



**UNIVERSIDAD DE  
SOTAVENTO, A.C.**



**ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**“LOS EFECTOS NOCIVOS DE LA TELEVISION EN LOS INFANTES”**

**TESIS PROFESIONAL**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**PRESENTA:**

**LUZ DEL CARMEN CADENA LARA**

**ASESOR DE TESIS**

**L. C. C. OSCAR RICARDO CASTILLO BRIBIESCA**

**COATZACOALCOS, VERACRUZ.**

**MAYO DE 2006.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



## **DEDICATORIAS.**

### **DIOS.**

Por darme Salud, Dirección,  
Sabiduría y Capacidad para  
poder concluir mis estudios  
universitarios, siendo la fuente  
de inspiración en mí Vida.

### **A MIS PADRES.**

Por la Confianza que en mí se  
depositó.

### **A B. R. G.**

Por su comprensión, cariño y apoyo  
Incondicional, por los días de trabajo  
Mutuo para lograr mí objetivo, con amor  
Y respeto.

### **A MI ASESOR.**

Por el apoyo, atenciones y comprensión  
Para la realización de la presente tesis.

**AL H. JURADO.**

L. C. C. ANA MARIA VILLARREAL FERNANDEZ

L. C. C. OSCAR RICARDO CASTILLO BRIBIESCA

L. C. C. ALICIA SANCHEZ SUAREZ

**A MI FACULTAD.**

**A TODA MI FAMILIA.**

**A MIS AMIGOS.**

"LA PALABRA DEL  
PROFESOR Y EL LIBRO  
DIDÁCTICO SON PROCESOS  
PALEONTOLOGICOS FRENTE  
A LA EXPLOSIÓN DE LA  
INFORMACIÓN".

LAURO DE OLIVEIRA.

	<b>Págs.</b>
<b>INTRODUCCION.</b>	<b>i</b>
<b>CAPITULO 1. EDUCACION Y COMUNICACION.</b>	<b>1</b>
1.1 EDUCACION.	1
1.2 EDUCACION FORMAL E INFORMAL.	6
1.3 COMUNICACION.	11
1.4 TIPOS BASICOS DE COMUNICACION.	13
1.4.1 NIVELES DE COMUNICACION.	14
1.5 EDUCACION Y COMUNICACION.	18
<b>CAPITULO 2. ALGUNOS REFERENTES DE LA TELEVISION MEXICANA.</b>	<b>22</b>
2.1 HISTORIA DE LA TELEVISION MEXICANA.	22
<b>CAPITULO 3. IMPERIALISMO CULTURAL.</b>	<b>29</b>
3.1 IMPORTANCIA DE LA TELEVISION.	29
3.2 LA TELEVISION EN LA ACTUALIDAD.	31
3.3 IMPERIALISMO CULTURAL.	36
3.4 ACULTURACION PROMOVIDA POR LA T. V.	49
3.5 DEONTOLOGIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.	54
3.6 VALORES QUE PROMUEVE LA TELEVISION.	59
<b>CAPITULO 4. LA TELEVISION Y EL NIÑO.</b>	<b>71</b>
4.1 ¿POR QUE LA ELECCIÓN DEL NIÑO?	71
4.2 ¿POR QUE VE LA T. V EL NIÑO?	75
4.3 JEAN PIAGET Y HENRRY WALLON.	77
4.4 EFECTOS NOCIVOS DE LA T. V. EN EL NIÑO.	83
4.4.1 EFECTOS FISICOS.	86
4.4.2 EFECTOS EMOCIONALES.	90
4.4.3 EFECTOS INTELECTUALES.	104
<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>109</b>
<b>ANEXOS.</b>	<b>114</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.</b>	<b>118</b>

## INTRODUCCION.

La cantidad de información emitida por los medios de comunicación (prensa, televisión y radio), exceden en gran medida a la cantidad de información comunicada por la instrucción y los textos de la escuela. Este desafío ha destruido el monopolio del libro como ayuda a la enseñanza y ha derribado los propios muros de las aulas de modo tan repentino que provoca confusión y desconcierto. Si toman en cuenta que el niño pasa mas tiempo fuera del aula escolar, luego entonces es lógico pensar que la mayor parte de la enseñanza la está obteniendo del medio masivo de comunicación de mayor alcance "LA TELEVISION".

Dentro del contenido medular de ésta investigación, se procura destacar el hallazgo de que el niño encuentra más ameno y entretenido ver la televisión que estudiar su libro de texto, razón por la cual los padres y los maestros están preocupados, puesto que los medios masivos de comunicación ejercen tanta influencia que han desplazado a la escuela.

Para todos es bien conocido que la mayoría de los niños permanecen mucho tiempo frente al televisor, cada día abundan más las pruebas de que ver la televisión indiscriminadamente es nocivo para su desarrollo. Lo cierto es que la televisión ha ido modificando en gran medida el estilo de vida de cada uno de sus teleespectadores.

Hoy estos medios de comunicación amenazan, en vez de reforzar, los procedimientos tradicionales de la escuela.



Existen numerosos estudios estadísticos que prueban que el niño que ingresa por primera vez a un centro escolar lleva consigo un previo bagaje de muchas horas de televisión, que en ningún momento va a reforzar las enseñanzas del profesor, debido a que la televisión se encarga de adelantarle la información al pequeño. El problema radica precisamente en que dicha información no está adaptada a la estructura psicológica del niño, trayendo como consecuencia la confusión, el asombro y la precocidad, además de que hace a un lado sus libros y cuadernos para contemplar la caja mágica. Todas sus energías y potencialidades son canalizadas a este aparato electrónico en vez de dedicárselas a actividades que fomenten su desarrollo personal.

Lo más grave de todo esto es que los niños mexicanos le tienen mayor confianza a la televisión que a sus padres y maestros, según lo revela Enrique Sánchez Ruíz.

Robert Silbert, psicólogo infantil neoyorquino, afirma que los pequeños desconfían de los mayores cuando estos les dicen que tal o cual producto promocionado por la televisión no es conveniente para ellos, es por ello, que tanto los padres como los maestros deben estar atentos con lo que los niños están recibiendo de los programas televisivos, puesto que los mismos le proporcionan conocimientos, valores, pautas de comportamiento, e induce al niño a formular opiniones sobre toda clase de tópicos.

Con la investigación que se plasma en el presente texto, se pretenden abarcar los objetivos siguientes:

1.- Investigar de que manera influyen en su conducta, los valores y modelos que aprende el niño por medio de la televisión.

2.- Determinar en que forma la cultura que promueve la televisión, se contrapone con la educación formal que recibe el niño.

3.- Analizar de que manera el impacto que transmite la televisión repercute en el proceso físico, intelectual y emocional en el niño.

En cuanto a la estructura expositiva, éste texto comprende cuatro capítulos de estudio, los cuales, -al sucederse uno a otro- permiten una visión global.

En el primer capítulo, se explica en que consiste el proceso de la educación, de la comunicación y de la relación que existe entre ellos. También se definen los conceptos de educación formal y educación informal, exponiéndose a la vez los diferentes tipos de aprendizaje que se dan en el educando.

En el segundo capítulo, se hace una reseña histórica de como surgió la televisión en México, y como ha ido evolucionando en el transcurso del tiempo.

En el tercer capítulo se enfatiza el imperialismo cultural que ejerce Estados Unidos en México por medio de la Televisión, la importancia que se le ha concedido a la misma, así como la manera en que ésta se ha convertido en el huésped inoportuno de los hogares mexicanos. También se aborda el análisis de los valores

que promueve, así como la forma en que son adquiridos por la sociedad mexicana. Por último se plasma la Deontología de los Medios de Comunicación, reglas que en la actualidad dieran el aspecto de estar en desuso.

En el cuarto capítulo, se justifica la elección del niño, se exponen las razones por las que él se adapta tanto al Televisor (motivos de su teleadicción) y las teorías que explican los procesos de desarrollo del ser humano. Se explica porqué algunos autores opinan que los conocimientos emitidos por éste medio de comunicación se contraponen con la Educación Formal que recibe el niño, además, se analizan meticulosamente los efectos nocivos que provoca en los infantes.

Resulta de especial interés señalar, que en la exposición de los capítulos precedentes, se ha buscado un lenguaje fluido, un lenguaje que permita comprender y entender claramente los razonamientos que obran en el texto, tratando de no caer en ambigüedades.

En la parte final del texto, y con la finalidad de enriquecer el mismo, se exponen las conclusiones, razonamientos y sugerencias que una servidora obtuvo y proporciona con la firme intención de cambiar la perspectiva del lector.

Con la intención de reforzar y crear una visión más amplia de los temas que se analizan en el presente texto, se agrega un apartado intitulado **ANEXOS**, en el cual gráficamente se matizan los temas más importantes.

Concluyo con la invitación a los diversos lectores de este trabajo de investigación, a emitir un Juicio Académico y a exponer las inquietudes y los razonamientos que a consecuencia de la lectura del mismo le sobrevengan, manifestando con ello el acto más simple y puro del ser humano, lo cual sin duda alguna contribuirá a un mejoramiento interno y social.

## CAPITULO 1.

### EDUCACION Y COMUNICACION.

#### 1.1 EDUCACION.

A través de la historia, y quizás en la actualidad el concepto de educación se ha mal interpretado, ya que en la mayoría de los casos hablar de educación implica pensar en narración de contenidos, memorización de textos, o simplemente en depositar conocimientos en los educandos. Debido a que muchos sistemas de enseñanza abusan de la exposición verbal, o bien; exigen a sus alumnos que memoricen textos, fechas, fórmulas, etc., sin antes enseñarles a razonar, otras veces sólo se conforman con darles los contenidos, es decir, tratan de abarcar todos los conocimientos que sean posibles, y no todo lo que implique educación quiere decir que realmente lo sea.

“La educación es comunicación, es diálogo, en la medida en que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados”.<sup>1</sup>

Esto significa que para que exista una autentica educación debe enfatizarse la comunicación, el diálogo, pues según Paulo Freire, es mentira

---

<sup>1</sup> Freire, Paulo. **¿Extensión o Comunicación?** México, 1975 Editorial Siglo XXI, Pág. 71.

que el maestro posea todos los conocimientos sino todo lo contrario, argumenta que el alumno aprende del maestro, como también el maestro aprende del alumno, ¿cómo? a través del diálogo y por ende de la retroalimentación, de ahí su señalamiento en el sentido de que la transferencia del saber, (depósito de contenidos) debe ser un encuentro de sujetos interlocutores que busquen la significación de los significados. Por medio de este ir y venir de los conocimientos se llega a comprender los significados, por ello se dice que el conocimiento se construye, ya que el mismo no está dado ni acabado.

La verdadera educación es aquella que se preocupa por concientizar a los hombres, por hacer de ellos seres críticos y reflexivos (o seres liberados) que cuestionen su entorno, ya que una vez que estén conscientes de su problema o situación entonces busquen la acción, es por esto que para Freire, educación es sinónimo de liberación, razón por la cual también se define como: "Praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo".<sup>2</sup>

Hay que tener presente que la educación se ejerce dentro de un sistema social, si no fuera así carecería de valor y no se justificaría su existencia, Edgar Faure señala que: "Un sistema escolar separado del sistema social es como un engendro fuera de la matriz".<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Freire, Paulo. **La Educación como práctica de la Libertad**. 50<sup>a</sup>.ed. México, 2002. Editorial Siglo XXI Pág. 7.

<sup>3</sup> Suárez Díaz, Reynaldo. **La Educación**. México, 1987. Editorial Trillas, Pág. 34.

Aunque la finalidad de la educación es preparar a los educandos para contribuir al buen desarrollo de su sociedad, esto no ocurre así, Reynaldo Suárez dice que la escuela pretende hipócritamente educar a sus profesores y estudiantes para resolver los problemas sociales, cuando se puede vislumbrar que los programas académicos que se enseñan en las instituciones educativas están diseñados para conservar el orden preestablecido, por esto Paulo Freire dice que los hombres viven oprimidos.<sup>4</sup>

No obstante la educación está inserta dentro de un sistema social, no debe ser un instrumento de ningún sistema cerrado y dogmático, de lo contrario, pierde su función vivificante y creadora. Resulta iluso pensar que se puede cambiar a la sociedad desde la escuela, o bien; pretender que cambiando las estructuras escolares cambiarán las estructuras sociales, debido a que educación y sociedad son conceptos que no se pueden ver por separado sino que deben de ir de la mano, mezclándose para lograr la praxis de los educandos.

Es por esto que Freire señala que nadie se libera sólo, los hombres se liberan juntos; es decir, en sociedad.<sup>5</sup>

Razón por la cual se debe pensar que la educación debe impartirse de manera integral, ya que el cometido de ésta es velar porque el individuo desarrolle todas sus facultades humanas (Intelectual, moral, física, artística, etc.) de manera conjunta para que pueda ir asimilando y encuadrando el

---

<sup>4</sup> Freire, Paulo. Op cit. Pág. 30.

<sup>5</sup> Ibidem. Pág. 8.

aprendizaje significativamente, ya que la educación debe de tomar en cuenta al hombre en todas sus dimensiones personales y comunitarias, sin olvidarse de las fuerzas que rigen el acontecer social.

En el país la educación tiene como aspectos primordiales el desarrollo integral del educando, tal como se establece en el artículo 3° de la Constitución Política de la República Mexicana, el cual a la letra reza lo siguiente:

Artículo Tercero.- I.- La educación que imparta el Estado – Federación, Estados, Municipios – tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria y la conciencia de la solidaridad internacional en la independencia y en la justicia.

II.- Garantizada por el artículo 24 la libertad de creencias, el criterio que orientará a dicha educación se mantendrá por completo ajeno a cualquier doctrina religiosa y, basado en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios.

Del texto legal y del panorama actual de la Educación se desprenden diversos objetivos, dentro de los cuales se citan los siguientes:

*OBJETIVOS QUE PRETENDE INCULCAR LA EDUCACION PRIMARIA EN LOS ALUMNOS:*<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> SEP. **Libro para el maestro de segundo grado.** México, 1990. Editorial SEP, Pág. 13 y 14.



- 1.- *El alumno deberá conocerse y tener confianza en sí mismo para aprovechar adecuadamente sus capacidades como ser humano.*
- 2.- *La Escuela pretende lograr un desarrollo físico, intelectual, afectivo y sano en los alumnos.*
- 3.- *El alumno aprenderá a comunicar su pensamiento y su afectividad.*
- 4.- *El alumno deberá tener criterio personal y participar activa y racionalmente en la toma de decisiones individuales y sociales.*
- 5.- *El alumno deberá participar en forma organizada y cooperativa en grupos de trabajo.*
- 6.- *El alumno deberá integrarse a la familia, la escuela y la sociedad.*
- 7.- *El alumno deberá identificar, plantear y resolver problemas.*
- 8.- *El alumno aprenderá a asimilar, enriquecer y transmitir su cultura respetando a la vez, otras manifestaciones culturales.*
- 9.- *El alumno deberá combatir la ignorancia y todo tipo de injusticia, dogmatismo y prejuicio.*

De lo anterior se concluye que debe existir una vinculación entre los padres, maestros y la sociedad, donde los medios masivos de comunicación están jugando un papel muy importante en el ámbito educativo, ya que éstos

amenazan en vez de reforzar los métodos tradicionales de la enseñanza. Baste analizar a la televisión, indiscutiblemente el medio masivo de comunicación mas importante de la sociedad actual, la cual probablemente obstaculiza el desarrollo físico e intelectual, quizás degrade la formación moral y sexual, o limite el desarrollo artístico.

Para comprender esto, es necesario tener presente que el pequeño no va a aprender dentro de la escuela, sino también fuera de ella, para dejar bien claro este argumento se definirá y explicará que es educación formal e informal.

## **1.2 EDUCACION FORMAL E INFORMAL.**

La educación formal, "Es el sistema educativo institucionalizado, cronológicamente graduado y jerárquicamente estructurado que abarca desde la escuela primaria hasta la universidad".<sup>7</sup> Es decir, la educación que se recibe en una escuela o instituto, que va por grados (primaria-universidad) llevando una continuidad a través de los programas y culminando con la expedición de un título.

