camino a los modernos sistemas electrónicos de televisión.

En el proceso de los fundamentos técnicos se pueden distinguir tres fases: la toma o captación, la transmisión y la recepción.

El inventor de los bulbos electrónicos Lee Forest, en 1945 vino a México y conoció los trabajos de Guillermo González Camarena, quien había colaborado en los fallidos inten

tos de la XEFO y continuaba experimentando. Forest le alentó a seguir adelante y ese mismo año se presentó la primera cámara de televisión construida en México.

El 7 de septiembre de 1946 fué inaugurada la primera estación televisora del país, en el laboratorio experimental instalado en la calle del Havre # 74, del Distrito Federal.

1.2 La televisión pública.

Ya en la década de los años treinta al ser advertida la posibilidad de convertir la televisión en un servicio público se planteó el problema de su reglamentación jurídica. Todos los estados se dispusieron a controlar lo más directamente posible la televisión y, como en el caso de los Estados Unidos, se dejó en manos de la iniciativa privada.

En la década de los años cincuenta la televisión se desarrolló extraordinariamente en los principales países industriales; el número de aparatos receptores de televisión pasó de unos doce millones a más de setenta y cinco millones en 1960, entre Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia y Alemania Occidental. Esa década fué decisiva para el status de la televisión entre el estado y el público. Se ratificó su carácter paraestatal en casi todo el mundo, y bajo presiones considerables de grupos económicos y políticos se crearon segundas cadenas comerciales, con participación de empresas privadas y se reglamentó el acceso ante las cámaras de las diferentes ideologías nacionales toleradas.

La televisión quedó bajo el control del estado. Otro factor estatificado en estos años fué la publicidad como sostén económico de la empresa de televisión. Los estados limitan la duración de espacios dedicados a la publicidad, sin embargo acaban cediendo ante la compensación económica que representa la publicidad frente a los elevados costos de la televisión.

La televisión, en 1960 era ya un hecho generalizado en Europa y América, y en el período comprendido entre el 1960- y 1968 se extendió a Africa y Asia.

2.- Aspectos del problema.

Para que el pueblo mexicano, logre en el mañana formar y consolidar una sociedad deseable, segura y confortable para sus hijos, deberá poner su vista en los pilares en que descansa la educación (padres de familia, maestros y niños).

Todos los esfuerzos que el gobierno realice para alcanzar los objetivos educacionales que se propone, con sus nuevas políticas y filosofías educativas, en lo concerniente a nuevas técnicas y metodologías, reformas a planes y programas de trabajo, resultarían en vano si no se conjugan para ello de toda la estructura nacional, las afluencias que desembocan en la formación de la personalidad del niño.

Se dirá que con esto se pretende una utopía en un sistema de tipo capitalista en el que se habita. Pero naturalmente es de apreciar, en estas páginas, los efectos de la televisión objeto y motivo del presente trabajo, situados ya en la realidad se trata de aquilatar la influencia clara y permanente de la televisión en la formación general del niño.

Quién no ha visto al infante tratar de adoptar actitudes propias de los personajes que aparecen en los programas televisivos, tanto en el ámbito imaginativo o caricaturesco, como también en las actuaciones artísticas, cómicas o novelescas, pues es de saberse que si la palabra mueve, el ejemplo arrastra; además es de tomarse en cuenta que los niños, porque son niños, no tienen su criterio bien definido y lo que aparentemente les divierte y entretiene les está formando actitudes, sean éstas, de responsabilidad, interdependencia, afecto, respeto o tolerancia para con los demás.

2.1 La promoción de la cultura.

Uno de los aspectos con que cumple la televisión es la -- promoción de la cultura que se señala en la Ley Federal de Ra-- dio y Televisión, en forma separada a las de entretenimient-- e información, existiendo con ello una separación artificial, lo que hace esto aflorar la idea de que la cultura no es di-- vertida, por lo tanto resulta suponer que existe jerarquiza-- ción en los aspectos con que cumple la televisión para la so-- ciedad que es a quien se dirige. Dicho de otra manera, y en -- síntesis tanto el entretenimiento, como el fomento económico-- y la información forman parte de un todo, que se llama cultu-- ra.

La cultura es necesaria, ya que es un mecanismo de inte-- gración de la sociedad, lazo de unión entre los mexicanos --- pues contiene ciencia, técnica, arte, filosofía y política.

2.2 El fomento económico.

En realidad el fomento económico es la meta y razón de -- ser de la televisión, esto es lo que lleva a comprender la -- existencia de anuncios comerciales en la programación de este medio de comunicación.

Una de las metas imprescindibles en el sistema en que se-- vive, es propiciar el intercambio de relaciones dirigidas ha-- cia la producción, distribución y consumo de artículos y pro-- ductos, muy necesarios para fomentar el desarrollo técnico, - económico e industrial del país, debido a que con ello el tra-- bajo del hombre no se vería soslayado y condenado a permane-- cer estático, lo que con el tiempo podría redundar en una cri-- sis de empleos muy perjudicial, en un mundo en el que la ex-- plosión demográfica resulta ser alarmante.

Desafortunadamente, en esta función de la televisión, los anuncios que aparecen de productos de consumo, no responden -

en algunas ocasiones a necesidades reales, porque no proporcionan datos objetivos sobre las características y cualidades de un producto tanto en: uso, forma, empleo, peso, accesibilidad, tamaño, precio, fórmula, desventajas o limitaciones; --- sino por el contrario, se concretan a halagar el gusto, a aturdir, a emocionar brutalmente, a no herir sentimientos, a engañar haciendo creer al televidente que es el poseedor de la belleza y la verdad, a divertirlo a toda costa, a evitar que el cliente adquiriera conciencia de su pobreza e ignorancia, con el objeto de asegurar al cliente para que guarde fidelidad al producto que se anuncia.

Así, es de observar, que los programas o concursos, están ya de antemano dirigidos a cierto público en concreto, de acuerdo a lo que se desea vender, por ejemplo, programas de caricaturas para dulces y juguetes; jabones, brillantinas y detergentes para novelas; deportes para cervezas, vinos y tabacos.

2.3 La función social.

El entretenimiento y la información se complementan, en la función social de la televisión, debido a que el primero consiste en ofrecer al público una gran variedad de producciones donde existan elementos que garanticen un elevado índice de televidentes; mientras que el segundo mantiene al tanto a la sociedad de los acontecimientos que están ocurriendo.

La diversión que proporciona la televisión tiene su contraparte dialéctica; pues la ven personas que desean olvidarse del trabajo rutinario y agotador, por quienes buscan nuevas fuerzas para afrontar la insatisfacción cotidiana. Por lo que la diversión se consolida y ahuyenta al aburrimiento, de aquí que lo placentero deba reinar en toda transmisión televisiva.