Pero la educación no es solamente aquella que se recibe en el aula escolar, sino todo lo contrario, hablar de educación implica versar sobre un concepto muy amplio, aunque la mayoría quizás admitirá que la educación más

---

<sup>7</sup> La Belle J. Thomas. **Educación no formal y cambio social en América Latina**. México, 1980. Editorial Nueva Imagen, Pág. 44.

importante es la que se imparte en las escuelas. Hay quienes piensan, que la educación más significativa y perdurable para la sobrevivencia es aquella que se adquiere con la experiencia cotidiana, fuera del aula escolar.

La educación informal, según los autores Coombs y Ahmed es “el proceso que dura toda la vida, por el cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, capacidades, actitudes y comprensión a través de las experiencias diarias y del contacto con su medio”;<sup>8</sup> Verbigracia: La enseñanza que se obtiene de los amigos, de la instrucción paternal, de los libros, revistas, o bien; de los medios masivos de comunicación como son: Cine, radio, periódicos, televisión, porque no se puede negar que estos medios informativos educan a los escolares, quizás algunas veces de modo incorrecto; pero finalmente lo hacen.

La televisión a través de su programación educativa, promueve entrevistas con especialistas y expertos que de algún modo ilustran y a la vez contestan interrogantes de los teleespectadores. También existen programas de demostración o experimentación que contribuyen a satisfacer la curiosidad de adultos y pequeños. Asimismo la televisión transmite acontecimientos cívicos, presenta los lugares más recónditos de la tierra que vienen a ampliar el acervo cultural de los televidentes, no podemos negar el hecho de que la televisión enseña, pero ¿Qué tipo de enseñanza es la que promueve?

---

<sup>8</sup> Idem.

Según Alves de Mattos enseñar “Es fundamentalmente, dar a los alumnos la oportunidad para manejar inteligentemente y directamente los datos de la disciplina organizando, dirigiendo y controlando experiencias fructíferas de actividad reflexiva”.<sup>9</sup>

Si existe una enseñanza, entonces también existe un aprendizaje. Guillermo Michel define al aprendizaje como: "El proceso mediante el cual se obtienen nuevos conocimientos, habilidades o actitudes, a través de experiencias vividas que producen algún cambio en nuestro modo de ser o actuar".<sup>10</sup>

El aprendizaje forma parte de la vida. Consciente o inconscientemente, siempre se está aprendiendo. A aprender se empieza desde el mismo momento del nacimiento. A relacionarse con el ambiente y con lo que le rodea, a hablar, y a convivir con ese entorno. Este aprendizaje prosigue en el transcurso de toda la escuela y al finalizar los estudios se sigue aprendiendo; es algo que va ligado a la propia vida y al desarrollo personal y social.

El aprendizaje se produce de formas diferentes:

*“mediante el ensayo y el error, observando lo que hacen los demás, a través de una enseñanza formalizada en las aulas, etc. Todos estos tipos de aprendizaje no son excluyentes sino complementarios; se aplican dependiendo*

---

<sup>9</sup> Alves de Mattos, Luiz. **Compendio de Didáctica General**. 2ª ed., 9na. reimp. México. 1985. Editorial Kapelusz. Pág. 37.

<sup>10</sup> Michel Guillermo. **Aprende a Aprender: Guía de Autoeducación**. 13va. ed. México, 1996. Editorial Trillas. Pág. 19.

*del momento. Sin embargo, sea cual sea el tipo de aprendizaje, este se produce en el cerebro”<sup>11</sup>*

A manera de bosquejo se puede vislumbrar que los niños aprenden por medio del televisor, a través del constante bombardeo de imágenes emitidas, las cuales suceden muy rápidamente, a un ritmo que sin duda no es el suyo, o por medio de la memorización. El niño incorpora a su mente lo que los adultos captan cuando recorren en ferrocarril un país.

Este no es el tipo de aprendizaje que se pretende fomentar en los niños, sino el aprendizaje significativo que consiste en el “Hábito de relacionar material nuevo con el aprendizaje anterior, de forma significativa y útil”,<sup>12</sup> lo cual significa asociar conocimientos nuevos a los anteriores, es decir, por medio del aprendizaje significativo se puede enseñar al estudiante a comparar, contrastar y asociar nuevos conceptos relevantes que ha adquirido, organizado y almacenado previamente en la memoria.

*Para que el aprendizaje sea posible es preciso que confluyan una serie de condiciones.<sup>13</sup>*

- *Que la persona se exponga a una serie de experiencias, ideas, informaciones, etc.*
- *Que aprenda a fundamentar los nuevos aprendizajes en los saberes previos.*

---

<sup>11</sup> Grupo Docente. **Master Biblioteca Práctica de Comunicación Tomo 2 Aprendizaje**. España, s/a, 1992. Editorial Océano. Pág. 14.

<sup>12</sup> **Enciclopedia práctica de la Pedagogía Tomo II**. España, 1984. Editorial Océano. Pág. 295.

<sup>13</sup> Grupo Docente. Op cit. Pág. 17.

- *Que a prenda a repetir. Lejos de lo que alguna vez se ha dicho, la repetición es fundamental en el aprendizaje.*
- *Que sepa procesar la información; lo que se puede hacer de manera superficial, con la simple adquisición de datos y hechos de forma inconexa, o profunda, con la comprensión de lo aprendido.*

Por ejemplo: Un alumno puede encender su Televisor y percatarse de la transmisión de un programa científico donde se esté hablando de los seres vivos, específicamente de las plantas, en donde a la vez se le esté comparando con los seres humanos por presentar características muy similares.

Los seres humanos necesitan respirar, las plantas también necesitan respirar y lo hacen a través de sus hojas.

Los humanos necesitan alimentarse al igual que las plantas, sólo que ellas lo hacen por medio de su raíz; una vez que absorben su alimento este viaja por el tallo, para posteriormente ser distribuido en las diversas ramificaciones de sus hojas. Los seres humanos toman los alimentos por la boca, estos alimentos una vez asimilados y procesados por el organismo son vertidos y distribuidos por medio del aparato circulatorio.

Para que el alumno pueda comprender esta explicación necesita entender la función de cada una de las partes de las plantas (conocimientos nuevos) como conocer las partes de las plantas (conocimientos anteriores)

para que pueda comparar, contrastar y asociar materiales nuevos con conceptos relevantes.

El aprendizaje que obtiene el infante de la televisión, como ya se ha señalado, resulta mecánico, memorístico, ya que la mayoría de las veces no lo razona, por ende, no se puede hablar de que exista un aprendizaje significativo debido. Además la mayoría de los programas proyectados no están adaptados a la estructura cognoscitiva del niño. Verbigracia: Las telenovelas o el programa de Laura en América, Ventaneando o El gordo y la flaca, etc., los cuales no se consideran aptos para los niños, dado los temas que tratan y por emitir información no adecuada para su edad, no hacen otra cosa más que causar azoramiento, asombro y confusión en la mente de los niños. Por lo anterior, es necesario y urgente para los padres, maestros y la sociedad misma, ampliar la idea de la televisión como aparato educativo, puesto que en la sociedad actual, los cambios son constantes, lo que obliga a estar aprendiendo cosas nuevas siempre.

### **1.3 COMUNICACION.**

Es un hecho evidente la necesidad que el hombre siempre ha tenido que comunicarse con el mundo que lo rodea, y para ello ha usado múltiples sistemas de comunicación o lenguaje. De todos los sistemas empleados por el hombre, la lengua es nuestro principal medio de comunicación.

La comunicación es un proceso que tiene como propósito la transmisión de un mensaje por medio de signos. El hombre es el único ser que posee un sistema de signos que le permite transmitir pensamientos, emociones e informaciones, así como recibir de los demás exactamente lo mismo y por el mismo conducto. "Los signos nos llegan por los sentidos, básicamente el oído y la vista".<sup>14</sup>

Para comunicar o expresar algo a los demás, se requiere de un mensaje emitido por el hablante. Este mensaje que corresponde a un pensamiento, requiere fluidez y signos o palabras adecuadas para que el receptor entienda o interprete el signo lingüístico y se forme lo que se conoce como *circuito del habla*.

Se da el nombre de "*circuito del habla*" al proceso comunicativo que se establece cuando existen un emisor, un receptor, un mensaje y un mismo código".<sup>15</sup>

Alonso González la define como: "El acto inherente al hombre, que lo ayuda a expresarse y a conocer más de sí mismo, de los demás y del medio que lo rodea. La comunicación se constituye en una sociedad creciente para conducir al hombre al punto culminante de su vida".<sup>16</sup>

Se manifiesta que la comunicación consiste en que una persona se haga entender, así como que entienda a otras, es un proceso dinámico que ayuda al

---

<sup>14</sup> Lozano, Lucero. **Nuevo Español Activo 1**. 6ta. reimp. México, 1997. Editorial Porrúa. Págs. 2 y 3.

<sup>15</sup> Idem. Pág. 6.

<sup>16</sup> González Alonso, Carlos. **Principios Básicos de Comunicación**. México, 1984. Editorial Trillas. Pág. 12.



ser humano a conocerse a sí mismo, a relacionarse con los demás y con el medio que lo rodea.

La comunicación es lo que mantiene unidas a las personas, por lo tanto; constituye una de las partes más importantes del comportamiento humano. “Cualquiera que sea el proceso, siempre estarán presentes tres elementos básicos: la *fuentes*, el *mensaje* y el *destino*. Esto es, *quién* comunica, *qué* y *cómo* comunica, y *a quién* lo comunica”.<sup>17</sup>

#### **1.4 TIPOS BASICOS DE COMUNICACION.**

La comunicación en su concepto más amplio, que refiere las actitudes adoptadas por todo ser viviente, con la finalidad de relacionarse evocando un significado en común, puede ser clasificada en dos grandes grupos: Animal y Humana. La comunicación animal y humana pueden ser de diferentes clases, como se analizará a continuación.

*La Comunicación Animal.*- Este tipo de comunicación puede ser: química, kinésica, proxémica, auditiva y eléctrica. Es necesario saber que la comunicación en la especie animal tiene lugar por medio de actos especializados en hacer útil una información; es decir, estímulos capaces de influir en el comportamiento de otros individuos.

---

<sup>17</sup> **Enciclopedia Barsa. Tomo 5.** México, 1981. Editorial Encyclopaedia Britannica Publishers. Pág. 112B.

*La Comunicación Humana.*- Dentro de la comunicación humana existen tipos básicos como: Comunicación no Verbal, Comunicación Verbal, Comunicación Oral y la Comunicación Escrita. A su vez existen en la Comunicación Humana Niveles de la Comunicación, los cuales son: Intrapersonal, Interpersonal, Grupal, Organizacional, Masiva e Intermedia.

### **1.4.1 NIVELES DE COMUNICACION.**

**INTRAPERSONAL.** Es la comunicación que tiene lugar dentro del individuo, empleando símbolos que tienen para él igual significado que para los demás. Para decirlo brevemente es hablar con uno mismo; una persona puede ser emisor y receptor simultáneamente en su interior.

**INTERPERSONAL.** Esta comunicación también llamada interindividual, es la que se da entre dos o más personas físicamente próximas y en ella pueden intervenir los cinco sentidos, con una retroalimentación inmediata. Sus características son:

- a) La participación de dos o más personas físicamente próximas.
- b) Existe un solo foco de atención cognitiva visual.
- c) La interacción se da mediante un intercambio de mensajes en el que los participantes se ofrecen recíprocamente algunas señales.
- d) La interacción es cara a cara.
- e) El contexto interpersonal es en gran parte no estructurado, es decir, son regidos por pocas reglas.

f) Sus mensajes son informales en cuanto a su forma, contenido y frecuencia.<sup>18</sup>

Desde el punto de vista de Zacharis y Coleman, la comunicación interpersonal o dual es aquella que “Abarca la comunicación de persona a persona o de uno a uno. El interés especial de ésta situación es la cercanía o intimidad necesaria para la comunicación”.<sup>19</sup>

La comunicación interpersonal puede ser de dos formas: **directa y masiva.**

**La comunicación directa, dialogal y coloquial;** es el dialogo que puede existir entre dos o más personas, es la interacción de los mensajes y la participación activa de los sujetos que los emiten y los reciben. Es la que se utiliza cotidianamente para relacionarnos con nuestro medio ambiente, la comunicación que se propicia de padre a hijo, de maestro a alumno, la que se emplea en la calle, en la escuela, en la casa, para exponer lo que sentimos.

Es una comunicación informal que permite el proceso de la retroalimentación, por lo tanto, es más humana; ya que a las palabras se suman miradas, gestos, entonación de la voz e incluso silencios. Todos estos elementos contribuyen a formar una atmósfera de mayor intensidad.

Es la que más se debe fomentar porque este tipo de comunicación es la que contribuye a unir y fortalecer los lazos humanos.

---

<sup>18</sup> <http://pdf.rincondelvago.com/ciencias-de-la-comunicacion.html>.

<sup>19</sup> Zacharis y Coleman. **Comunicación Oral**. 2da edición. México, 1978. Editorial Limusa. Pág. 50.

**MASIVA.** Es la comunicación de difusión o de masas y recurre a la ayuda de la tecnología moderna, a través de canales físicos de comunicación llamados de masas y mass media.

Los medios masivos son las diversas formas industrializadas creadas por el hombre para producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo, tales como: la prensa, la radio, la publicidad, el cine y la televisión. Es importante destacar que la aparición de los mass media, tuvo sus orígenes en la prensa de masas y en el descubrimiento de adelantos técnicos que, posteriormente, condujeron a la creación de los grandes medios electrónicos, que han convertido a la comunicación en uno de los hechos más significativos de la época actual.

Las características de este tipo de comunicación son las siguientes:

- a) Esta dirigida a auditorios relativamente grandes.
- b) Se trata de un auditorio heterogéneo.
- c) El auditorio conserva su anonimato.
- d) El medio actúa en forma pública.
- e) Transmite de manera transitoria.

Existe comunicación de masas cuando el emisor es sólo uno, el canal por donde pasa el mensaje es a través de un canal tecnológico de gran complejidad y el receptor es una masa extrañamente diferenciada por la lengua, la cultura y el estrato social. No debe confundirse la presencia del canal tecnológico con el proceso mismo, puesto que en este tipo de

comunicación, “el proceso es semejante al ya descrito para la interindividual. La fuente como se ha mencionado es en este caso un órgano de comunicación, periódico, estación de radio o televisión, empresa editora de libros, que cuentan con un cuerpo de profesionales que comunican una misma idea”.<sup>20</sup>

Una diferencia fundamental entre el comunicador individual y el órgano de comunicación es la desproporción entre la salida y la entrada de mensajes: es posible emitir al mismo tiempo millares de mensajes idénticos, como los ejemplares de un diario, pero la comunicación de retorno es muy difícil y se requiere por lo general un complicado mecanismo de investigación y encuesta para conocer una fracción significativa de la respuesta que provoque el mensaje original.

Los medios de comunicación masiva tienen diversos valores en cuanto a su efecto sobre el público receptor. Los más rápidos, como radio y televisión, tienden a afectar emocionalmente, pero la permanencia del mensaje es efímera. Los más lentos, como periódicos y libros, son menos emocionales, pero la permanencia del mensaje es mayor, así como su penetración.<sup>21</sup>

De lo anterior se colige que el tipo de información que se transmite en este nivel, es vertical, de arriba abajo, unilateral, no fomenta la retroalimentación, no se da la interacción ya que el emisor es el activo y la gran masa o población actúa como receptor pasivo; sólo se limita a llenar de información a sus receptores, lo que Paulo Freire le llama concepción bancaria,

---

<sup>20</sup> **Enciclopedia Barsa. Tomo. 5.** Op cit. Pág. 113

<sup>21</sup> Idem.

en ningún momento permite el diálogo directo, es muy difícil que en este tipo de comunicación se pueda efectuar una auténtica comunicación.

Paulo Freire afirma: “La comunicación implica una reciprocidad que no puede romperse y en la cual no existen los sujetos pasivos”,<sup>22</sup> por lo tanto: La comunicación que establecen las masas no deja de ser pobre y raquítica.

Es por ello que se debe de tomar en cuenta un especial interés en la comunicación masiva, porque es la que mayor auge cobra y quizás este contribuyendo a desintegrar las relaciones familiares.

## **1.5.- EDUCACION Y COMUNICACION.**

La educación del hombre es un acto de comunicación entre las personas, ya que

la educación gira entorno a la comunicación que se establece entre las partes correspondientes. La comunicación es un elemento indispensable en el proceso educativo, ya que el transmitir, asimilar y comprender conocimientos, se verifica a través del entendimiento, maestro - alumno.

No obstante en el ámbito educativo, los educandos han sido esclavos de una sola forma de comunicación, la verbal; aún cuando es bien sabido que la comunicación es una necesidad vital en el ser humano, y que para lograrla se

---

<sup>22</sup> Freire, Paulo. Op cit. Pág. 75.

sirve de distintos lenguajes, verbales o no verbales y de cada medio de comunicación.

En lo que respecta a los medios de comunicación, baste decir que si sus condiciones son aprovechadas adecuadamente pueden ofrecer perspectivas inimaginables de la realidad, por ejemplo: La televisión utilizada sabiamente podría emplearse como un reforzador de la enseñanza formal que el niño recibe.

Razón por la cual Jaime Goded comenta que en el hecho educativo debe darse una comunicación educativa que se caracterice por “La necesidad, la conciencia, la voluntad y la intención explícita de alcanzar determinado objetivo educativo”.<sup>23</sup> Ésta puede efectuarse cara a cara, mediante un texto, usando como vehículo a los medios audiovisuales, o con cualquier otro auxiliar técnico o utilizando la combinación de todos o de algunos de ellos, de este modo el salón de clases se convierte en un campo de comunicaciones al formular una pregunta al maestro, y al darle respuesta al alumno, para que inmediatamente después el maestro vuelva a formular otras preguntas retomando lo que el alumno le ha manifestado, lo que originará un movimiento constante en aquellos papeles del emisor y receptor, se irán alternando en este flujo constante de informaciones que constituyen el proceso de la comunicación.

---

<sup>23</sup> Goded, Jaime. **El Mensaje Didáctico Audiovisual: Producción y Diseño.** México, 1976. Serie nuevos métodos de enseñanza. UNAM. Pág. 44

Sin embargo, una comunicación verdaderamente significativa, sólo puede darse cuando se promueve el desarrollo de una acción cognoscitiva, que a su vez motive la reflexión. Para que los alumnos se sientan implicados y comprometidos con su propia actividad, se debe conceder al estudiante la oportunidad de tener nuevas perspectivas, y que éstas vayan acorde con las necesidades afectivas del grupo y de la comunidad.

Para dejar plenamente establecida la importancia de la comunicación en el quehacer educativo, a continuación se expone un cuadro comparativo de los elementos de la comunicación y las llamadas categorías pedagógicas de la enseñanza, con el objeto de mostrar que ambas, con diversos nombres, aluden a lo mismo.

## ELEMENTOS DE LA COMUNICACION.

CUADRO A.<sup>24</sup>

ELEMENTOS DE LA COMUNICACION	CATEGORIAS PEDAGOGICAS
Comunicador o emisor	Maestro – alumno
Mensaje	Materia – didáctica
Destinatario	Estudiantes

Por último se analiza cuáles son los requisitos que debe reunir una eficiente comunicación según Paulo Freire.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Moreno García, Roberto. **La Enseñanza Audiovisual.** México, 1982. Editorial Patria. Pág. 30.

<sup>25</sup> Freire, Paulo. Op cit. Págs. 75 y 76.



- a).- Implica una reciprocidad que no puede romperse.
- b).- En la comunicación no hay sujetos pasivos.
- c).- La comunicación es diálogo, así como el diálogo es comunicativo.
- d).- Para que el acto comunicativo sea eficiente, es indispensable que los sujetos, recíprocamente comunicantes, estén de acuerdo, esto es: La expresión verbal en uno de los sujetos, tiene que ser percibida dentro de un cuadro significativo común, por el otro sujeto.

Por todo lo expuesto, se puede afirmar que la televisión proporciona más información que comunicación, debido a que la reciprocidad de la que habla Paulo Freire no existe; ya que la televisión no promueve la retroalimentación, además de que promueve la pasividad en los sujetos, pues no se da el diálogo.

Señala que para que haya una comunicación significativa, los sujetos deben de tener un significado común, esto quiere decir, que tanto el emisor como el receptor deben manejar el mismo lenguaje; deben hacerse entender y la televisión no siempre cumple este requisito, ya que la mayor parte de la programación, por no decir que toda, maneja un lenguaje para adultos.

## CAPITULO 2.

### ALGUNOS REFERENTES DE LA TELEVISION MEXICANA.

#### 2.1 HISTORIA DE LA T. V. MEXICANA.

La historia de la humanidad y el curso de la civilización siempre han estado íntimamente vinculados a la capacidad que posee el hombre para comunicarse con sus semejantes. A lo largo de la historia el ser humano se ha empeñado en descubrir mejores medios de comunicación, ya sea mediante el análisis y la experimentación, ya perfeccionando métodos existentes, hasta llegar a dominar el más potente, rápido y completo de todos: La Televisión.

La palabra Televisión es de origen híbrido, pues proviene del griego *tele*, que significa “lejos” y del latín *videre*, que significa “ver”, de tal manera que el vocablo en conjunto significa “ver de lejos”.<sup>1</sup>

De la Torre Zermeño define a la televisión como un sistema electrónico de transmisión de imágenes y sonido por cable o, a través de ondas que viajan en el espacio. Se usan ciertos dispositivos que convierten la luz y el sonido en

---

<sup>1</sup> Quijada Soto, Miguel Ángel. **La televisión: Análisis y Prácticas de la Producción de Programas.** 3ra ed. México, 1996. Editorial Trillas. Pág. 15.

ondas electromagnéticas; éstas se envían a un aparato (TV) que las convierte en rayos de luz y sonido de nuevo.<sup>2</sup>

La enciclopedia de la comunicación define a la televisión como: visión a distancia, obtenida telegráficamente por la transmisión instantánea de imágenes, de objetos, vistas o escenas reales, en virtud del funcionamiento de un conjunto de aparatos transmisores y receptores especiales, destinados a este fin. Comprende la telefotografía, la telecinegrafía y la radiovisión.<sup>3</sup>

Ahora bien, para referir la historia de la TV. en México se tomara como punto de partida la década de los 30's.

La etapa experimental de la televisión en México se inició hacia 1933, cuando el Ingeniero Guillermo González Camarena hizo los primeros ensayos con un equipo rudimentario que él mismo construyó. Ese mismo año el Partido Nacional Revolucionario trajo a México un equipo de televisión mecánica en blanco y negro e hizo algunas demostraciones públicas en onda corta.

En 1939, Camarena inventó un sistema de televisión cromática que patentó tiempo después en México y en Estados Unidos. El 19 de agosto de 1946, inició una

---

<sup>2</sup> De la Torre Zermeño, De la Torre Hernández. **Taller de Análisis de la Comunicación 2**. México, 1995. Editorial Mc Graw Hill. Pág. 165.

<sup>3</sup> De la Mota, Ignacio H. **Enciclopedia de la Comunicación Tomo 4**. México, 1994. Editorial Limusa. Págs. 1338 y 1339.

serie de transmisiones sabatinas experimentales en blanco y negro.<sup>4</sup>

A partir de la Segunda Guerra Mundial México entra de lleno a la era de la industrialización y el urbanismo, lo que genera cambios importantes en la cultura de la sociedad. Los medios que tradicionalmente transmitían la cultura; escuela y familia, se ven influidos por la abrumadora presencia de los medios masivos de comunicación.

En 1949 manifestaron su interés en participar en este negocio González Camarena y Emilio Azcárraga, sin embargo, fue Rómulo O' Fárril quien se anticipó en la explotación comercial de un canal de televisión. “En 1950, se procedió a instalar en los pisos 13 y 14 del edificio de la Lotería Nacional, un transmisor de 5 kilovatios marca Radio Corporation of América”.<sup>5</sup> La primera emisión ocurrió el 26 de Julio de ese año de las 17 a las 19 horas; el día 29 se llevó a cabo el primer control remoto desde el auditorio del edificio de la Lotería con motivo del sorteo del periódico Novedades; en el mes de agosto se trabajó diariamente y el 31 de ese mismo mes se inauguró la primera televisora comercial de México y América Latina, XHTV – canal 4. “La ceremonia tuvo verificativo por la noche, en el salón principal del Jockey Club del Hipódromo de las Américas. El titular de la Secretaría de Comunicación Agustín García López, hizo la declaratoria oficial, sus palabras fueron: Hoy 31 de Agosto de 1950, en la ciudad de México y a nombre del Licenciado Don Miguel Alemán Valdés, declaro oficialmente inaugurada la primera planta de Televisión X. H. T. V. construida por la Televisión de

---

<sup>4</sup> **Enciclopedia de México Tomo XII.** 2da. Ed. México, 1977. Editorial Impresora Mexicana. Pág. 46

<sup>5</sup> Idem.

México, S. A.”<sup>6</sup>

A finales de 1950, se inició la fase experimental de X E W T V – canal 2, y a principios del 1951 salió oficialmente al aire. Así nació Televisión, en la avenida Chapultepec, en el edificio que se destinaría a Radiópolis.

En 1952 funcionaba ya además de los anteriores, X H L A T V de Matamoros y la planta de circuito cerrado a color de la UNAM.

El 10 de mayo de ese mismo año se inauguró oficialmente X H G C – canal 5, propiedad de González Camarena. Cuatro años después se planeaba instalar una repetidora (canal 6) que abarcaría el estado de Veracruz, parte de Oaxaca y posiblemente Villahermosa. “El 26 de Marzo de 1955, se conoció definitivamente la integración del Consejo de Telesistema Mexicano, S. A.”.<sup>7</sup> Tres días después apareció conjuntamente en los diarios la programación de los canales 2, 4 y 5.

En el '59 empezó a funcionar la emisora cultural X E I P N – canal 11. Diez años después un decreto presidencial se dispuso que ese canal se utilizara exclusivamente para emitir programas educativos, culturales y de orientación social, lo cual se sigue llevando a cabo. Fue así como Telesistema Mexicano se convirtió en la empresa más poderosa hacia finales de los 60's.

A partir de entonces, la Televisión mexicana avanzó a pasos de gigante. Telesistema lanzó voz e imagen hacia la provincia instalando retransmisoras,

---

<sup>6</sup> Mejía Prieto, Jorge. **La Historia de la Radio y la Televisión en México.** México, 1972. Colección México Vivo. Págs. 178 y 184.

<sup>7</sup> Ibidem. Pág. 190.

mientras se fundaban televisoras locales que realizaban meritorios y arduos esfuerzos. El número de receptores aumentó. Las familias de mayores posibilidades dotaron su hogar de diversos televisores.

Las familias que habían instalado un Televisor en la sala, acostumbraban dejar abierta la ventana, en parte para presumir de que tenían flamante receptor, y en parte para que aquellos que no lo poseían, gozaran del sensacional espectáculo.

El primero de Septiembre de 1967, fecha memorable de la Televisión en México, debido a que la proyección de colores se convirtió en espléndida realidad, transmitiéndose “en vivo” el informe presidencial del Licenciado Gustavo Díaz Ordaz. La sensacional transmisión cromática se hizo simultáneamente por los canales 2, 4, 5, 7 y 9 de Telesistema Mexicano, S. A.

En 1968 “El canal 8 costado por capitalistas regiomontanos, inició transmisiones de prueba a todo color”.<sup>8</sup>

En el '68 se inauguró X H D F T V – canal 13, cuya concesión se había otorgado a Francisco Aguirre. Al principiar la década de los setentas advino el VideoTape,<sup>9</sup> que al permitir grabar previamente programas y acontecimientos importantes, dotó a la televisión de mayor eficacia y funcionalidad: se suprimieron muchos errores propios de las transmisiones en vivo, se pudieron conservar programas estelares y eventos históricos con todo su realismo y

---

<sup>8</sup> Ibidem. Pág. 193.

<sup>9</sup> Ibidem. Pág. 191.

emotividad. Es inolvidable la jornada futbolística de Junio de 1970, cuando se efectuó el Campeonato por la Copa del Mundo. La imagen de México vibrante y hermosa se proyectó al Mundo gracias a la magia moderna de la Televisión.

Se abrió, además, un gigantesco mercado para telenovelas y otro tipo de series, en los países del extranjero a donde la señal de las televisoras mexicanas no puede llegar en los mismos años sesenta. Las telenovelas tomaron un auge que perdura hasta el presente.

“En Marzo de 1972, el gobierno mexicano a través de la gran empresa SOMEX adquirió las acciones del Canal 13, el cual trabajaba en forma autofinanciable buscando un contenido cultural, social, histórico y de orientación en sus programas”.<sup>10</sup>

En 1973 Telesistema Mexicano y televisión Independiente de México se fusionaron en la organización Televisa, con el objetivo fundamental de programar, producir y coordinar las actividades de los canales 2, 4, 5, y 8. Los objetivos de dicha sociedad eran: mejorar la calidad de los programas, dotarlos de un alto contenido humano y social y cumplir con la idoneidad, la delicada misión de divertir, informar y orientar veraz y oportunamente al pueblo mexicano.

¿Programas malos y simples?, claro que los ha habido, pero también series excelentes y transmisiones de gran resonancia. Las cámaras de México han acompañado a los mandatarios en sus misiones por el extranjero. La

---

<sup>10</sup> Ibidem. Pág. 194.

población mexicana ha sido testigo audiovisual de sucesos mundiales filmados, tan impresionantes como los asesinatos del Presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy y de su hermano el Senador Robert Kennedy, así como del homicidio en vivo de uno de los presuntos asesinos.

El mundo ha presenciado el momento justo de haberse realizado los lanzamientos de cohetes y naves interestaciales. Los ojos de la mayoría de las personas, han tenido el privilegio de viajar a la luna.

Mientras tanto, la Televisión mexicana, tiene programas de tipo informativo, que de manera ágil, amena y sencilla, mantienen al tanto a los televidentes de lo más importante que acontece en la superficie terrestre.

Nadie podrá negar, si procede con ecuanimidad, que la Televisión mexicana en la actualidad; por su variedad inmensa, se ajusta a muy diversos gustos y solicitudes, brindando al televidente la saludable opción de elegir el programa que mayormente le interese.



## **CAPITULO 3.**

### **IMPERIALISMO CULTURAL.**

En el presente capítulo se expone el Imperialismo Cultural que están ejerciendo los Medios Masivos de Comunicación, en especial la Televisión, del impacto que está cobrando en el estilo de vida de cada uno de los Televidentes, de la desvinculación que existe entre la Televisión y la educación formal que el niño recibe, no sin antes abordar la importancia de la Televisión y el papel que desempeña este medio en la actualidad.

#### **3.1 LA IMPORTANCIA DE LA TELEVISION.**

La Televisión es el resultado de uno de los rasgos más característicos del ser humano: Su insaciable curiosidad. El hombre siempre ha soñado con la posibilidad de poder hallarse simultáneamente en dos sitios, de poder darse cuenta de lo que ocurre en distintos sitios al mismo tiempo. Lo que el hombre soñaba y anhelaba era la Televisión, pero antes de inventar esa caja mágica tuvo que adquirir conocimientos en muchos campos: Óptica, Magnetismo, Astronomía, Química, Electrónica y otras disciplinas más. La Televisión no surgió por arte de magia; tardó varios siglos en hacer su aparición, y requirió del conocimiento y del esfuerzo conjunto de miles de hombres en diversos países del orbe.

Hoy en día, son numerosas las familias que poseen un Televisor. Baste encenderla para ver un juego de fútbol, una corrida de toros, una película, una obra teatral o elegir entre una gran diversidad de programas.

Para la mayoría de la gente, la Televisión significa entretenimiento y la ocasión de presenciar importantes acontecimientos mundiales como las guerras y las catástrofes naturales, y también otros como los certámenes de belleza, los lanzamientos de cohetes espaciales o los eventos deportivos como los juegos olímpicos, los campeonatos mundiales de fútbol, los cuales se siguen prácticamente en directo.