La televisión tiene un carácter eminentemente social por que se dirige al público, de ahí que deba ayudar a resolver los problemas que afectan a la sociedad en conjunto, de donde resultan responsabilidades que ésta debe atender, entre las que se pueden mencionar: La salud, la educación y el --- bienestar.

La familia, núcleo principal que integra la sociedad necesita y debe ser vigorizada, porque aquí es donde la televi sión por penetrar a su seno, deberá llevar sus más sanos y --- limpios mensajes, debido a que allí radican los elementos --- claves más importantes de un pueblo, que son; El trabajador, fuerza que sostiene y mantiene la patria; el niño, futuro y --- esperanza de todos y la familia, base fundamental en que se --- finca el estado.

Además es necesario dejar aclarado que la imagen en la --- información, como garantía de verdad, no es suficiente para --- demostrar objetividad y veracidad en los hechos, ya que en --- muchas ocasiones, las circunstancias en que estos acontecen --- son preparados de antemano.

3.- Causas del problema.

La tarea de educar para lograr el pleno desarrollo de --- las facultades del niño, no solamente compete al maestro, --- sino que es una compleja labor en la que intervienen también factores extraescolares, entre los que figura principalmente la televisión, por ser un factor de influencia arrolladora --- que debe coadyuvar en la formación de la personalidad del ni ño.

El hogar que viene a ser, el primer lugar donde se ini--- cia la educación de los niños, con las costumbres, hábitos y actitudes propias del ambiente familiar, es de considerar --- que es ahí precisamente donde se señala que la televisión de de

be realizar para su mejor aprovechamiento, una acción formadora. La cuestión consiste en saber aprovechar tan importante medio de comunicación que penetra a la intimidad de los hogares.

3.1 Socio-económicas.

Al aparecer la televisión en el medio familiar, dio lugar, a que se efectuaran una serie de cambios en la forma natural de vivir de sus integrantes, siendo ésta una de las causas genéricas de otras muchas de tipo socio-económico entre las que podemos citar: El fomento económico y el entretenimiento.

Como se ha dicho la obra educativa también se realiza en el hogar, pues a diferencia de la escolar, en ella intervienen otros factores que de manera sistemática van forjando la personalidad del niño.

Mucho se ha hablado de la trascendencia de este aparato receptor, mas hablar de él sin mencionar la comercialización, sería desconocer lo que en sí es la televisión en un sistema de tipo capitalista en que se vive. Es de vital importancia aseverar que actualmente la televisión se encuentra saturada de comerciales.

Según lo dicho, el fomento económico además de propiciar la producción, distribución y consumo de artículos, es la causa de que exista por parte de quienes tienen en sus manos a la televisión, la necesidad de lucrar y consecuentemente por ello transmitan exceso de comerciales, que la publicidad se vuelva un medio persuasivo en el que sólo importe vender sin ofrecer, en algunas ocasiones, calidad en los productos anunciados, incluso la transmisión de productos nocivos para la salud. También cabe señalar la enajenación en que se ven envueltos, los niños en primerísimo lugar, pues ellos, como

aprenden con el ejemplo, a base de imitación, piden y exigen lo que ven, sin tener conciencia auténtica de lo que quieren.

Es lógico que los niños por imitación natural, traten de adoptar actitudes o manías de los personajes que a su juicio les son de su agrado, desprendiéndose de esto que lo que para los niños es gusto o placer, diversión y entretenimiento les provoca también cambios en su conducta y comportamiento.

3.2 Político-culturales y fundamentos legales.

Tomada en su conjunto la información, es de notar, que -- busca apoyar al sistema que le da vida, debido a que la crítica cuando se hace es sobre puntos particulares y superficiales, y no pone en tela de duda al sistema que la propicia.

En lo ideológico, según las palabras vertidas por Joseph-Klapper: La información se adapta para convertir al estado de cosas en ley social. Las noticias, los comentarios, los reportajes están encauzados a fomentar las creencias existentes -- sin ofrecer ciertos aspectos del ' qué pasó ' sin elaborar -- juicios críticos auténticamente valorativos.

Por consiguiente resulta que en los terrenos del campo político y cultural, el legislador y el concesionario han venido separando artificiosamente, tomando la idea de que la cultura no es divertida, coadyuvando con esto al decaimiento del nivel cultural de la programación, ya que es de ver en éstos, la pobreza de lenguaje, obstruyendo con ello la espontánea expresión del niño, sin con esto decir que los minibrevarios, - miniteatros, minicomentarios y minipresentaciones, lleven en su contenido un auténtico mensaje cultural.

Sabiéndose que es un deber de la televisión mexicana y de su reglamentación legal, buscar que exista la participación pública, que automáticamente conlleva a la democratización, y

con ello a configurar el orden socio-económico, político-cultural que el pueblo reclama, porque es de suponer que está latente en los corazones la idea de vivir en una sociedad -- más justa, más feliz y más llevadera.

Cabe mencionar que la televisión deberá evitar la violencia y el erotismo, pues la ley en la materia, a la letra dice: " Afirmar el respeto a los principios de la moral social la dignidad humana y los vínculos familiares. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud. " (2)

La solución del problema resultaría amortiguada, cuando mancomunadamente la televisión de la mano del maestro le sirviera de guía metodológica y auxiliar didáctico en el proceso de la obra educativa, y tanto en la escuela como en el hogar, esto sería factible debido a que la ley del ramo establece que la Secretaría de Educación Pública tiene atribuciones para " promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión. " (3)

CAPITULO II

INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO.

En virtud de que los niños serán en el mañana quienes se encarguen de tomar las riendas y llevar en sus manos los destinos de nuestra patria, es de considerar que éste se ve inmerso en su desenvolvimiento y desarrollo en un torbellino de influencia que la compleja sociedad le ejerce.

Es de tomarse en cuenta la influencia tan importante y decisiva que ejerce la televisión en las sociedades humanas y por ende en los hogares, principalmente en la niñez.

El avance de la civilización en el futuro, implica que el hombre habrá de contar con un sin número de elementos, creados por su enorme poder intelectual, que le proporcionarán los medios para alcanzar la paz, felicidad y tranquilidad que tanto anhela.

Siendo la televisión uno de los medios masivos de comunicación más completos, pues con su instantaneidad, omnipresencia y sobre todo, y ante todo porque llega al hombre en su ámbito familiar, motiva e interesa tanto al televidente que ésta se convierte en un medio imprescindible de cultura, diversión y entretenimiento, siendo aquí en el seno de la familia, que es la base fundamental en que se cimienta la sociedad, donde realiza su acción notoria en la formación de la personalidad naciente y maleable del infante.

Un factor claro de influencia que la televisión ejerce en la personalidad del niño, se palpa en la promoción de la cultura.