*“Sin embargo, además de divertir la Televisión tiene muchos otros usos industriales y comerciales; tareas todas ellas, que se realizan con suma eficiencia. Por ejemplo, en las grandes fábricas se emplean los aparatos de Televisión para vigilar partes de máquinas que se localizan en lugares peligrosos; en los hospitales se utiliza la Televisión para que los estudiantes de cirugía puedan ver de cerca como se opera; los hombres de ciencia usan la Televisión para observar lo que ocurre en lugares muy pequeños, como es el caso del interior de un tubo que esta siendo soldado; los laboratorios de investigaciones atómicas recurren a la Televisión para seguir de cerca los experimentos con sustancias químicas que pueden resultar peligrosas”.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> De la Torre Zermeño. De la Torre Hernández. Op cit. Pág. 165.

La Televisión ofrece inmensas posibilidades en materia de comunicación y sería una lastima dedicarla exclusivamente a llenar los ratos de ocio. Uno de los objetivos principales de la pequeña pantalla es informar e instruir. El primero queda a cargo de los espacios informativos y de los programas de actualidad. La importancia de la Televisión a éste respecto es tal que no se concibe una campaña electoral sin discursos ni debates televisivos. La Televisión como se ha observado hace partícipes de los hechos que suceden en el mundo, ya sean dramáticos o afortunados, a quienes viven lejos de los escenarios donde tienen lugar.

Como ejemplo de lo expuesto, los espectáculos difundidos por la Televisión son contemplados por millones de personas. Una obra de teatro retransmitida el sábado por la noche cuenta con quince millones de espectadores: harían falta treinta años de éxito ininterrumpido en una gran sala para llegar a tan numeroso público. La película del domingo por la noche debería exhibirse durante diez años en un cine para que pudieran verla el mismo número de espectadores.

En definitiva la Televisión es uno de los más complejos y fundamentales medios de comunicación que ha conocido jamás el hombre.

### **3.2 LA TELEVISION EN LA ACTUALIDAD.**

En la actualidad el ser humano se desarrolla dentro de un contexto de mundo

global, marcado por la influencia de la tecnología, de la informática y de la electrónica; vive saturado por las nuevas tecnologías y los medios de comunicación masivos.

Actualmente la Televisión y la computadora son instrumentos de uso común presentes en la vida diaria, influyen en el lenguaje, en la educación, en el entretenimiento y en infinidad de actividades del ser humano; y a través de estos medios de comunicación e información, el hombre actual está en contacto con su entorno y con el mundo.

En el noventa por ciento de los hogares mexicanos hay un receptor de Televisión, ya sea en color o en blanco y negro, capaz de recibir las emisiones de uno o de varios canales. Todas las categorías profesionales y todas las clases sociales se benefician, pues, de los mismos programas y, si lo desean, de las mismas distracciones. La población entera puede conocer en el mismo instante una noticia que anteriormente hubiera tardado días o meses en difundirse. En este sentido, la Televisión ha dado lugar a un nuevo fenómeno: la comunicación de masas.

La Televisión está presente no solamente en México, sino en todas las partes del planeta, no respeta edad, sexo o posición social; todos los días las personas conviven con ella. Las veladas familiares ya no son lo que eran. Incluso las fiestas tradicionales, en las que los comensales se reúnen en torno a la mesa, son hoy de distinta naturaleza. A ellas asiste un convidado más, a veces un entrometido: La Televisión. Esta puerta abierta al mundo, si bien

permite al ser humano asistir en directo a todos los grandes acontecimientos, distraerse, informarse e incluso cultivarse, también puede aislarlo y apartarlo del mundo, por eso los humanos deben de aprender a convivir con ella.

Sin duda alguna la Televisión constituye un elemento muy importante en la vida cotidiana. Las personas están tan acostumbradas a ella que inclusive le consideran como parte de la familia, pero lo más curioso es que resulta ser el miembro más relevante, ya que habitualmente se le ha introducido en el hogar para concederle el lugar favorito (porque no se le coloca en cualquier parte); por lo general las personas la ubican en el lugar más cómodo y confortable que encuentran. Esta presente en todas las conversaciones y decisiones de la familia.

“Las amas de casa donde está instalada lloran y ríen con las series televisivas, y los esposos se enfadan con el árbitro cuando señala un penalty, llegando a insultarlo, aunque sea un partido de fútbol en diferido”.<sup>2</sup>

Los adolescentes visten a lo Belinda y los niños juegan a emular a los Increíbles o el Hombre Araña que han visto recientemente.

“Nos dicta normas de conducta, nos enseña el lenguaje que debemos hablar, lo que debemos comprar, la ropa que debemos vestir, los juguetes con los cuales deben jugar nuestros hijos, y como debemos divertirnos”.<sup>3</sup>

---

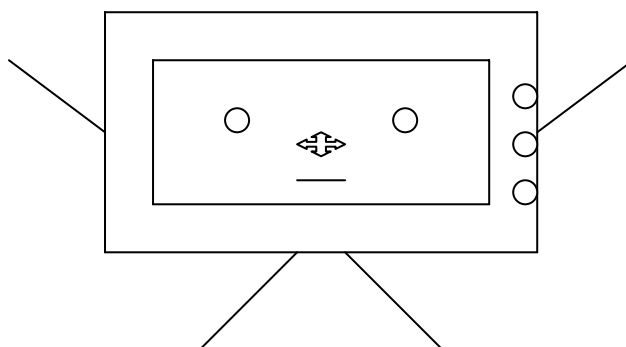
<sup>2</sup> Sansano, Ricardo. **La Televisión Peligrosa**. Barcelona, España, 1991. Editorial Clie. Pág. 78.

<sup>3</sup> Ibidem. Pág. 72

Ante este aparato electrónico todo ser humano ha de guardar silencio para oír su voz, lo más absurdo es que las personas lo hacen, y todavía se atreven a decir que es el ser humano quien controla la televisión, cuando es ella la que lo manipula: No en vano la han llamado “El Jefe Fantasma”.

Esto significa que la televisión viene a modificar el estilo de vida de las personas, porque inconscientemente asimilan e incorporan todo lo que ella les ofrece, como comenta Ricardo Sansano: Nos dice como debemos vestir, hablar, jugar, etc., también nos señala con que debemos limpiar nuestra casa, el auto que debemos comprar, lo que debemos comer, adonde ir de vacaciones, etc. A la Televisión se le denomina “Jefe Fantasma” porque modifica los patrones de conducta en una familia sin que esta se percate de ello.

Algunos caricaturistas han representado al Televisor con esta caricatura y la han comparado con un ser humano de la siguiente manera:



Tiene cabeza, porque sus circuitos interiores se asemejan a los del cerebro y recibe imágenes, al igual que lo hace el cerebro.

Tiene Ojos, que son las cámaras de Televisión que emiten al Televisor, y este las recibe, al igual que hace el cerebro, al recibir los estímulos visuales por medio de los ojos.

Tiene Lengua, garganta, cuerdas vocales y emite voz, porque su altavoz habla bien y fuerte.

Tiene Pies, porque es trasladado de una sala a otra de la casa, en una mesita de ruedas generalmente.

Tiene Boca, porque se alimenta de Electricidad. “Se enferma o estropea y es llevado en una ambulancia (furgoneta), a la clínica (taller de reparación) de donde saldrá curado o reparado para poder seguir viviendo, funcionando. En algunas ocasiones el médico, técnico en reparaciones, viene al domicilio y lo cura, repara allí mismo, porque la enfermedad no es grave”.<sup>4</sup>

Que alegría tienen todos los miembros de la familia, sobre todo los niños, cuando el Televisor está reparado y otra vez en casa, es el amigo que vuelve, al fin y al cabo el Televisor es un miembro más de la familia. Lo peor del caso es que esto es verdad, sobre todo cuando las personas están cansadas, tristes o preocupadas recurren a ella. Otras veces también se hace por falta de compañía, y esa es una de las razones por las que el niño busca tanto el Televisor. En algunos casos los adultos están tan entretenidos en sus asuntos que se olvidan de los niños. Otras veces se piensa que son un estorbo

---

<sup>4</sup> Ibidem Pág. 79.

y el niño no tiene otra alternativa más gratificante que refugiarse en su mejor amiga, la Televisión.

### 3.3 IMPERIALISMO CULTURAL.

La Televisión es una ventana abierta al mundo al facilitar el conocimiento de todos por parte de todos, la Televisión invita al acercamiento entre los hombres y las culturas separadas anteriormente por la distancia, el tiempo y la barrera del lenguaje, las distintas civilizaciones pueden hoy intercambiar con mayor facilidad información acerca de sus costumbres, su modo de vida, sus particularidades.

Resulta evidente saber que Estados Unidos ha ejercido dominación imperial en los países de América Latina, la palabra imperialismo designa: "La relación internacional en la que un país fuerte, metropolitano y central, un imperio que ejerce dominio sobre países débiles y *periféricos a los que toma como sus colonias*".<sup>5</sup> De los cuales México no queda exento.

Estados Unidos ha sostenido intercambio económico con México que se caracteriza por grandes desigualdades, mantiene al país como una fuente de materias primas y un mercado cautivo para sus productos manufacturados, México tiene que vender los primeros a precios bajos, y comprarle los

---

<sup>5</sup> Beltrán, Luis Ramiro. Et al. **Comunicación Dominada EE. UU. En los medios de América Latina**. 3ra. ed. México, 1981. Editorial Nueva Imagen. Pág. 27.



segundos a precios sumamente caros, además de que EE. UU., impone elevados aranceles y otras restricciones a las exportaciones mexicanas que llegan a su territorio, a la vez que exige aranceles bajos y ninguna restricción para los productos norteamericanos exportados a México.

Por si fuera poco, México contrae con EE. UU., deudas de gran magnitud, obteniendo préstamos a corto plazo con elevadas tasas de interés, y siempre está influyendo en las decisiones políticas del país. Es decir, México ha estado dominado, manipulado y subyugado a los caprichos de EE. UU., y lo peor de todo esto, es que México no puede desligarse de ese círculo vicioso en el cual se encuentra inmerso, dos razones poderosas son: El Petróleo y la Deuda Externa.

Es lógico esperar que una nación que ejerce influencia económica y política sobre el país, también ejerza una influencia cultural sobre él. Se entiende por cultura de acuerdo a Ralph Linton como “La herencia social de la Humanidad”.<sup>6</sup>

El término cultura es definido por el Diccionario Enciclopédico Bruguera de la siguiente forma:

*“Conjunto de elementos materiales e inmateriales de que cada sociedad dispone para relacionarse con el medio y obtener de él la subsistencia. Abarca técnicas, normas, pautas sociales y sistemas de valores, generados a través*

---

<sup>6</sup> Linton, Ralph. **Estudio del Hombre**. 2da. ed. México, 1972. Editorial Fondo de Cultura Económica. Pág. 38.

*del desarrollo histórico del grupo. Incluye: lenguaje, organizaciones, sistemas sociales, económicos, políticos, religiosos y tecnológicos; y todas las resultantes de actividades humanas no ingénitas (casas, alimentos, vestidos, máquinas, etc.)”.*<sup>7</sup>

En efecto “Dominación cultural denota un proceso verificable de influencia social por el cual una nación impone sobre otros países su conjunto de creencias, valores, conocimientos y normas de comportamiento así como su estilo general de vida”.<sup>8</sup>

De una forma u otra EE. UU., ha impuesto sus creencias, valores, conocimientos y normas de comportamiento que vierte a través de los medios masivos de comunicación, en especial por medio de la Televisión. Luis Beltrán expresa: “Es la comunicación de masas la que se ha convertido en el instrumento principal del imperialismo cultural de Estados Unidos y el que mayor auge cobra es sin duda alguna La Televisión”.<sup>9</sup> Lo anterior se sustenta en que: “Los principales inversionistas de la Televisión Latinoamericana han sido las tres redes nacionales de radio y televisión de Estados Unidos. Esas inversiones comenzaron en la Radio en la década de 1930 y desde 1960 continuaron en la Televisión”.<sup>10</sup> Actualmente la Televisión cuenta con un alto porcentaje de accionistas norteamericanos. La Televisión comercial está imponiendo en la juventud y en la niñez una cultura que no tiene nada que ver

---

<sup>7</sup> **Diccionario Enciclopédico Bruguera Tomo 5.** México, 1981. Editorial Bruguera. Pág. 582 y 583.

<sup>8</sup> Beltrán, Luis Ramiro. Et al. Op cit. Pág. 20.

<sup>9</sup> Ibidem. Pág. 30.

<sup>10</sup> Ibidem. Pág. 63.

con la mexicana. “La programación, en gran parte extranjera produce *transculturación* no participativa y destructora de valores autóctonos; el sistema publicitario y el uso abusivo del deporte en cuanto factor de evasión, lo hacen factores de alienación, su impacto masivo y compulsivo produce la desintegración de la comunidad familiar por aislamiento”.<sup>11</sup>

“El término *Transculturación*, también conocido como *Aculturación*, *Contactos Culturales* o *Préstamos Culturales*, se refiere cuando se adapta o incorpora una cultura ajena a la mexicana y que trae como consecuencia la destrucción de valores y costumbres”.<sup>12</sup>

En México, esa dominación cultural se manifiesta primeramente en el área fronteriza de Tijuana, Matamoros, Ensenada, Mexicali, Hermosillo, etc., ya que resulta palpable la influencia americana que impera en éstas ciudades, extendiéndose posteriormente al centro y sur de la República Mexicana, sin omitir los centros turísticos como Acapulco, Cancún, Puerto Vallarta, etc. Estos últimos están plagados de propaganda y gente extranjera a los que poco a poco, sin que los mexicanos se den cuenta, comienzan a imitar al grado de desplazar sus propias costumbres.

Aunado a toda esta *Transculturación* existen los sistemas de Satélite que vierten su señal por medio de las antenas privadas como Sky, Cablevisión, Ultravisión, señales que a través de su programación contribuye poderosamente a la propagación de este fenómeno.

---

<sup>11</sup> Ibidem. Pág. 17.

<sup>12</sup> Martín Sánchez, María Teresa. **El Hombre y la Cultura**. 17va. ed. México, 1988. Editorial Porrúa. Pág. 66.

Para corroborar todo lo expuesto, a continuación se analiza de manera superflua la influencia de la ideología americana en los diversos medios de comunicación y la tipología de los programas que se transmiten en Televisión, con la finalidad de esclarecer el tipo de cultura que se promueve por medio de ellos.

**REVISTAS.** La mayoría de las Revistas que se distribuyen en México y en América Latina, tienen contenido de la cultura, ideología y valores estadounidenses y son publicadas en Español por Editorial Televisa; entre ellas se mencionan: Cosmopolitan, Buen Hogar, Mecánica Popular, Almanaque Mundial, Men's Health, Marie Claire, Elle, Vogue, Vanidades, Tú, etc., son promocionadas por la Televisión. Todas estas revistas sugieren moda, deportes, música y hasta diversiones que no corresponden a la cultura mexicana.

Entre las revistas que se consideran que promueven la cultura, la política, la economía y aspectos de la sociedad de México, se encuentran: México Desconocido, Vértigo, Muy Interesante y Proceso.

Por otro lado, están las tiras cómicas que también juegan un papel importante en la penetración cultural y cuya incidencia reside primordialmente en la infancia mexicana; en la actualidad, el principal editor de revistas de historietas para América Latina es Marvel Characters, Inc., cuya distribución y difusión de millares de ejemplares corresponde a Editorial Televisa. Entre las

principales historietas, se encuentran: The Spectacular Spider Man, Amazing Spider Man, Ultimate Fantastic Four, X- Men, Wolverine, Daredevil, Avengers, etc.