Qué hacer para satisfacer el agobio en que se encuentra el hombre debido a su trabajo, a la rutina diaria, para hacer

lo olviáar su fatiga, para evadirlo de los problemas consuetu-
dinarios y cumplir con la misión educadora que la televisión-
debe realizar. No es fácil contestar a esto, pues la masa del
público, entre ellos el niño prefiere divertirse, entretener-
se, escuchar cosas nuevas, lo que ha ocasionado que exista en
la programación de la televisión baja calidad, inclusive en -
los programas culturales, a los que el público muestra poco -
interés.

Además la idea implícita de que la cultura no es diverti-
da es alimentada por el propio gobierno, porque para que sea-
placentera se le ha despojado de todo esfuerzo y se le priva-
por sistema de toda conexión lógica que requiera por parte --
del público el menor esfuerzo de trabajo intelectual o de ima-
ginación.

Por consiguiente es de suponer que la televisión deberá--
proporcionar en sus programas, un gancho al interés del públi-
co, ya que con el objeto de llevar entretenimiento deberá cum-
plir con la función de fomento económico que es en realidad -
su meta y razón de ser, causa y motivo de la inserción de ---
anuncios comerciales.

La sociedad necesita orientarse hacia la producción, dis-
tribución y consumo de artículos y productos. Pero qué hay --
que hacer para vender un producto, sino halagar el gusto del-
comprador habitual, no arriesgarse a molestarle, guardarse mu-
cho de contrariar sus hábitos, aturdirle apelando a la risa -
fácil o a la emoción brutal, sacar corbatas con tal destreza-
y labia que el algodón de que están hechas parezca seda natu-
ral, no herir el amor propio sino por el contrario dar a cada
uno la impresión de que es él quien posee la clave del bien,-
la belleza y la verdad, divertir a toda costa, aunque sea con
engañabobos, con la caricatura del arte, con la eterna paro--
dia del hombre por el hombre, y ante todo y sobre todo evitar

que el cliente virtual o conseguido adquiriera conciencia de su pobreza o su ignorancia, de las distancias que lo separan de su gusto y del auténtico gusto.

La publicidad, es decir la persuasión es parte del sistema que manipula los deseos de la gente y por ende del niño, - que habitan en un mundo capitalista y libre sin importar informar genuinamente sobre los productos anunciados sino venderlos.

CAPITULO III

INICIATIVA PRIVADA, PUEBLO Y GOBIERNO, FACTORES RESPONSABLES
DE LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO.

Al afirmar que la iniciativa privada, el pueblo y el gobierno son los factores responsables que contribuyen a la -- formación de la personalidad del niño, es en base a que la -- iniciativa privada al tener en sus manos la televisión, busca aprovecharla, en función a sus intereses particulares los que solamente se definen en lucrar y enriquecerse; el pueblo por ser quien debe vigilar que la educación que han de recibir sus hijos sea la adecuada, ya que por ser adultos tienen conciencia de la calidad, tanto positiva como negativa que -- guardan los programas televisivos; y sobre todo y ante todo, es el gobierno quien ha de tener la responsabilidad de pro-- porcionar educación a la sociedad, y por inferencia a la niñez, por encargarse de la administración de los bienes y ser vicios que ésta recibe y además porque da los lineamientos -- que el pueblo ha de observar y que se encuentran estipulados en la ley fundamental del país.

Sin lugar a dudas, en la conciencia del maestro ha de en contrarse escrito de manera firme y clara que el niño; motivo, objeto y meta de su existencia profesional, resulta y re sultará influenciado por una serie de elementos extraescola res o del medio ambiente que lo rodea, en donde es de tomar se en cuenta principalmente la televisión, que como ya se ha mencionado, contribuye a la formación de la personalidad del niño.

1.- Encuestas sobre el problema.

Para llegar a comprobar el grado de influencia que la te levisión ejerce en la personalidad del niño, resultó ser con veniente aplicar un cuestionario a los padres de familia, co mo muestra, por ser ellos quienes están en contacto directo con sus hijos. También se consideró prudente aplicar otro --

cuestionario a niños y maestros; a los mentores porque son -- los encargados de conducir el aprendizaje de los educandos, -- por lo que pueden considerarse testigos fehacientes y a los -- niños, por ser ellos el tema de estudio de la presente inves- -- tigación.

1.1 Aplicadas a padres de familia, maestros y alumnos.

Como ya se ha manifestado, el maestro con la ayuda de los padres de familia, se encarga de desarrollar armónicamente to das las facultades del niño, tarea en la cual contribuye tam- -- bién el medio ambiente que le rodea, y es aquí donde es de -- ubicar muy especialmente a la televisión, debido a que como -- ya se ha mencionado, con su instantaneidad, omnipresencia y -- penetración al seno familiar realiza una clara acción en la -- formación de la personalidad del niño*, como lo afirman según la encuesta levantada, el 86 % de los padres de familia**, y -- reafirmado por el 100 % de los maestros***.

Pugnar por la salud, educación y bienestar es meta que to do padre de familia responsable desea para sus hijos, por --- ello es de escucharlos cuando aseveran el 40 % de los mismos, que los programas en la televisión no están de acuerdo a la -- educación que deban recibir sus hijos, siendo también esta -- opinión reforzada por los maestros en un 86 % pues es a ellos a quienes les ha sido confiada tan encomiable labor****.

La televisión posee muchas ventajas y cualidades que de-- ben ser aprovechadas en beneficio de la sociedad y desde lue- -- go para el niño, pero desafortunadamente, se encuentra que es te medio de comunicación tan efectivo, no es utilizado en las aulas, ya que sería un valioso auxiliar o material didáctico-- para el mejor logro de los objetivos educacionales como lo -- afirman el 66 % de los maestros, lo cual no implica que los -- alumnos no hayan adquirido conocimientos a través de este me-

* Véase los anexos correspondientes.

dio, como lo corroboran el 83 % de los maestros y el 70 % de los padres de familia en las encuestas aplicadas*.

En vista de que ya se ha dicho, que la televisión habrá de cumplir con la sociedad y por ende con la familia, es de ésta reclamar, que satisfaga su necesidad de un solaz esparcimiento y una sana diversión en base a la formación de prin cipios y una moral adecuada que fomente los vastos horizon-- tes de la cultura, debido a que así lo requieren a unísona - voz el 100 % de los maestros y padres de familia que partici-- paron en la encuesta.

Es de observar que la cultura propicia el desarrollo de los pueblos, resuelve los problemas sociales en un ambiente de justicia, libertad, evitando que existan las llamadas lacras sociales que tanto perjudican a la sociedad.

Por lo visto en el párrafo anterior es de tomarse en --- cuenta que el pueblo reclama que exista cultura en la televi-- sión, pero se observa que para el 63 % de los padres de fami-- lia sí cumple con dicho cometido, a lo que hay que agregar - que el 93 % de los maestros reafirma tal opinión.

En realidad la televisión para la generalidad de los pa-- dres de familia está promoviendo la cultura, ya que ésta se-- manifiesta de muchas formas, para unos son conocimientos de-- hechos y personajes importantes, como se podrá comprobar con-- sultando los anexos correspondientes; para otros lo es la mú sica, el arte, el deporte, incluso las campañas de higiene y salud como lo aseveran el 93 % de los mismos y además para-- algunos el hecho en sí de fomentar la comunicación.

Es de tomarse en cuenta que todas las cosas tienen sus - aspectos negativos y positivos, según el cristal con que se--

* Consúltese los anexos correspondientes.

han de ver. Lo que importa en esta ocasión es la forma en -- que llega la cultura primordialmente al niño, quien se en--- cuenta precisamente en esta etapa de su vida, en constante proceso de formación y desarrollo de su personalidad, por lo que éste se encuentra debido a su falta de madurez, atrapado por un equipo de especialistas, dispuestos a toda costa, a -- satisfacer sus fines muy particulares. Para el logro de es-- tos fines, en estos casos, se echa mano de todos los recur-- sos que sus posibilidades les permiten, haciéndolo de tal ma-- nera, que como ya se ha dicho; para programas de caricaturas anuncios de dulces y juguetes, ya que estos se dirigen a los niños; en programas de novelas, anuncios de jabones y deter-- gentes, porque se dirigen a las amas de casa; y en programas de deportes, tabacos, vinos y cervezas, por ser vistos por -- jóvenes y adultos. Y es así como artificiosamente tanto en -- anuncios como en programación, existe un afán desmedido de -- llegar al público con un mensaje impositivo, quebrantando -- con ello así, la barrera del criterio y la personalidad del público, ya que así lo consideran el 43 % de los padres de -- familia, quienes sostienen que la televisión enajena a las -- personas que la ven, así mismo también para el 73 % de los -- maestros, quienes afirman que lo mismo sucede con los niños.

Para reafirmar lo antes mencionado se encuentra un por-- centaje muy coincidente, debido a que el 76 % de los padres de familia dicen haber comprado a sus hijos algún juguete -- anunciado en la televisión, y los niños vienen a reafirmarlo cuando un 75 % de ellos dicen haberlos comprado*.

Es conveniente, que exista y se propicie la producción, -- distribución y consumo de artículos y productos en la socie-- dad, porque esto acarrea consigo mismo más empleos y más --- oferta de artículos para que los precios tiendan a disminuir en el sistema de tipo inflacionario y capitalista en que se -- vive.

c De lo anterior se desprende, que los comerciales en la -
televisión deben ser proyectados para aprovechar este impor-
tante medio masivo de comunicación, debido a que así lo afir-
man el 63 % de los padres de familia en la encuesta aplicada
al expresar que los anuncios comerciales, son de utilidad pa-
ra los televidentes, lo que no quiere decir que todos esten-
de acuerdo con ellos, pues como se ha dicho, en algunos ca-
sos la comercialización no es auténtica a los intereses de -
las personas, porque sólo el 43 % de los maestros afirman --
tal situación y el 46 % niega que exista dicha utilidad.

El que haya comercialización en la televisión no es el -
problema, como ya se ha tratado, sino que el problema radica
en la forma en que la publicidad busca hacer la comercializa-
ción, ya que en algunos programas y anuncios se carece de mo-
ral, dignidad y respeto entre las personas, inclusive se ---
atenta contra la salud y sobre todo, en lo que aquí se tra--
ta, se conduce a los niños por horizontes no propios a la co-
rrecta formación de su personalidad. Lo antes mencionado, --
queda comprobado cuando el 80 % de los padres de familia ase-
veran que los programas televisivos pueden inducir al niño a
cometer actos delictivos, siendo afirmado esto también por -
el 83 % de los maestros.

Así mismo sirve de demostración a lo anterior, que el --
70 % de los padres de familia aseguran que en la televisión,
existen anuncios comerciales de productos nocivos para la sa-
lud, y el 86 % de los maestros van de acuerdo con ellos; ade-
más esta consideración viene a ser reforzada con la opinión-
del 86 % de los padres de familia que juzgan que hay exceso-
de comerciales en la televisión y en un 100 % para los maes-
tros*.

* Los anexos correspondientes amplían lo anterior

Todo aprendizaje provoca un cambio en la conducta, de ahí que se deba poner mucho cuidado, en que este cambio sea positivo para la correcta formación de la personalidad, siendo esto básico en el niño, debido a que como se ha visto, es efectivamente lo que realiza la televisión, como lo demuestran el 70 % de los padres de familia al sostener, que han notado un cambio en la conducta de sus hijos después de ver un programa de televisión, siendo esto a la vez constatado, por los propios niños, al decir un 70 % de ellos que les gusta imitar algunos personajes importantes de la televisión.

A esto, es de sumar que el niño por naturaleza cambia fácilmente de estado de ánimo, por lo que es de resultar que las telenovelas lastiman la susceptibilidad de los niños, debido a que con el antagonismo y contenido en los personajes de sus programas favoritos se exagera en forma permanente, por lo que el 66 % de los padres de familia consideran que las telenovelas provocan el cultivo de sentimentalismos, angustias y hasta neurosis en los niños, aunándose a esta consideración el 90 % de los maestros.

Al observar los principales aspectos que delinean este problema, se dirá que todas las cosas tienen sus pro y sus contras, sólo que en la formación de la personalidad del niño es sumamente peligrosa una falla en la enseñanza, porque es de saber, que en la educación, como en todas las cosas, después de grandes esfuerzos por cimentar y desarrollar aspectos positivos, un aspecto negativo puede llevar al fracaso toda una labor.

Es preciso exhortar a los elementos afines a este problema a que contribuyan en alguna forma, si no a resolverlo totalmente, al menos a evitar que siga creciendo.

ANEXO 1.1

LA TELEVISION EN LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NINO.
CUESTIONARIO MUESTRA APLICADO A PADRES DE FAMILIA

EDAD _____ GRADO DE ESC. _____
 SEXO _____ OCUPACION _____ NUM. DE HIJOS _____
 LUGAR _____ FECHA _____

INSTRUCCIONES: Marque con una cruz la respuesta que usted --
 crea conveniente y luego diga porqué.