**MUSICA.** No se puede negar que la Música también sea un instrumento para ejercer dominación cultural en México. Abunda el imperio de los Discos Compactos, por medio de los cuales cada día se popularizan Madona, Michael Jackson, Britney Spears, Jessica Simpson, Cristina Aguilera, Lenny Kravitz, y ritmos como el Hip Hop, Rap, Rock and Roll, etc. Los jóvenes y niños no sólo se conforman con obtener sus discos, sino que desean ser como ellos. Carlos Monsivaís comenta: “Lo típico ha quedado en los vaivenes de Televisa y los palenques, y las muchedumbres que desean aprender inglés, que oyen exhaustivamente rock o música disco, que ajustan sus ideas de juventud y vida coetánea a la moda norteamericana, son nacionalistas a su modo”.<sup>13</sup>

**TELEVISION.** “Más del 50% del total de las películas cinematográficas que se presentan en la región proceden de los Estados Unidos”.<sup>14</sup> Pero esto no solamente ocurre en las salas cinematográficas, la mayoría de los canales que se proyectan en la República Mexicana, presentan un mayor porcentaje de películas americanas, basta con dar un vistazo a los canales de Televisión abierta que llega a nuestro Estado, el Canal 5, el Canal 7, el Canal 13. En la Televisión privada o de paga, - como popularmente se le conoce - la afluencia de películas americanas es mayor, puesto que la mayoría de los Canales que se proyectan son de ese país.

---

<sup>13</sup> Monsivaís, Carlos. “**Las Tribulaciones del Nuevo Nacionalismo**”. En Revista Mensual Nexos N° 50 Febrero, 1982. Pág. 18.

<sup>14</sup> Beltrán, Luis Ramiro. Et al. Op cit. Pág. 33.

Los dibujos animados y las series de aventuras son sin duda, los programas infantiles por antonomasia de la Televisión Nacional. Su transmisión en Televisión abierta esta a cargo de los Canales 5 y 7; y por Televisión de Paga, en los Canales 36 Jetys, 161 Nickelodeon, 162 Fox Kids, 163 Cartoon Network, 164 Zaz Movie Park, 165 Disney Channel, 166 Magic, 167 Boomerang, etc. Los canales de Televisión abierta dedican todo el horario diurno, vespertino y parte del nocturno a la transmisión de los programas mencionados. En la Televisión de paga, la emisión de estos programas de dibujos animados y de aventuras se transmite las 24 horas.

Este tipo de programas fomentan las fantasías tanto de niños como de adultos, a través de un tipo de entretenimiento basado en estereotipos de acción, que constituyen francas evasivas de la realidad. Dichos estereotipos proporcionan conductas y situaciones ajenas al contexto mexicano.

Habría que subrayar, además que la totalidad de las series de acción, así como de caricaturas, son producidas en Estados Unidos de Norteamérica y en Japón.

Enrique Sánchez Ruiz<sup>15</sup> llevó a cabo una investigación con una muestra de 925 alumnos de Sexto grado de primaria en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. Dicha investigación se realizó con la finalidad de conocer qué grado de conciencia tienen los niños sobre el papel de inducción al Consumo que cumplen los anuncios comerciales.

---

<sup>15</sup> Sánchez Ruiz, Enrique. “**Dime que ves y te diré qué Consumes**”. Revista del Consumidor. N° 125. Pág. 18.

Los resultados de dicha investigación arrojaron que los programas preferidos de los niños son los de aventuras, policíacas con características detectivescas. En cuanto al Canal de Televisión que más veían, casi la mitad de los niños indicó que el Canal 9, repetidor en Guadalajara del Canal 5 de la ciudad de México. Uno de los atractivos de éste Canal, en el año de 1984, tiempo en el que se realizó la investigación era que transmitía las caricaturas y las series norteamericanas de moda. Lo cual sucede actualmente con más auge, en el país.

“Además, un 5.6 % de los niños cree que los programas americanos de aventuras muestran mejor lo que sucede en el mundo, y otro 5.3 % piensan así de las películas”.<sup>16</sup> De lo expuesto se desprende que:

a).- La Televisión mexicana incluye programas agresivos, violentos y dramáticos, comprendidos bajo el nombre genérico de aventuras, más que culturales, educativos y de diversión.

b).- Los niños mexicanos prefieren marcadamente los programas de “aventuras” a cualquiera de otro tipo.

c).- Los niños prefieren los programas norteamericanos. Esta preferencia es la responsable de que en las mentes infantiles se formen

---

<sup>16</sup> Ibidem. Pág. 19.

estereotipadas imágenes sociales, económicas y políticas que deforman a México.

Lamentablemente también en los programas de entretenimiento se vierten grandes cantidades de ideología extranjera. Los chistes que se cuentan, la falsedad con la que cada cual relata lo bien que le va en su último espectáculo, los peinados y las modas que se presentan; todo eso se mueve dentro de unos esquemas endemoniadamente burgueses. Los pocos programas humorísticos de carácter nacional con concepciones extranjeras son: El Chavo del Ocho, La Parodía, La Familia Peluche, El Privilegio de Mandar, etc., el resto de la programación la ocupan las Telenovelas las cuales carecen de calidad y fundamento.

Las noticias que se transmiten vía televisiva, tampoco están exentas del dominio cultural que ejercen los Estados Unidos en el país. A pesar de que México tiene dos agencias de noticias nacionales, el 90% de las noticias internacionales son proporcionadas por AP, UPI y AFP. Luis Beltrán expresa: “Por lo menos las dos terceras partes del tráfico de noticias relativas a la región están a cargo de la UPI y la AP y abarcan todos los sentidos: De América Latina hacia Estados Unidos y el resto del mundo, y viceversa, así como dentro de la misma región”.<sup>17</sup> Aunado a lo anterior, las agencias reciben material fotográfico de la NBC y la CBS.

---

<sup>17</sup> Ibidem. Pág. 33.



El flujo tanto nacional como internacional de noticias hacia el país, está controlado fuertemente y en todas las direcciones por las Agencias norteamericanas. A pesar de que estas empresas operan bajo criterios comerciales, parece que llevan a cabo una distorsión de la información más desde el punto de vista político que comercial.

Al respecto Chavez señala: “La acción de las Agencias norteamericanas de noticias no tienen como principal objetivo el informar al público norteamericano, sino influir en otras sociedades mediante un proceso permanente de interpretar las realidades de dichas sociedades desde el punto de vista de los intereses norteamericanos”.<sup>18</sup>

**PUBLICIDAD.** No se puede soslayar este tema, debido a que es una pieza sumamente importante en el imperialismo cultural que ejercen los Estados Unidos en el país, ya que por medio de ella se manipula la mentalidad de los televidentes para lograr que adopten sus ideas y su estilo de vida, haciéndoles creer que sus productos son superiores a los de México; el término manipular quiere decir: “Dirigir a su antojo a una persona o grupo para que hagan lo que uno desea”.<sup>19</sup>

Numerosos estudios prueban que los principales consumidores de la Televisión publicitaria son los niños. Entiéndase por Televisión Publicitaria: “A

---

<sup>18</sup> Chavez Maury, Alfonso. **¿Por qué mi hijo no Aprende?** 3ra. ed. México, 1989. Edit Edamex. Pág. 46.

<sup>19</sup> **Diccionario Enciclopédico Larousse.** 42va. reimp. México, 1985. Editorial Larousse. Pág. 392.

todos los medios de ejercer influencia, de hacer que la gente crea y actúe del modo en que lo desea el publicista. Son técnicas para amplificar el poder y el alcance de las palabras del usuario del medio, para que tenga una voz más potente en la conducción de los asuntos humanos”.<sup>20</sup> En pocas palabras, son medios impersonales para manipular a otras personas.

El público se acostumbra así a recibir esos mensajes bien elaborados y motivantes y a responderlos, lo cual constituye el objetivo final del anunciante. Es decir, que los métodos de persuasión pretenden que los miembros de una sociedad respondan mecánica y automáticamente ante una determinada imagen o concepto con el que se identifican y cuya finalidad es la adquisición del producto anunciado o su adhesión a la idea manejada.

Al dirigir sus mensajes, muchas veces los publicistas tratan de llegar, no directamente al comprador, sino a la persona que influye en él; por ejemplo: En una familia, los padres eligen una marca de cereal por su contenido nutritivo, pero quizás sea el niño quien determine la compra al seleccionar una marca que ofrece un juguete como premio. De esta manera se observa la incidencia de la Publicidad Televisiva en los niños, puesto que los comerciantes encuentran en ellos un medio seguro para incrementar sus ganancias, se aprovechan de su inocencia y credulidad debido a que los infantes son sumamente vulnerables a los engaños verbales que les lanzan los anunciantes de Televisión, además de adiestrar a un importante sector de consumidores y

---

<sup>20</sup> Philip H., Phenix. **Educación y Sociedad**. México, 1969. Editorial Pax. Pág. 67.

futuros compradores, aficionándolos desde temprana edad a preferir determinadas marcas de productos.

“De las 170 agencias que operan en México, sólo 4 son completamente mexicanas, las restantes dominadas por compañías estadounidenses controlan el 70% del negocio de publicidad que financia la Prensa, la Radio y las Cadenas de Televisión del País. Se gastan anualmente en México casi 500 millones de dólares en publicidad, de los cuales 400 millones son manejados por once agencias estadounidenses”.<sup>21</sup>

De lo anterior se desprende que los productos que son promocionados por la Televisión, son de procedencia extranjera, cuya finalidad no sólo es satisfacer las necesidades y deseos de la población mexicana, sino crearlos y mantenerlos con innovaciones constantes tanto en la presentación como en el contenido de los mismos, creando de esta forma un hábito de consumo.

Como ejemplo de lo expuesto, se puede analizar a los pañales desechables que hoy en día han inundado el mercado con innovaciones constantes y cuyos mensajes hablan sobre las grandes ventajas de la absorción instantánea y el diseño perfecto - incluso - para bebés de uno y otro sexo.

---

<sup>21</sup> Beltrán, Luis Ramiro. Op cit. Pág. 68.

Beltrán afirma: “Más del 50% de la publicidad televisada, se dedica a cosméticos, alimentos no esenciales, detergentes y otros artículos de supermercado, siendo la gran mayoría de éstos productos fabricados por empresas transnacionales”.<sup>22</sup>

De una encuesta realizada a Jóvenes de nivel Secundaria de la localidad, sobre cuál de los anuncios que se transmitían por Televisión les gustaba más, se obtuvieron respuestas favorables, a 3 grandes corporaciones transnacionales. En primer lugar a: Rexona Teens, con sus comerciales “Las cosas que te hacen transpirar y los Jugadores sudan los aficionados no”; en segundo lugar a: Coca Cola con sus variados comerciales; y en tercer lugar a: Nike con su comercial “Joga Bonito”

“Alfonso Chávez, en su libro **¿Por qué mi hijo no Aprende?**, cita un estudio realizado por Shenkel, quién después de analizar los programas de Televisión de México, llegó a las siguientes conclusiones:

a).- Domina los contenidos triviales, cuya función es proporcionar entretenimiento en general de poca calidad.

b).- Se advierte una casi total ausencia de programas formativos, lo que contrasta con grandes volúmenes de crónica roja y telenovelas donde abunda el sentimentalismo y se presenta un mundo lleno de irrealidad y seriales en las que predominan la violencia y el crimen.

---

<sup>22</sup> Ibidem. Pág. 68.

c).- Ni en cantidad ni en calidad la Televisión refleja adecuadamente las realidades políticas, sociales y económicas del país.

d).- Los contenidos toman como referencias los intereses de las clases de mayor poder adquisitivo y privilegian a la capital del país, en tanto los problemas del interior son postergados.

e).- Se aprecia una fuerte influencia extranjera en el contenido de este medio.

f).- Se fomentan los estereotipos procedentes de Estados Unidos.

g).- Los programas nacionales por su parte, tampoco contribuyen a dar una visión real del país, sino que a menudo deforman la imagen de México”.<sup>23</sup>

Como colorario se puede decir que la publicidad Televisiva se ha convertido hoy en día en un instrumento básico para crear o estimular necesidades superfluas y aumentar el consumo de productos entre los miembros de una sociedad. Para lograr lo anterior, las técnicas publicitarias utilizan métodos de persuasión que apelan a motivaciones inconscientes del público: Necesidades, instintos, frustraciones, anhelos reprimidos, temores, tensiones, etc. Por ello es el medio más eficaz para ejercer el imperialismo cultural.

### **3.4 ACULTURACION PROMOVIDA POR LA TELEVISION.**

En el año de 1993, un periódico local acusaba a la Televisión mexicana de promover programas que no obedecen a intereses nacionales, además de

---

<sup>23</sup> Chavez Maury, Alfonso. Op cit. Pág. 46 y 47.

estar contribuyendo a debilitar el núcleo familiar que ha caracterizado a los mexicanos, tales programas en ese momento eran: “Cristina” y “Sábado Gigante”.

El periódico exponía: “Los mexicanos estamos siendo víctimas de una avalancha de propaganda comercial y desculturizante a través de los medios masivos de comunicación, con la finalidad de socavar hasta sus mismos cimientos, los principios morales sobre los que se ha sustentado la nación, la sociedad y muy particularmente la familia”.<sup>24</sup>

En la actualidad nada ha cambiado, al contrario se ha agravado, puesto que en los canales que se proyectan en el país han aumentado los programas de procedencia extranjera, en especial de Estados Unidos como ha quedado asentado, cuyos efectos en los televidentes son palpables, dado el aumento que se ha suscitado en la población mexicana a imitar los valores, costumbres e ideología de los contenidos televisivos que observan, por ende, estamos ante el fenómeno ya descrito de la Aculturación.

Si la mayoría de la programación televisada corresponde al estilo de vida americano, por consiguiente, los ídolos y los héroes de los niños corresponden a éste

---

<sup>24</sup> Escudero Luis, Margarito. “Cristina y Don Francisco, parte de un proyecto macabro en nuestro país” **Periódico Diario del Istmo**. Coatzacoalcos, Veracruz, México. Diario del Istmo. 4 de Marzo de 1993. Págs. 7 y 8. Año 14 Núm. 5010.

prototipo, por lo tanto, es lógico pensar que si los niños admiran a estos personajes, quieran ser como ellos (fuertes, poderosos, invencibles, famosos, etc.); ¿Cómo?, imitándolos. No se debe pasar por alto que una de las formas de aprendizaje durante la infancia es por medio de la imitación, por ello, los niños desearan vestirse, peinarse y divertirse como sus ídolos o héroes, es decir; querrán pensar y actuar como ellos. Verbigracia: Los niños prefieren en el desayuno una hamburguesa de Burguer King, la cual viene aparejada a la figura de King Kong como obsequio, o una hamburguesa de Mc. Donalds, con la figura de “Los Increíbles”, a una ensalada de frutas; de igual forma prefieren tomar un vaso con Coca Cola anunciado por los Jugadores de la Selección de Fútbol de México, o por obtener una taparosca para poder adquirir “Los Cabezones de Coca Cola”, en lugar de tomar un vaso con jugo de naranja natural; y las niñas quieren imitar en todos los aspectos a las “Bratz”, o poder bailar y vivir al estilo de Madona.

Al respecto Alfonso Eurasquin comenta: “Muchos padres encuentran serias dificultades para convencer a sus hijos de que es mucho más sano desayunar unas buenas rebanadas de pan con mantequilla y un vaso de leche, que la última porquería sintética, eso sí, regala cromos de la serie de moda de la Televisión”.<sup>25</sup>

Resulta evidente vislumbrar como los niños prefieren las Hamburguesas de Mc Donalds, la Coca Cola, la Pepsi Cola, las Pizzas, el Pollo Kentucky Fried Chicken acompañado de la salsa catsup, en lugar de los tradicionales tamales,

---

<sup>25</sup> Eurasquin, Alfonso, Et al. **Los Teleniños**. España, 1981. Editorial Laia. Pág. 150.

frijoles, tortillas, tacos o atole de origen mexicano. Los niños están cambiando sus huaraches o alpargatas por los Tenis Nike o Addidas, lo mismo sucede con la vestimenta, ahora prefieren las playeras con reproducciones de los héroes, o la imitación de las que éstos usan en sus filmes.