- 1.- Piensa que la televisión debe promover la cultura? SI NO
 Porqué _____
- 2.- Los programas de televisión deben responder siempre a una
 necesidad?..... SI NO
 Porqué? _____
- 3.- Les ha prohibido a sus hijos ver algún programa de tele-
 visión?..... SI NO
 Porqué _____
- 4.- Influyen en la personalidad del niño los programas de te-
 levisión?..... SI NO
 Porqué? _____
- 5.- Los programas de televisión van de acuerdo a la educa---
 ción que deben recibir sus hijos?..... SI NO
 Porqué? _____
- 6.- Ha notado un cambio en la conducta de sus hijos después-
 de ver un programa de televisión?..... SI NO
 Porqué? _____
- 7.- Son adecuados los horarios de los programas de televi---
 sión para sus hijos?..... SI NO
 Porqué? _____
- 8.- La televisión complementa algunos temas o tareas vistos-
 en la escuela?..... SI NO
 Porqué? _____
- 9.- Los programas que ha visto en televisión tienen conteni-
 do cultural?..... SI NO
 Porqué? _____
- 10.- Ha observado que sus hijos hayan adquirido conocimientos

054408

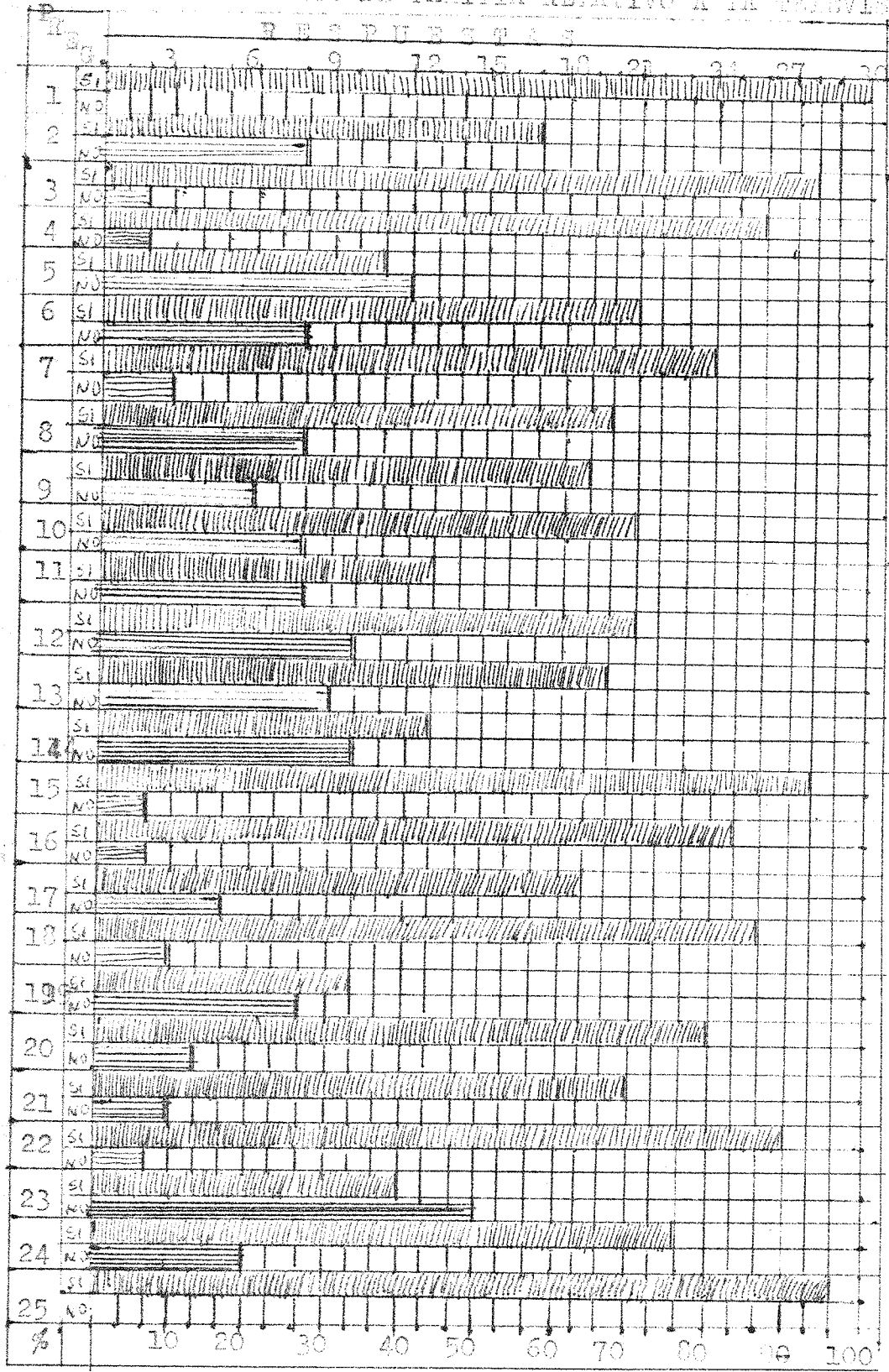
- por medio de la televisión?..... SI NO
 Porqué? _____
- 11.- La televisión le ayuda al maestro a desempeñar sus labores docentes?..... SI NO
 Porqué? _____
- 12.- Considera que los programas de televisión satisfacen en forma normal las necesidades emocionales de sus hijos?
 SI NO
 Porqué? _____
- 13.- Considera que las telenovelas provocan el cultivo de sentimentalismos, angustias o neurosis en los hijos? SI NO
 Porqué? _____
- 14.- Considera que la televisión enajena a las personas que la ven?..... SI NO
 Porqué? _____
- 15.- La televisión fomenta hábitos de higiene a sus hijos?
 SI NO
 Porqué? _____
- 16.- La televisión propicia la unidad familiar?..... SI NO
 Porqué? _____
- 17.- Los anuncios comerciales son de utilidad para los televidentes?..... SI NO
 Porqué? _____
- 18.- Juzga que hay exceso de comerciales en la televisión?
 SI NO
 Porqué? _____
- 19.- Las cualidades de los productos anunciados en los comerciales de la televisión le han resultado reales? SI NO
 Porqué? _____
- 20.- Los programas de televisión pueden inducir al niño a cometer actos delictivos?..... SI NO
 Porqué? _____
- 21.- En la televisión existen anuncios comerciales de productos nocivos para la salud?..... SI NO
 Porqué? _____

- 22.- Hay interés en sus hijos por ver en la televisión programas deportivos?..... SI NO
Porqué? _____
- 23.- Muestran interés sus hijos por ver los programas de noticias en la televisión?..... SI NO
Porqué? _____
- 24.- Le ha comprado a sus hijos algún juguete anunciado en la televisión?..... SI NO
Porqué? _____
- 25.- Ha visto personajes importantes en la televisión? SI NO
Porqué? _____

TABULACION DEL CUESTIONARIO APLICADO A PRÁCTICAS DE FAMILIA.

No. PREG.	SI	NO	NOTAS	T O T A L E S		
				SI	NO	SUM.
1	///			30		30
2	///	/// III	///	17	8	5
3	///	II		28	2	30
4	///	II	II	26	2	2
5	///	/// II	/// II	17	12	7
6	///	/// III	/	21	8	1
7	///	III	///	24	3	3
8	///	/// III	II	20	8	2
9	///	/// I	///	19	5	5
10	///	/// III	/	21	8	1
11	///	/// III	/// III	13	8	9
12	///	/// II	II	21	7	2
13	///	/// III	/	20	9	1
14	///	/// III	/// II	12	10	7
15	///	II		20	2	
16	///	II	///	25	2	2
17	///	///	/// /	18	5	8
18	///	///	/	26	2	1
19	///	/// III	/// II	10	8	12
20	///	///	///	24	4	2
21	///	///	/// /	21	3	6
22	///	II	/	07	2	1
23	///	/// III	///	12	15	2
24	///	/// I	/	23	6	1
25	///		/	29		1

GRAFICA MULTIDIMENSIONAL DE LOS CUESTIONARIOS
 APLICADOS A PADRES DE FAMILIA RELATIVO A LA PREVISION



REFERENCIAS: SI [hatched bar] NO [striped bar]

ANEXO 2.1

LA TELEVISION EN LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO.
CUESTIONARIO TESTIGO APLICADO A MAESTROS.

EDAD _____

SEXO _____ ESTADO CIVIL _____

AÑOS DE SERVICIO _____

LUGAR _____ FECHA _____

INSTRUCCIONES: Marque con una cruz la respuesta que crea conveniente y luego conteste porqué.

1.- Piensa que la televisión debe promover la cultura?

SI NO

Porqué? _____

2.- Influyen en la personalidad del niño los programas televisivos?..... SI NO

Porqué? _____

3.- Los programas de televisión están de acuerdo a la educación que deben recibir los educandos?..... SI NO

Porqué? _____

4.- Hay programas de tipo cultural en la televisión? SI NO

Porqué? _____

5.- Ha detectado en sus alumnos que han adquirido conocimientos por medio de la televisión?..... SI NO

Porqué? _____

6.- La televisión le ayuda a desempeñar sus labores docentes?..... SI NO

Porqué? _____

7.- Considera que los programas de televisión satisfacen en forma normal las necesidades emocionales de los niños?

SI NO

Porqué? _____

8.- Considera que las telenovelas provocan en los niños el cultivo de sentimentalismos, angustias, neurosis?

SI NO

Porqué? _____

9.- Considera que la televisión enajena a los niños? SI NO

Porqué? _____

- 10.- Cree que la televisión fomenta hábitos de higiene en --
sus alumnos?..... SI NO

Porqué? _____

- 11.- Es de utilidad para los televidentes los anuncios comer-
ciales?..... SI NO

Porqué? _____

- 12.- Juzga que hay exceso de comerciales en la televisión?
SI NO

Porqué? _____

- 13.- Considera que los programas de televisión inducen al ni-
ño a cometer actos delictivos?..... SI NO

Porqué? _____

- 14.- Hay anuncios comerciales de productos nocivos para la -
salud en la televisión?..... SI NO

Porqué? _____

- 15.- Cree que la televisión complementa algunos temas o tare-
as vistos en clase?..... SI NO

Porqué? _____

- 16.- Han conocido sus alumnos algunos personajes importantes
en la televisión?..... SI NO

Porqué? _____

- 17.- Ha orientado a sus alumnos para que vean buenos progra-
mas?..... SI NO

Porqué? _____

- 18.- Los programas deportivos en la televisión motivan a sus
alumnos a practicar el deporte?..... SI NO

Porqué? _____

- 19.- Considera que la violencia en la televisión se refleja-
en la conducta de sus alumnos?..... SI NO

Porqué? _____

- 20.- Considera que los programas de televisión deben respon-
der a una necesidad?..... SI NO

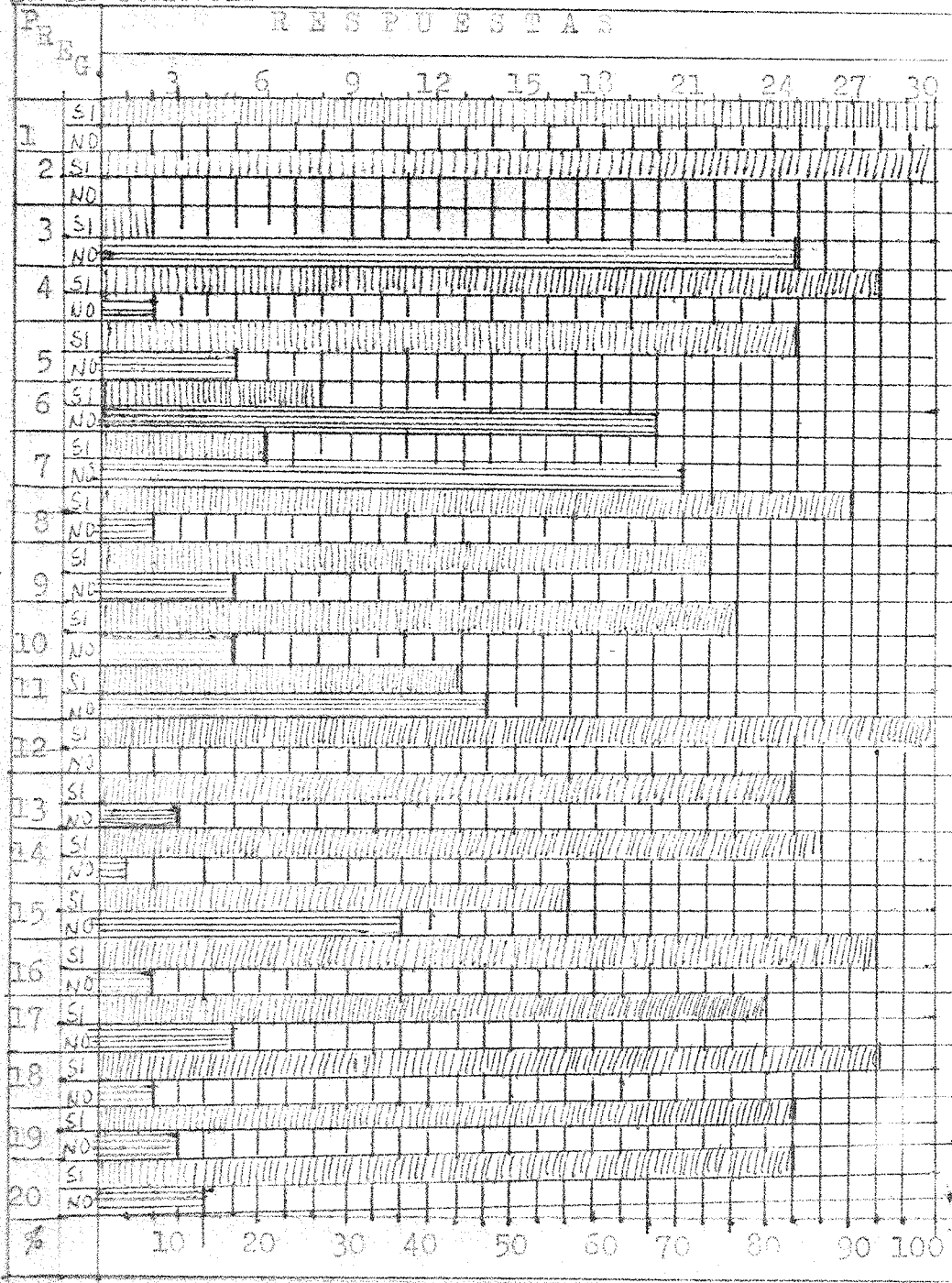
Porqué? _____

TABULACION DEL CUESTIONARIO APLICADO A MAESTROS DE GRUPO.