Algo similar sucede con los juguetes, aparte de querer imitar a sus héroes infantiles (famosos, guapos, fuertes, rubios y altos); el niño mexicano también desea adquirir los juguetes que son anunciados por medio de la Televisión. La mayoría de los juguetes publicitados reiteran los componentes de pasividad, tal como lo apunta Alfonso Eurasquin en la siguiente aseveración: “Se trata de juguetes altamente sofisticados, automatizados, que no se adaptan en absoluto a las exigencias de las etapas de desarrollo infantil, y que sitúan de nuevo al niño en la contemplación y no en la acción”.<sup>26</sup>

La anterior aseveración se encuentra sustentada en unas entrevistas llevadas a cabo por J. Aparicio y M. Vázquez, a cuatro psicólogos, quienes realizaron un análisis sobre El Juego y El Juguete publicadas en numerosos artículos periodísticos, razonamientos adoptados, incluidos y expuestos por Alfonso Eurasquin en su obra intitulada “Los Teleniños”.

El Televisor no sólo despoja del tiempo libre y enajena la imaginación de los niños mexicanos, sino que también les induce la conciencia de inferioridad en una situación de dependencia admirativa con respecto a los héroes de la pantalla chica, lo que dará lugar por una parte, a un menosprecio de sus

---

<sup>26</sup> Ibidem. Pág. 148.



propias tradiciones lúdicas, pues le puede resultar aburrido jugar a las escondidas o a la matatena; en otras ocasiones optará por abandonar sus juegos tradicionales, pudiendo desencadenar en ellos la frustración por la imposibilidad de reproducir los modelos. Aunado a esto, para un escolar la práctica de cualquier modalidad de atletismo o natación que le alejase de la Televisión no le resulta fácil, debido a la escasez de instalaciones públicas en el país y a que muchas veces las existentes no siempre están a disposición de cualquier estrato social.

Lo mismo ocurre con la música, los niños se identifican mayormente con Madona, Robbie Williams, Black Eyed Peas, etc. Resulta bochornoso observar como en las fiestas de fin de curso el Jarabe Tapatío es desplazado por la música de los artistas extranjeros mencionados.

Mercedes Charles aplicó un sondeo exploratorio en base a un cuestionario abierto a 341 niños de sexto año de primaria en la ciudad de México; en los resultados arrojados por el cuestionario, se pudo apreciar una mayor identificación por parte de los niños hacia los héroes de Televisión que a los héroes nacionales.

La misma autora señala: “Ciertamente es más plausible la posibilidad de que los niños imiten y se identifiquen con Flans, Menudo o Timbiriche, que con Doña Josefa Ortiz de Domínguez o con Benito Juárez”.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Charles C. Mercedes. **Nacionalismo y Educación, una relación conflictiva.** Revista Cero en Conducta N° 111 y 112. Pág. 103.

También en la referida investigación que realizó Enrique Sánchez Ruiz,<sup>28</sup> a 925 alumnos de sexto grado de primaria de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, los niños identificaron rápidamente a Lucía Méndez, mientras que desconocían a Heberto Castillo y Fidel Velásquez.

Todo lo expuesto se debe a la estrategia global llamada “Teleadicción”, en este sentido no se puede negar que la Televisión se convierte en un factor especialmente amenazador del empobrecimiento cultural de los escolares. Si bien es cierto que la Televisión presenta muy buenos, -aunque escasos-, programas y spots publicitarios donde le ilustran al Teleauditorio las costumbres y tradiciones mexicanas, también lo es que en su mayoría bombardea a los televidentes con las costumbres, tradiciones, valores y una gran cantidad de productos extranjeros de segunda o de tercera necesidad, haciéndolos pasar como si fueran artículos de primera necesidad, teniendo éstos últimos mayor incidencia y repercusión en la población mexicana, germinando y desarrollando en ellos el fenómeno de la aculturación.

---

<sup>28</sup> Sánchez Ruiz, Enrique. Op cit. Pág. 20.

### 3.5. DEONTOLOGIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

*La prohibición ética y jurídica de comunicar  
el mal no es una limitación de la libertad  
informativa, sino que el mal es incomunicable,  
no es difusivo, no es información (...)  
En términos éticos diríamos que la información  
Es un bien y el bien, es por sí, difusivo.  
JOSE MARÍA DESANTES.*

La amplitud del poder de manipulación que poseen los medios de comunicación social, en especial la Televisión, y el ser un producto de la sociedad que escapa a su propio control comporta el hecho de que la acción humana del profesional comprometido en ellos adquiera unos poderes de influencia y extensión que pueden ir más allá de las previsiones del mismo sujeto y que sin duda posea un alcance que exige una nueva forma de responsabilidad. Detrás de los medios de comunicación social se encuentra toda una realidad no sólo técnica, sino social y ética. A causa de los medios de comunicación social está naciendo un nuevo tipo de hombre, de sociedad y de cultura; ésta última denominada Cultura de Masas.

La “Cultura de Masas”, conocida también como Cultura Popular, puede ser definida como: “Un conjunto de ideas y pautas de conducta compartidas entre los integrantes de una sociedad”.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Cuevas G. Salmones, Ma. De Lourdes. **Teoría de la Comunicación**. 3ra. ed. Xalapa, Ver., 1995. Editorial S.E.C. Pág. 127.

La cultura de masas busca en la sociedad contemporánea un lugar concreto y que compite con la cultura tradicional como forma de adquisición de conocimientos para gran cantidad de personas. En la formación de esta cultura de masas, influyen poderosamente los medios masivos de comunicación, cuyo desarrollo tecnológico y electrónico les permiten asumir cada día un papel más importante como el gran aparato productor, reproductor y emisor de imágenes y sonidos que convierten al individuo en un simple espectador ante el cúmulo de mensajes emitidos por una minoría que busca un fin determinado.

En la cultura de masas, los gustos del público determinan la naturaleza de la producción y la popularidad y la aprobación popular se vuelve normas morales y estéticas dominantes en el arte y, más tarde, en la vida.

Dada la capacidad y magnitud de influencia de los mass media y preponderantemente de la Televisión en los individuos y en la sociedad, la importancia de una ética que tienda a crear una responsabilidad moral sobre todo lo que se habla, se dice, se escriba o publique, tiene mayor relevancia en la actualidad, puesto que estos medios hacen del mundo una "Aldea Global".

Como todo elemento configurador de la sociedad, sea éste económico, social, político o cultural, dejado a la propia dinámica interna no garantiza que sirva para desarrollar una sociedad más plena y más humana. Necesita enraizarse y orientarse en el sentido humano.

Los medios de de comunicación no son ajenos a esta realidad y exigencia. Guiados exclusivamente por la lógica técnica y social de sus propias fuerzas e intereses, pueden constituirse fácilmente en elementos socialmente amenazantes y disgregadores. Enraizados y configurados por un excedente de humanización -dimensión ética-, pueden ayudar a la construcción de una sociedad más plenamente humana.

La reflexión ética es la que confronta la realidad de estos medios de comunicación con la dignidad y derechos de la persona, analiza los derechos – libertad, información, etc.- por los que ha de regirse y se traduce en unas normas o códigos deontológicos que le sirven de balizas de recta orientación.

Cada profesión ha desarrollado, en el transcurso de los años, una cierta idea del honor profesional y ciertas reglas de deontología, por ende, la que corresponde a los mass media no esta exenta. La deontología se define como: “La ciencia que trata de los deberes que hay que cumplir, es decir, las normas de ética profesional que se encuentran explícitas en los códigos de conducta y a las que los profesionales de los medios de comunicación están sometidos y obligados a su cumplimiento en conciencia”.<sup>30</sup>

Las reglas de deontología sirven para proteger los intereses materiales y morales de la profesión con respecto a los propios medios y al público.

---

<sup>30</sup> Ibidem. Pág. 133.

La deontología debe, además, impedir todo abuso de los profesionales sobre los privilegios inherentes a su profesión. Por otro lado, resulta indispensable en la mayor parte de los casos para garantizar a los profesionales de los medios de comunicación la posición económica y social necesarios para el ejercicio de la misma en buenas condiciones.

Los principios deontológico profesionales que aparecen como denominador

común en la gran mayoría de los códigos de los medios de comunicación son: Dignidad, lealtad, corrección de errores; derecho al honor, intimidad y vida privada; derecho a la libertad de información; servicio de los profesionales de la comunicación a los intereses del público; igualdad de tratamiento y evitar hacer publicidad y propaganda; no al sensacionalismo y pornografía; distinguir las noticias de su comentario; cláusula de conciencia y respeto por las instituciones sociales; los nombres y las fotografías de los jóvenes delincuentes o procesados no deben aparecer en los medios de comunicación social; el comunicador dada la índole de su profesión, debe contar con una formación universitaria sólida, que debe mantener permanente a través de un reciclado o formación continuada; por último, los periodistas deben ser los primeros defensores y servidores de la justicia social, de los derechos humanos, de la libertad de expresión, de la seguridad y unidad nacional, de los valores humanos y de la paz.

Entre los problemas éticos más sobresalientes se encuentran los siguientes: Tergiversación de los hechos en los relatos noticiosos; negación de

información al público y omisión de informaciones; manipulación de opinión; explotación de los bajos instintos; sensacionalismo; cesión de la independencia del periodista o del medio frente a grupos de presión; deslealtad del periodista con el medio, con las fuentes de información, con sus colegas y con el público; incompatibilidades profesionales.

De lo anterior se desprende que existen algunos puntos de convergencia que se pueden expresar así:

a).- Una información ética es aquella que no exalta, ni mucho menos magnifica la violencia en ninguna de sus manifestaciones, al contrario, la rechaza.

b).- Una información ética es aquella que asume la paz como actitud, es decir, como convicción interna por parte del informador y del medio informativo.

c).- Una información ética es, de esta forma, sinónimo de paz, justicia y libertad.

Tal como se ha establecido la sociedad actual suele ser conocida como la sociedad de comunicación, la sociedad de la información o, simplemente, la sociedad informatizada, dando con ello a entender que su rasgo dominante no es otro sino la creación, el procesamiento y la difusión de la información. Más sin embargo, esta información viene aparejada de una irresponsabilidad en los contenidos puesto que contraviene ciertos cánones morales estatuidos en la sociedad del país. Por ello, es importante que los profesionales de estos medios y en especial los de la Televisión, asuman la responsabilidad y se

conduzcan dentro de las normas morales que se encuentran debidamente establecidas en la sociedad mexicana al momento de arrojar la programación a los televidentes, sobre todo la programación que le vierten al público infantil, puesto que éstos últimos junto con los jóvenes son el eslabón más importante para evitar la disgregación en el núcleo familiar y en donde sino se tiene especial cuidado puede germinar la deshumanización que encaminaría a la sociedad mexicana al colapso.

### **3.6. VALORES QUE PROMUEVE LA TELEVISION.**

Los valores, a razón de la importancia y trascendencia de los mismos en la sociedad mexicana, y la carencia de ellos en el principal medio de comunicación, es otro de los temas que se debe analizar, debido a que la Televisión es una influencia poderosa en el desarrollo de un sistema de valores y en la formación del comportamiento; además, los programas que son transmitidos por la Televisión no están hechos nada más porque si, sino todo lo contrario, llevan implícito un fin o una meta, y esto se va a lograr a través de los valores que: "... no son cosas ni elementos de cosas, sino propiedades, cualidades sui generis que poseen ciertos seres u objetos llamados bienes".<sup>31</sup>

Por ser cualidades, los valores no existen por si mismos, -al menos en este mundo-, necesitan de un cuerpo o depositario en quien descansar,

---

<sup>31</sup> **Diccionario Enciclopédico Bruguera Tomo 16.** Op cit. Pág. 1988.



verbigracia: La belleza no existe por sí sola flotando en el aire, para que tenga validez tendrá que estar incorporada a un objeto físico, una tela, una flor, un cuerpo humano; lo mismo sucede con el valor de la honestidad, la gratitud, el perdón, los cuales son inalienables de algunos seres humanos. De lo expuesto se desprende que los valores por sí solos no tienen ninguna validez, para que realmente la tengan necesitan tener un cuerpo o un depósito en quien descansar, o bien con quien asociarlos. Lo mismo ocurre con los programas televisivos, los cuales por sí solos no son negativos, tal como se podrá vislumbrar con el siguiente análisis.

El problema radica en que estos están influenciados por los grupos que tienen el poder, con la finalidad de contribuir al mantenimiento del statu quo, para que nada cambie. Hay que tener presente, que los valores son productos sociales que se aprenden, y estos deben ser inculcados en el seno familiar, porque van a servir de guía al individuo o grupo social para tomar decisiones sobre que fin o medios a utilizar son los más convenientes para lograr su meta.

Ahora bien, es palpable que los valores que esta fomentando la Televisión distan mucho de ser los medios más correctos para contribuir en pro de una sociedad. A continuación se procederá al análisis y reflexión de cada uno de ellos.

**a).- AGRESIVIDAD.** Tiene su razón de ser en “La creencia de que la violencia no es necesariamente un recurso ilícito e indeseable para lograr éxito

en la vida”.<sup>32</sup> Más del 80% de los programas transmitidos contienen dosis de violencia y agresividad. Baste observar caricaturas como: Dragón Ball, Digimon, Los Caballeros del Zodiaco, etc.; telenovelas como: Heridas de Amor, Barrera de Amor, La verdad Oculta, Amor en Custodia, etc.; la mayoría de las películas extranjeras y mexicanas. Al respecto Marie Claire Acosta dice lo siguiente de Batman y Robin: “Para Batman y Robin la violencia no tiene un valor en si, la consideran un mal necesario”.<sup>33</sup> Esto enseña a los niños que las cosas deben resolverse por medio de la violencia.

**b).- AUTORITARISMO.** “Consiste en la creencia de que el comportamiento humano debe ser controlado verticalmente en el sentido de que los que no tienen poder deben obedecer de manera ciega a quienes lo detentan”.<sup>34</sup> Como puede observarse este valor tiene vinculación con el racismo y el elitismo y se opone rotundamente al valor de la Justicia.

**c).- AVENTURISMO.** “Este valor se apoya en que el éxito de la vida del individuo está basado sustancialmente en la osadía, el oportunismo, la viveza y la rudeza empleados para tomar ventaja sobre los otros”.<sup>35</sup>

Este patrón lo podemos apreciar en todos los programas de caricaturas y telenovelas que nos proyecta la Televisión mexicana, verbigracia en la serie de caricaturas “Don Gato y su Pandilla” la atención se centra sobre la vida cotidiana de un barrio urbano idealizado, en que la pandilla de Don Gato

<sup>32</sup> Beltrán Ruiz, Ramiro. Et al. Op cit. Pág. 105.

<sup>33</sup> Acosta, Maire Claire, Et al. **¿Qué ofrece la Televisión Infantil?** Problemas de Educación y Sociedad en México N° 1 México, 1982. Editorial U. P. N. Pág. 245.

<sup>34</sup> Beltrán, Luis Ramiro, Et al. Op cit. Pág. 105.

<sup>35</sup> Idem.

(representación de un grupo de adolescentes), se enfrenta continuamente a la autoridad de un policía (Matute); mediante la osadía, el oportunismo, la viveza y en algunos casos la rudeza que se emplea, logran siempre lo que se proponen, llegando a ridiculizar a la autoridad (policía).

Por otro lado, las telenovelas también fomentan el aventurismo, ejemplos: Heridas de Amor, Barrera de Amor, La verdad Oculta, Amor en Custodia, etc., en donde se puede apreciar el atrevimiento, el valor y la audacia de sus personajes.

Es verdad que para tener éxito en la vida hay que tener valor y atrevimiento, pero también lo es que hay que contar con una excelente preparación e inteligencia, para lograr esto, no es menester ir pisando a los demás mediante trampas y engaños.

**d).- CONFORMISMO.** “La creencia de que el Estado actual de la sociedad debe aceptarse con resignación debido a que, aunque no es justo para algunos, no se debería intentar cambiarlo puesto que está determinado por el destino, y por lo tanto, es inmutable”.<sup>36</sup> Las telenovelas son un claro ejemplo de este género, ya que promueven las nociones de inmutabilidad del orden establecido y lo inevitable del destino en cada hombre.

Luis Ramiro Beltrán<sup>37</sup> dice que las Telenovelas demuestran como los seres humanos están condicionados desde el momento en que nacen a un papel social, y como es inevitable, hágase lo que se haga, el hijo del noble será

---

<sup>36</sup> Idem.