NO. PREG.	SI	NO	NULAS	TOTALES			
				SI	NO	NULAS	SUM.
1	 			30			30
2	 			30			30
3		 		2	25	3	30
4	 			28	2		30
5	 			25	5		30
6		 		8	20	2	30
7		 		6	21	3	30
8	 		/	27	2	1	30
9	 			22	5	3	30
10	 			23	5	2	30
11				13	14	3	30
12	 			30			30
13	 			25	3	2	30
14	 			26	1	3	30
15				17	11	2	30
16	 			28	2		30
17	 			24	5	1	30
18	 			28	2		30
19	 			25	3	2	30
20	 			25	4	1	30

ANEXO. 2.3

GRAFICA MULTIDIMENSIONAL DE LOS CUESTIONARIOS ---
 APLICADOS A MAESTROS RELATIVO A LA TELEVISION -
 EN LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO.



ANEXO 3.1

LA TELEVISION EN LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO.

CUESTIONARIO TESTIGO APLICADO A NIÑOS.

EDAD _____ SEXO _____ GRADO QUE CURSA _____

INSTRUCCIONES: Marca con una cruz la respuesta que creas conveniente y luego contesta porqué.

- 1.- Te han prohibido ver la televisión en tu casa?.. SI NO
Porqué? _____
- 2.- En particular tienes preferencia por algún programa de televisión?..... SI NO
Porqué? _____
- 3.- La televisión ha complementado los conocimientos que has visto en la escuela?..... SI NO
Porqué? _____
- 4.- Hay algún programa de televisión que no te guste? SI NO
Porqué? _____
- 5.- Te gusta ver programas deportivos en la televisión? SI NO
Porqué? _____
- 6.- Te gusta que pasen comerciales en la televisión? SI NO
Porqué? _____
- 7.- Te gusta ver telenovelas?..... SI NO
Cuáles? _____
Porqué? _____
- 8.- Has comprado algún juguete que has visto anunciado en la televisión?..... SI NO
Cuáles? _____
Porqué? _____
- 9.- Te gusta imitar algunos personajes importantes de la televisión?..... SI NO
Cuáles? _____
Porqué? _____
- 10.- Has conocido algunos personajes importantes de la cultura en la televisión?..... SI NO
Cuáles? _____ Porqué? _____

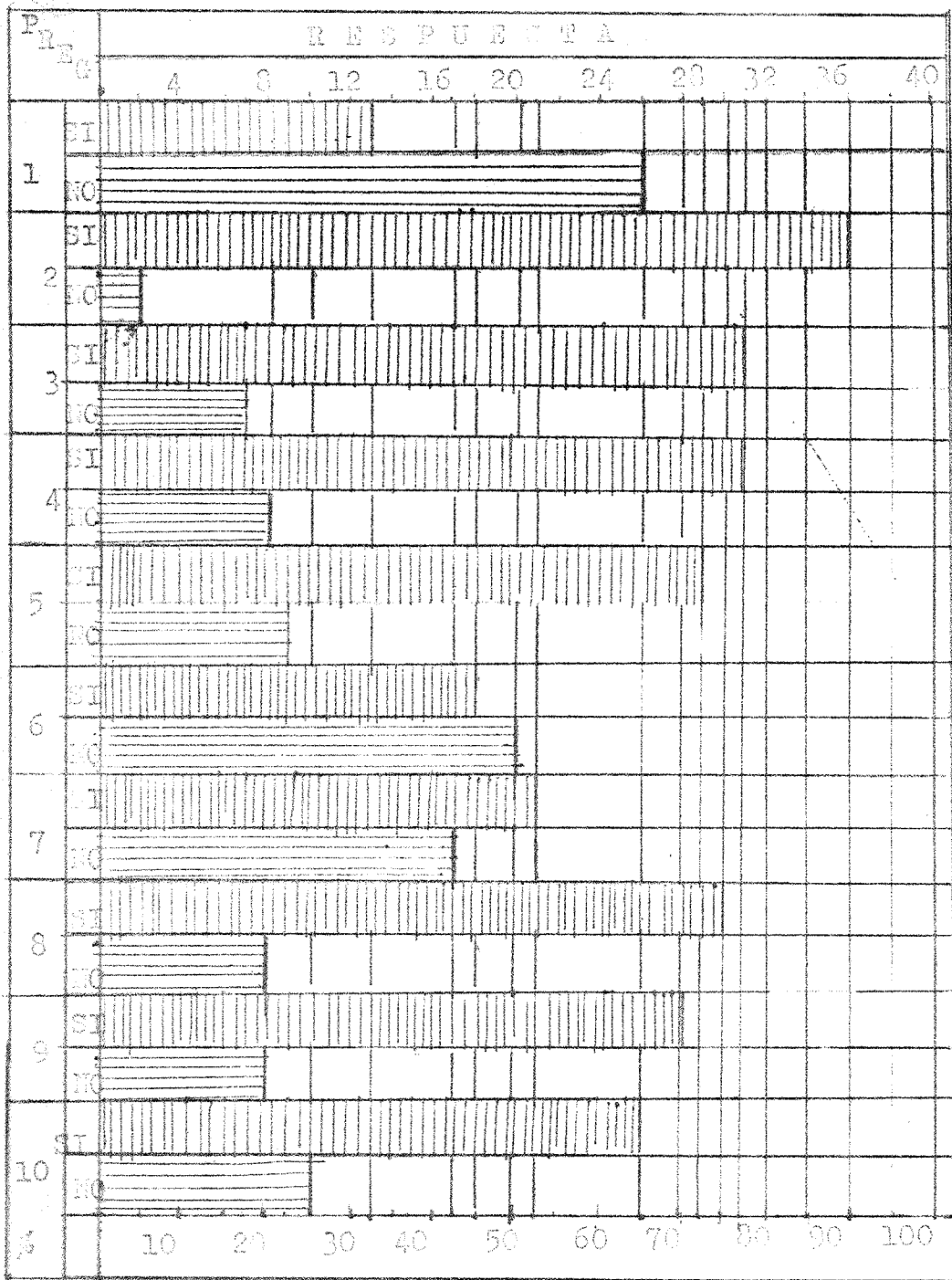
ANEXO 2.º

RELAÇÃO DE QUANTIDADE DE BARRAS DE

ARMOS.

NO. PREG.	SI	NO	NUIAS	RELAÇÃO			
				SI	NO	NUIAS	BARRAS
1	五五三	五五五五 五一	/	13	26	1	40
2	五五五五五 五五	五	//	36	2	2	40
3	五五五五 五五	五五	//	31	7	2	40
4	五五五五 五五	五五	/	31	8	1	40
5	五五五五 五五	五五	//	22	9	2	40
6	五五五五 五五	五五五五	//	13	20	2	40
7	五五五五 五五	五五五五	//	21	17	2	40
8	五五五五 五五	五五	//	30	8	2	40
9	五五五五 五五	五五	///	28	8	4	40
10	五五五五 五五	五五	///	26	10	4	40

GRAFICA MULTIDIRECCIONAL DE LOS CUESTIONARIOS
 RELACIONADOS A NIÑOS RELATIVO A LA TELEVISION EN
 LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO.



REFERENCIAS: SI [Vertical hatching] NO [Horizontal hatching]

CAPITULO IV CONCLUSIONES

Es vital para el buen curso de la sociedad, que ésta sea encauzada, por los fértiles senderos de la cultura, debido a que con ello vendrá por añadidura, la paz y felicidad que el hombre siempre ha anhelado, por lo que se considera que la televisión, es también un medio que ha de contribuir a ello.

Así pues en base a las investigaciones realizadas, se llega a las siguientes conclusiones:

- 1.- La televisión ejerce influencia en la personalidad del niño.
- 2.- Se está de acuerdo en que la televisión informa, entretiene, culturaliza y fomenta la economía.
- 3.- Existen casos en que la televisión no es del todo positiva para la formación de la personalidad.
- 4.- No se está de acuerdo en la forma extremista en que se emplea la televisión para cumplir sus propósitos.
- 5.- La televisión debe ser empleada como auxiliar o material didáctico en la enseñanza.
- 6.- La televisión forma parte de la familia como un tercer elemento normador de la conducta de sus elementos.
- 7.- Es imperativo buscar fórmulas adecuadas para que la televisión realice un auténtico servicio a la sociedad.
- 8.- Iniciativa privada, pueblo y gobierno deberán ser los factores que han de contribuir al mejor logro de sus fines.

- 9.- La televisión está contribuyendo en mínima parte a la --
educación de la familia.
- 10.- La legislación de la televisión da lugar a interpretacion
es ambiguas.

CAPITULO V

SUGERENCIAS Y PROPOSICIONES

Con el objeto de contribuir al mejor aprovechamiento de la televisión en base a las conclusiones adoptadas, y que la televisión constituye uno de los recursos más completos que existen en la actualidad, es del interés general, que coadyuve a formar una sociedad plenamente adaptada, para que ésta, comprenda las diversas formas en que se manifiesta la cultura asimismo, para que el hecho educativo sea llevado más allá de la zona escolar, con el objeto de que con esto se de inicio, con pie derecho, a una nueva etapa de justicia, paz y felicidad que tanto se espera.

Por lo antes mencionado se hacen las siguientes sugerencias y proposiciones:

- 1.- Que las personas que se encargan de manejar o autorizar la programación de la televisión, conozcan no solamente de aspectos técnicos o políticos, sino también de filosofía, sociología y pedagogía.
- 2.- Que la comercialización, culturalización, diversión, información y educación se efectúe en canales disponibles separados para que en cada una de estas funciones puedan las personas escoger lo indicado a sus intereses.
- 3.- Para que la televisión sea un recurso y no una entrometida en el seno del hogar, es necesario el empleo de los canales disponibles antes mencionados.
- 4.- Que exista la democracia entre los elementos que integran el complejo televisivo.
- 5.- Que existan inspectores de la programación televisiva y además que los responsables informen al pueblo de su fun-

cionamiento.

- 6.- A causa del notable incremento de la población y la gran diversidad de problemas que esto acarrea, el gobierno deberá censar a las familias, para enfocar a ellas, una -- adecuada atención educativa en alguno de los canales disponibles.
- 7.- Que en la legislación de la televisión se señalen los casos de infracción en que ésta pueda incurrir, en cada -- una de sus funciones.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFIA

- 1.- Cremoux Raúl
Televisión o prisión electrónica?
Archivo del fondo de la cultura 12
Primera edición, 1974

- 2.- Chamson* Ehren* Bour De Salis
Está en peligro la cultura?
Ediciones Guadarrama
Lope de Rueda, 13 Madrid

- 3.- Leyes y reglamentos sobre comunicaciones y transportes.
Tomo II Ediciones Andrade S. A. Colima 213
Apdo. postal 24-357, México 7 D. F.
Sexta edición, 1971

- 4.- Mettelart Armand
Multinacionales y sistemas de comunicación
Siglo veintiuno, Editores S. A.
Primera edición en español, 1977

- 5.- Monitor-Enciclopedia Salvat para todos
Salvat S. A. de Ediciones Pamplona
Talleres Offset Nerecán, S. A. Alza-San Sebastián, 1971

- 6.- Salvat Universal Tomo 19
Diccionario enciclopédico
Salvat Editores S. A.
Mallorca, 43. Barcelona (España), 1969

INDICE GENERAL

	PAG.
PROLOGO.....	1
INTRODUCCION.....	3
CAPITULO I	
PROMOCION DE LA CULTURA, FOMENTO ECONOMICO Y FUN--- CION SOCIAL, ASPECTOS ESPECIFICOS DEL PROBLEMA.	
1.- Antecedentes del problema.....	5
1.1 Historia de la televisión.....	5
1.2 La televisión pública.....	6
2.- Aspectos del problema.....	7
2.1 La promoción de la cultura.....	8
2.2 El fomento económico.....	8
2.3 La función social.....	9
3.- Causas del problema.....	10
3.1 Socio-económicas.....	11
3.2 Político-culturales y fundamentos legales..	12
CAPITULO II	
INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LA FORMACION DE LA - PERSONALIDAD DEL NINO.....	14
CAPITULO III	
INICIATIVA PRIVADA, PUEBLO Y GOBIERNO FACTORES RES- PONSABLES DE LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NI ÑO.	
1.- Encuestas sobre el problema.....	17
1.1 Aplicadas a padres de familia, maestros y - alumnos.....	18
1.2 Anexos.	
1.1 Cuestionario muestra aplicado a padres- de familia.....	23
1.2 Tabulación del cuestionario aplicado a- padres de familia.....	26
1.3 Gráfica de los datos obtenidos en la ta bulación.....	27
2.1 Cuestionario testigo aplicado a maes---	

tros.....	28
2.2 Tabulación del cuestionario aplicado a- maestros.....	30
2.3 Gráfica de los datos obtenidos en la ta bulación.....	31
3.1 Cuestionario testigo aplicado a niños..	32
3.2 Tabulación del cuestionario aplicado a- niños.....	33
3.3 Gráfica de los datos obtenidos en la ta bulación.....	34
CAPITULO IV	
CONCLUSIONES.....	35
CAPITULO V	
SUGERENCIAS Y PROPOSICIONES.....	37
CAPITULO VI	
BIBLIOGRAFIA.....	39