<sup>37</sup> Idem.

noble, el hijo del obrero será obrero, el hijo del campesino será campesino: Unos serán amos y otros serán esclavos. El mundo de las telenovelas señala un camino: El de la resignación.

Marie Claire Acosta después de analizar el programa “El Chavo del Ocho”, señala lo siguiente:

“En el universo social vecindad, coexisten dos fuerzas contrapuestas, la aspiración de ascenso y la convicción, aceptadas con buen humor, de que en realidad las cosas no van a cambiar en lo fundamental”.<sup>38</sup> Este valor va de la mano con el autoderrotismo, y por consecuencia, neutraliza la superación que se les debe inculcar a los niños desde temprana edad. En otras palabras, la programación televisada sostiene un esquema de persuasión a favor del statu quo, operando sobre el pequeño como una temprana vacunación social.

**e).- ELITISMO.** “Consiste en la creencia de que el orden social natural requiere del predominio de unos pocos, mejor dotados que los demás”.<sup>39</sup> Por eso nos hacen creer que el gobierno está integrado por personas “Decentes y capaces”, por ejemplo: En los programas televisivos se advierte que los profesionistas (médicos, abogados e ingenieros), son por lo general buenos y ricos, caracterizándose por ser personas dadas, rectas, justas, respetables y ecuanímes. Los productores tratan de conjugar la palabra dinero con respeto.

---

<sup>38</sup> Acosta, Marie Claire. Et al. Op cit. Pág. 248.

<sup>39</sup> Beltrán, Luis Ramiro. Et al. Op cit. Pág. 104.

Al respecto Luis Ramiro Beltrán señala: “En lo relativo a la clase social, el comportamiento de los protagonistas variaba de la siguiente manera: En el 75% de los casos, los individuos de clase media hacían el papel de héroes y sólo el 15% de villano, en cambio aquellos pertenecientes a las clases bajas caracterizaban a villanos en un 45% de los casos y en un 15% de héroes”.<sup>40</sup>

**f).- INDIVIDUALISMO.** Este valor se sustenta en: “La creencia de que las necesidades y aspiraciones del individuo predominan sobre las comunidades de las cuales él forma parte”.<sup>41</sup> Aquí encaja muy bien la frase “primero yo, luego yo y por último yo”. El individualismo es hermano del egoísmo, y por ende, lleva al hombre a pensar en la competitividad; en principio, las oportunidades pueden ser iguales para todos los seres humanos, pero los mejores puestos en la vida pertenecen a los más capaces, a los que sobrepasan a los demás en competitividad. La Televisión es un excelente medio para fomentar este valor, se puede apreciar en los diferentes programas de concursos como: Vas o no vas con Boletazo, 100 Mexicanos Dijeron, El Rival más Débil, En Familia con Chabelo. Evelina Resendiz hizo un estudio sobre este último programa y dentro de sus conclusiones menciona lo siguiente: “Asimismo este programa estimula la competencia y las actividades irrelevantes e inducen al consumismo”.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Ibidem. Pág. 87.

<sup>41</sup> Ibidem. Pág. 104.

<sup>42</sup> Resendiz, Evelina. “**Dos Programas de Televisión**”, Revista Tlacaetl, N° 1. Nov. – Dic. México, 1988. Pág. 12

El individualismo se contrapone con el valor de solidaridad que se les pretende enseñar a los niños por medio de los libros de texto, debido a que se encuentran frases donde se comenta que los problemas, como los logros actuales tuvieron su origen en una larga y hermosa tarea, la de vivir juntos y luchar por tener un México mejor.

**g).- MATERIALISMO.** “Consiste en la creencia de que las metas más importantes de los seres humanos son la adquisición de la riqueza, la acumulación de los bienes materiales, el disfrute de servicios y el logro del bienestar en general”.<sup>43</sup>

La Televisión enseña que el dinero se puede conseguir por cualquier medio, incluyendo: Violencia, estafa y robos si es necesario, puesto que robar es fácil y hay muchos delincuentes que nunca son atrapados por la justicia. El contenido de los programas televisados presentan prototipos como:

- a).- “Poderoso caballero es Don Dinero”, o el clásico dicho popular “Cuanto tienes, cuanto vales”.
- b).- “El fin justifica los medios”.
- c).- “Un buen padre es aquél que da a su familia una casa, vacaciones y objetos materiales”.

---

<sup>43</sup> Beltrán, Luis Ramiro. Et al. Op cit. Págs. 104 y 105.

La Televisión materializa a los niños, ya que les enseña que lo más importante en esta vida es el dinero, y que gracias a él se llega a ser alguien en la vida, (tanto tienes tanto vales), se triunfa por medio del dinero y no por la cantidad de estudios que se pueda realizar, fomentando de este modo la ignorancia, la pasividad y el conformismo en los niños. Además la Televisión enfatiza el hecho de conseguir el dinero de una manera rápida y fácil.

**h).- PROVIDENCIALISMO.** “Consiste en la creencia de que los miembros no privilegiados de la sociedad no necesitan intentar superar sus desventajas, no por sí mismos, ni por medio de una acción social solidaria, puesto que al final, fuerzas externas, sobrenaturales, intervendrán para darles prodigiosamente justicia y concederles felicidad”.<sup>44</sup>

No hay que desesperarse cuando se está ante privaciones, de alguna forma, providencialmente, las cosas mejorarán, ya sea por una circunstancia fortuita, la inesperada ayuda de una persona noble y poderosa, un encuentro repentino con la fortuna, algo milagroso vendrá al rescate.

Este valor es muy característico en las telenovelas, en las películas, en las caricaturas y en los programas de aventuras como lo son Batman y Robin, que resuelven los problemas de los ciudadanos. Después de analizar estos personajes Marie Claire Acosta señala:

---

<sup>44</sup> Ibidem. Pág. 105.

“El bien se presenta como un valor absoluto e inherente a ciudad Gótica, en tanto que el mal aparece siempre como un estado de ánimo pasajero y accidental que puede lesionar los intereses de la sociedad, finalmente se vuelve contra el mismo sujeto que lo provocó”.<sup>45</sup>

De antemano es bien sabido que todo esto es falso, si el ser humano no hace nada por resolver sus problemas, nadie más lo va a hacer. Desafortunadamente, la Televisión ofrece al niño soluciones rápidas y fáciles a sus conflictos, dichas soluciones nada tienen que ver con la vida real, lo único que están logrando es hacerle creer al pequeño que la vida no es tan dura como parece.

**i).- RACISMO.** “Consiste en la creencia de que la raza blanca, caucásica, es biológicamente superior a las demás y por ende, son los que aspiran a las mejores oportunidades”.<sup>46</sup> Es común ver en la Televisión que los protagonistas se caracterizan porque:

a).- Los tipos buenos por lo general son: Blancos, solteros y ricos. Trabajan como detectives, policías o militares.

b).- Los tipos malos son negros, pobres y su actividad es la de obreros o dependientes.

El elitismo y el racismo, se contradicen con la igualdad de derechos que se les pretende inculcar a los niños en edad escolar, debido a que en los libros

---

<sup>45</sup> Acosta, Marie Claire. Et al. Op cit. Pág. 245.

<sup>46</sup> Beltrán, Luis Ramiro. Et al. Op cit. Pág. 104.



de texto que ocupan en sus aulas, y en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se expresa que todos somos iguales, que todos tenemos los mismos derechos, que es lo mismo ser de piel blanca o negra, rico o pobre.

**j).- ROMANTICISMO.** Se basa en “la creencia de que el amor constituye una solución mágica a los problemas socioeconómicos y culturales que afectan a muchas personas”.<sup>47</sup> Los principales programas de la Televisión mexicana en promover este valor son las telenovelas, la clásica muchacha de barrio que se casa con un muchacho rico, de buena posición social, a quien ve como el príncipe azul, y le soluciona a su vez todos los problemas, derribando juntos todos los obstáculos que se interponen en su relación, para terminar viviendo felices para siempre. El romanticismo como el providencialismo, no hacen otra cosa más que distorsionar y enajenar la mentalidad del niño.

**k).- BELLEZA Y SEXISMO.** “Este valor se basa en que sólo las mujeres bellas, esbeltas, voluptuosas y de preferencia rubias merecen ser admiradas”.<sup>48</sup> Con este valor, se desvirtúa el papel central de la mujer en la sociedad, al quererla presentar como una mujer que logra todo lo que se propone por medio de sus “encantos femeninos”, y no tanto por sus conocimientos o cualidades que posee como ser humano, en otras palabras, la Televisión presenta a la mujer como una mercancía fácilmente vendible, desechable y explotable. Baste vislumbrar en la actualidad, la cantidad de programas y spots televisivos tendientes a promover técnicas y productos para obtener en poco tiempo una

---

<sup>47</sup> Ibidem. Pág. 105.

<sup>48</sup> Idem.

figura similar a los prototipos descritos, provocando en la juventud enfermedades como la Bulimia y la Anorexia, descontrol emocional y mental.

Del análisis de los programas de la Televisión, se puede vislumbrar que la mujer es presentada como un objeto y no como sujeto, por ejemplo: En las telenovelas (que es lo que en su mayoría transmite la Televisión mexicana), son pocas las mujeres que hacen el papel de heroínas, de empresarias, por lo general, se les asigna el clásico papel de mujer sufrida y abnegada o bien todo lo contrario, provocativa y seductora. Aunado a lo anterior, las escenas con alto contenido erótico han aumentado, tan es así, que no hay un capítulo en las telenovelas o películas, en el que no se muestren desnudos de los actores o besos y caricias que lleven a inferir que culminarán con la relación sexual, provocando en el niño un aprendizaje precoz y desorientándolo al grado de crearse una idea muy diferente de lo que en realidad es el acto sexual de pareja.

De todo lo expuesto, se expone lo siguiente: El rápido cambio que sufren las sociedades, las economías, las formas de producción, han ocasionado una incertidumbre acerca de lo que antes no se dudaba y, en muchos casos, una correspondiente "crisis" de valores: los anteriores ya no responden a las realidades actuales, pero no se ha generado el proceso cultural necesario para generar valores nuevos. La comunicación entre generaciones se vuelve más difícil, y se pierden los asideros que otrora permitían la transición progresiva y gradual a nuevos estadios históricos. La incertidumbre provoca el derrumbe de

lo compartido, con lo que se corroe el cemento que antes cohesionaba a las sociedades y a las culturas.

Los sistemas educativos están, inevitablemente, fundados en valores. Los contenidos, las metodologías, los tipos de maestros, etc., están basados en la visión que esa sociedad tiene de "lo que vale la pena", es decir, en un conjunto de valores. Lo que parece no ocurrir con toda la eficacia que la sociedad quisiera es la apropiación de esos valores por parte de los educandos, que en un número creciente de casos están apropiándose de valores, o al menos de criterios de juicio y comportamiento, procedentes de otras fuentes, extraescolares, entre las cuales los medios de comunicación, por cierto cada vez más globalizados, juegan un papel importante.

La Televisión mexicana está transmitiendo valores huecos, sin sentido, que materializan y deshumanizan al pequeño que está en proceso de formación. ¿Qué tipo de sujetos se está formando?, ¿Son estos los valores que se desean para los niños del futuro?

Muy de vez en cuando, se transmiten lecciones tan pobres como "No tengas en menos a tus amigos", "el que la hace la paga", "no creas lo que se dice", pero la desproporción es brutal.

## CAPITULO 4.

### LA TELEVISION Y EL NIÑO.

#### 4.1 ¿POR QUE LA ELECCION DEL NIÑO?

Para la realización de éste trabajo de investigación, se ha elegido al niño, partiendo de que es el teleespectador con mayor tiempo disponible y por ende, el que más horas invierte delante del Televisor; por ello, resulta el más afectado ante el mensaje Televisivo. Resulta alarmante el saber el tiempo que consumen los niños frente al televisor, por ejemplo: “En Estados Unidos, los niños pasan tantas horas frente a la pantalla chica como frente a sus maestros”.<sup>1</sup>

En España, según el Centro de Estudios General de Medios, comenta: “Impresiona saber que los escolares españoles pasan 900 horas al año en los pupitres de las escuelas y 1450 horas frente al Televisor”.<sup>2</sup>

En México el investigador Enrique Sánchez Ruiz, elaboró una encuesta en el estado de Jalisco; llegando a la conclusión: “En promedio los niños de la encuesta acostumbraban ver la Televisión durante tres horas y media de lunes a viernes, sin embargo, una cuarta parte de ellos acostumbraba ver cinco o

---

<sup>84</sup> Packard Vance, “**La Televisión puede ser nociva para los niños**”. **Selecciones Reader’s Digest**. Núm. 549. México, 1986. Editorial Reader’s Digest. Pág. 129.

<sup>85</sup> Sansano Ricardo, Op Cit. Pág. 50.

más horas diarias de Televisión”.<sup>3</sup> (Ver Figura No. 1 en el apartado de Anexos).

Se hace énfasis en los niños, debido a que “Es la infancia el periodo de gestación de la personalidad, durante ésta etapa se siembran las raíces primarias que posteriormente aflorarán de un modo invariable”.<sup>4</sup>

Razón por la cual inquieta tanto el hecho de que el niño se convierte en teleadicto, porque la Televisión quizás se encargue de enseñarle más elementos negativos y positivos.

En efecto, el intervalo de edad que va de 6 a 12 años es el de mayor plasticidad en la vida del niño. Los niños son como esponjas que absorben todo lo que hay en su entorno, de los adultos depende que lo que absorban sean elementos constructivos en pro de su Educación.<sup>5</sup>

Los estudios sobre desarrollo infantil indican claramente que los niños no son adultos chiquitos. Ven el mundo de una manera muy distinta al modo como lo ven los adultos. Cuando los niños escuchan o ven imágenes a través de los medios, procesan lo que ven y oyen de acuerdo a su edad y a su experiencia personal del mundo. Una vez que los niños han desarrollado un banco de memoria a través de la observación y de experiencias sensoriales, la mayoría comienza a estar lista para enfrentarse a conceptos cada vez más

---

<sup>3</sup> Sánchez Ruíz, Enrique, Op Cit. Pág. 15.

<sup>87</sup> **Enciclopedia Técnica de la Educación. Santillana Tomo 2.** Editorial Elfo. Madrid, 1970. Pág. 445.

<sup>5</sup> Ibidem. Pág. 446.

abstractos. Los niños con una experiencia limitada de la vida real pueden, sin embargo, seguir operando a niveles de comprensión más concretos.

Los niños pequeños que tienen la capacidad de decodificar imágenes visuales pero que aún no han logrado asimilar algunos conceptos geográficos abstractos pueden sentirse preocupados cuando, por ejemplo, ven un noticiario. Algunos niños pueden pensar que las batallas de guerra y los disturbios se están produciendo muy cerca de su hogar o pueden experimentar cierta confusión sobre la situación de tales eventos en el presente o en el pasado.

La repetición instantánea y la transmisión repetida de eventos horrorosos no hacen sino aumentar las dificultades que los niños experimentan cuando tratan de procesar las imágenes de los medios de comunicación. Numerosas repeticiones pueden hacer que el mundo parezca cada vez más peligroso, incluso para los adultos, mientras que los niños pueden experimentar una sensación de confusión presente, así como miedo y ansiedad.

Mientras no adquieren la madurez intelectual necesaria para procesar conceptos abstractos, los niños están incapacitados para comprender de manera clara que las imágenes de los medios de comunicación y en especial de la televisión, son construcciones creadas para expresar ideas y mensajes cuidadosamente manipulados.

La escuela de Toronto al efecto señala:

*“Si bien los niños pequeños tienen la capacidad de seguir narrativas simples, no necesariamente comprenden las conexiones tácitas o las relaciones personales complejas. Las tramas simples de dibujos animados, las historietas de superhéroes y las películas que caen en el género de la comedia física (basada en el cuerpo: gestos, caídas, contorsiones) resultan especialmente atractivas para este grupo de edad ya que son fáciles de seguir, incluso cuando no han sido creadas en su lengua materna. Los niños muy pequeños generalmente no pueden separar a los actores de sus papeles, ya que consideran las imágenes fotográficas como si fueran reales y exactas, verbigracia: El Chapulín Colorado es un personaje real y también los son Darth Vader y el Gastón de La Bella y la Bestia”.*<sup>6</sup>

Baste observar además que la mayoría de las caricaturas y todo lo que tenga que ver con aventuras, están cargados de violencia, crueldad, fantasía y sensacionalismo excitante que es capaz de perturbarlo y traumatizarlo, porque el niño no puede asimilarlos por su grado de inmadurez.

*“Las técnicas de manipulación electrónica de imágenes crean una realidad aparente a partir de la fantasía o de la realidad virtual. Algunas veces la manipulación de imágenes resulta obvia, como lo es en los efectos*

---

<sup>6</sup> The Metropolitan Toronto School Board. **Que hacer frente a la violencia en los medios, puntos de partida para el salón de clases.** México, 2000. Edit. Panorama, Pág. 17.

*especiales del tipo Guerra de las Galaxias; sin embargo, incluso el espectador más ilustrado será incapaz de detectar el trastocamiento que se encuentra en aplicaciones mas comunes y corrientes; por ejemplo, los retoques a las fotografías de modelos en portafolios de moda y ciertos efectos especiales cinematográficos que ayudan a aminorar los costos de producción, como la inclusión de un piso adicional en la casa de los locos Adams en la película Adams Family Values”.*<sup>7</sup>

## **4.2 ¿POR QUE VE LA TELEVISION EL NIÑO?**

Existen varias razones por las que el niño elige el Televisor. A continuación se desglosan algunas de ellas:

**A).- COMO MEDIO DE ESCAPE.** Si los niños encuentran presiones en su medio ambiente, experimentan la tendencia a escaparse de todo sumergiéndose en las fantasías, y la Televisión cuenta con los recursos más esplendidos para hechizar la imaginación de los niños.

**B).- POR FALTA DE ESPACIO.** La falta de espacio que el niño necesita para correr, saltar, jugar, es una razón poderosa para que se adapten al Televisor, y con esto no sólo se piensa en aquellos niños que viven en

---

<sup>7</sup> Ibidem. Pág. 20.



condominios o en casas donde existe poco espacio para jugar, ya que en algunos casos si existe el espacio adecuado, pero a los padres les molesta que sus hijos pisen el césped o jueguen pelota. Jean Piaget, considera el juego “como una forma de aprender acerca de nuevos y complejos objetos y hechos, una forma para consolidar los conceptos y las habilidades y una manera de integrar el pensamiento con las acciones”.<sup>8</sup> El juego es fundamental para el desarrollo del niño, restringirlo sería un error.

**C).- POR FALTA DE COMPAÑIA.** Está comprobado que un gran porcentaje de los niños que permanecen lapsos prolongados frente al Televisor, es precisamente por falta de contactos humanos, ya sea porque los padres trabajan, o porque simple y sencillamente no se dan tiempo para sus hijos. El niño necesita ser escuchado, aceptado y comprendido. Si el niño no encuentra éstos elementos en su hogar, es muy lógico pensar que se refugie en el Televisor.

Al respecto Olivier Burguelin nos dice: “Diversas investigaciones han establecido solidamente que los niños que tienen dificultades psicológicas o frustraciones, (padres excesivamente autoritarios, mala adaptación al grupo de amigos, etc.), buscan con frecuencia una compensación a su estado en un fuerte consumo de mass media, (Medios Masivos de Comunicación), en especial la Televisión. Cuando un niño ve la Televisión mucho más tiempo que

---

<sup>8</sup>Papalia, Diane E. Et al. **Desarrollo Humano.** México, 1986. Editorial Mc Graw Hill. Pág. 274

a sus compañeros de su misma edad, se puede presumir, sin mucho riesgo a equivocarse, que algo en él no funciona correctamente”.<sup>9</sup>

En pocas palabras, si el niño ve demasiada Televisión, es porque quizás inconscientemente está reclamando algo.

### **4.3 JEAN PIAGET Y HENRY WALLON.**

Para lograr un mejor entendimiento en el papel que juega el niño, es conveniente analizar su desarrollo evolutivo; a continuación se expone un análisis comparado del psicólogo suizo Jean Piaget, que se preocupó por estudiar el desarrollo cognoscitivo del niño, es decir, la manera en que las personas perciben, aprenden, piensan y recuerdan. En otras palabras, la forma como obtienen y procesan la información del mundo. Se ha valorado a Jean Piaget, por considerar completo su estudio sobre el desarrollo del ser humano en cada una de sus etapas.

También se explican las etapas del desarrollo infantil, desde el punto de vista del psicólogo francés Henry Wallon, ya que él se interesó en el estudio de la estructuración del pensamiento del niño. En su teoría explica al individuo no por sí mismo, sino por las condiciones que sobre él actúan, ya que él afirma que los elementos biológicos, psicológicos y sociales, se interrelacionan para determinar el desarrollo del niño.

---

<sup>9</sup> Burguelin, Olivier. **La Comunicación de Masas.** España, 1974. Editorial Planeta y A. T. E. Pág. 172.

Jean Piaget denomina **Estadio Sensoriomotor**, a la primera etapa del desarrollo evolutivo del niño, que abarca desde el nacimiento hasta los dos años. Henry Wallon la llama **Estadio Impulsivo Puro**, ésta etapa consiste en la actividad motora del niño, ya que él reacciona por medio de reflejos. Jean Piaget dice: “En el estadio sensoriomotor, un niño se transforma, desde criatura que responde inicialmente por medio de reflejos, hasta que organiza actividades en relación con el ambiente”.<sup>10</sup>

Por otro lado, Henry Wallon comenta: “La característica principal del recién nacido es la actividad motora a los diferentes estímulos, es decir; el niño reacciona a través de reflejos”.<sup>11</sup>

El niño en esta etapa actúa por medio de los reflejos, por medio de la manipulación de objetos y va avanzando a través del aprendizaje del ensayo y error hasta resolver problemas simples, así llegan a orientarse hacia metas y a diferenciar su medio ambiente.

A la segunda etapa Henry Wallon la denomina **Estadio Emocional**.<sup>12</sup> Afirma que el niño establece sus primeras relaciones en función de sus necesidades elementales (necesidades de que lo alimenten, lo acunen, le envuelvan quienes le rodean), le son necesarias las muestras de ternura (caricias, palabras, risas, besos y abrazos).

---

<sup>10</sup> Papalia Diane E. Et al. Op cit. Pág. 125.

<sup>11</sup> U. P. N. Antología “**Estadios del Desarrollo según H. Wallon**” **Desarrollo del niño y Aprendizaje Escolar**. México, 1986. Pág. 125.

<sup>12</sup> Idem.

Esto significa que el niño no le basta con que suplan sus necesidades físicas, sino que también hay que suplir las emocionales, debido a que son las más importantes en los primeros seis meses según Henry Wallon, ya que esto puede acarrear perturbaciones emocionales que pueden dejar huella para todos los días de su vida.

Al respecto, el psicólogo Meneses Morales comenta: “Los estudios psicológicos de los últimos años, indican que la satisfacción de las necesidades físicas del niño: alimento, aire, abrigo, limpieza y sueño, no basta para su desarrollo normal. Las investigaciones llevadas a cabo en los hospitales y orfanatorios, manifiestan que, a pesar del excelente cuidado de su alimento y comodidad, los niños de éstas instituciones se caracterizan por ser antisociales, agresivos, incapaces de dar afecto y recibirlo, lentos para aprender y, sobre todo inseguros”.<sup>13</sup>

Con este ejemplo, se pretende recalcar lo que Henry Wallon sostiene al afirmar que son más importantes las necesidades emocionales que las físicas. Otro ejemplo claro lo tenemos con los hombres más crueles y sanguinarios de la historia. Hitler según su biografía, fue un niño frustrado, maltratado y rechazado, que nunca se le brindó cariño, creció con esa frustración y más tarde hizo lo mismo con los demás.

---

<sup>13</sup> Meneses Morales, Ernesto. **Educar comprendiendo al niño**. México, 1979. Editorial Trillas. Pág. 45.

Henry Wallon también señala que el niño no sólo extrae las emociones del medio ambiente, sino que tiende a compartirlas con sus compañeros o adultos, emociones tanto placenteras como desagradables.

Jean Piaget niega esta segunda etapa de Henry Wallon, basándose en que la emoción en sí nunca es dominante ni organizadora, es decir, si el niño no puede dominar y organizar la emoción no podrá pasar a la siguiente etapa, razón por la cual la excluye.

La segunda etapa para Jean Piaget, la denomina **Desarrollo Intelectual**. “En el transcurso de tres a los seis años, los niños llegan a tener competencia en la cognición, inteligencia, lenguaje y aprendizaje. Desarrollan la habilidad de utilizar símbolos para pensar y actuar, no obstante no separar completamente lo real de lo irreal, y buena parte de su pensamiento es egocéntrico”.<sup>14</sup>

En esta etapa, el aspecto mental es el más notable a pesar de que el niño ya ha empezado a captar y a semicomprender su medio ambiente, esto no quiere decir que lo sepa todo. Algo que llama poderosamente la atención es cuando Piaget señala que el niño en esta etapa no puede diferenciar entre lo real y lo irreal. El chico cuenta con una fantasía exuberante que le dificulta distinguir entre sus sueños y la realidad, al grado que pudiera comunicar a su madre con gran seriedad, que acaba de matar un oso en sus juegos, mientras ella piensa que su hijo va en camino de ser un embustero empedernido.

---

<sup>14</sup> Papalia Diane E. Op cit. Pág. 125.

Para dejar bien claro lo que se pretende explicar, se ejemplifica el tema con unas caricaturas. (Ver Figura No. 2 en el apartado de Anexos).

La tercera etapa Henry Wallon la nombra como **Estadio Sensoriomotor**. Este estadio comprende: "La sociabilidad incontinente, en esta el niño se orientará hacia intereses, objetivos y descubrirá realmente el mundo de los objetos".<sup>15</sup>

Wallon concede gran importancia a dos aspectos diversos del desarrollo, el andar y la palabra, que contribuyen al cambio total del mundo infantil.

Wallon y Piaget afirman que los niños que aprenden manejando los objetos de su ambiente, logran mayor habilidad para pensar, y en estas tareas los padres deben auxiliar, no forzar a los niños.

Jean Piaget denomina a la tercera etapa como **Estadio Preoperacional** (2- 7 años).

*“Los procesos del pensamiento infantil están ligados principalmente a lo real, lo presente, lo concreto, ahora los niños pueden usar símbolos para representar objetos, lugares y personas, su pensamiento puede regresar a eventos pasados, avanzar para prever el futuro y*

---

<sup>15</sup> U. P. N. Antología. Op cit. Pág. 125.

*detenerse en lo que esta ocurriendo en algún aspecto del presente.... Los procesos mentales son activos y por primera vez también son reflexivos”.*<sup>16</sup>

Aunque el niño ya capta la realidad de su medio ambiente, pudiendo diferenciar entre presente, pasado y futuro, y con todo de que sus procesos mentales son activos y reflexivos, el niño todavía dista mucho de convertirse en un teleespectador con espíritu crítico, pues a su corta edad no puede distinguir lo que sirve y lo que debe desechar.

No puede integrar la información ni relacionarla con sus conocimientos, como se mencionó, debido a que la Televisión presenta mucha información dispersa e incompleta.

La cuarta etapa Jean Piaget la nombra como: **Estadio de las Operaciones Concretas**, (6 - 11 años). En esta etapa “Su egocentrismo disminuye y comienzan a entender el punto de vista de otras personas. Su habilidad para ponerse en el lugar de otros hace mejorar su capacidad para comunicarse”.<sup>17</sup>

Aquí los padres juegan un papel muy importante en el pequeño, ya que es cuando deben de aprovechar para recalcar los valores que deseen que sus hijos imiten, porque ya han comprendido que su ambiente esta rodeado de gente que piensa, siente y actúa como él, por eso no es recomendable que la

---

<sup>16</sup> Papalia Diane E. Op cit. Pág. 217.

<sup>17</sup> Idem.

Televisión eduque a los niños, porque ésta quizás lo hará pero con valores distorsionados.

De lo expuesto se desprende que la Televisión es el vehículo ideal para que el niño aprenda costumbres, valores y patrones de conducta ajenos a los suyos. Al respecto el pedagogo Chávez Maury dice: “De acuerdo a su empleo, la prensa, la radio, la Televisión y el cine pueden constituir un inmenso aparato de enajenación, de perturbación y engaño que lejos de educar y entretener, degrada y enajena, destruyendo los valores de una cultura e implantando concepciones consumistas e insulsas”.<sup>18</sup>

Por otra parte, la comunicóloga Sarah Corona señala: “Mientras no haya verdaderos cambios estructurales y la sociedad civil no responda a la expectativas y necesidades propias de los niños, la Televisión cumplirá tal vez con valores deformados pero que llenan espacios que nadie más atiende”.<sup>19</sup>

Al pequeño le resulta sumamente atractivo el televisor, precisamente porque este aparato se encarga de divertirlo, distraerlo y entretenerlo. Además le ofrece un mundo fácil, sin problemas ni dificultades, le concede las gratificaciones que el mundo exterior le rehusa.

Todas las aventuras y experiencias que al niño le gustaría vivir, llegan a la pantalla en cuestión de segundos, sin necesidad de ningún esfuerzo, a

---

<sup>18</sup> Chavez Maury Alfonso. Op cit. Pags. 42 y 43.

<sup>19</sup> Corona Sarah. “**Barra Infantil o Barra de Acero**” Revista del Consumidor N° 113. México, 1986. Pág. 25.



través de ella, el niño se desfoga, se proyecta y la utiliza como una salida a los impulsos que quizás no pueda expresar en la vida real.

#### **4.4 EFECTOS NOCIVOS DE LA TELEVISION EN EL NIÑO.**

De acuerdo a investigadores de la Ecole Normale de Saint de París, la actividad de ver la Televisión puede ocasionar interferencias negativas en el desarrollo de los pequeños espectadores, y para todos es bien sabido que la mayoría de los niños permanecen muchas horas frente al televisor.

Según estudios sociológicos, la mayor parte de la información recibida y manejada por los niños procede de los medios masivos de comunicación, mientras que una ínfima parte procede del aula escolar, por ello, la Televisión juega un papel muy importante en la educación del niño, puesto que hasta cierto punto ejerce más influencia que el docente en el salón de clases. Está comprobado que el niño que llega por primera vez a un aula escolar lleva consigo muchas horas de televisión, su experiencia se ha agotado, poco queda de lo que haya visto u oído en la televisión. Cuando la experiencia real llega, ya no resulta atractiva ni novedosa.

Es tan fuerte el impacto que ha cobrado este medio en los niños, que goza de la confianza y credibilidad de la que carecen padres y maestros de los mismos. En la investigación que realizó Enrique Sánchez Ruiz con niños de

Jalisco, cuando se les cuestionó a quién tendrían más confianza para enterarse de algo importante, el resultado fue: “36.9% manifestó que a la televisión; el 12.1% expresó que a su mamá; y el 7.7% declaró que al maestro”.<sup>20</sup> De lo que se desprende que la televisión cobra mayor credibilidad en los infantes que cualquier otra persona que le rodee.

Dada la relevancia e influencia en los niños del medio masivo más poderoso, a continuación se exponen los efectos Físicos, Emocionales e Intellectuales que causa la teleadicción. Algunos de estos efectos fueron deducidos por varios investigadores interesados ante tal problemática reunidos en Morelia Michoacán en Agosto de 1986, quienes acordaron que la Televisión puede producir serios estragos en el niño, tales como:

*“Perdida de la identidad, disminución considerable de la creatividad e imaginación, empobrecimiento de nacionalidad, perdida de la capacidad para jugar espontáneamente con otros niños, flojera corporal, falta de concentración, pasividad, se vuelven pocos críticos, desinterés por la lectura, posibilidad de perder iniciativa personal, no se establece el dialogo con la familia y la sociedad, se reprime la oportunidad de descubrimiento”.*<sup>21</sup>

Es ilógico pensar que la Televisión esté contribuyendo al desarrollo sano del educando; lo precedente sustenta su razón de ser en que de los análisis expuestos se resalta que la programación de dicho medio se caracteriza por

---

<sup>20</sup> Sánchez Ruiz Enrique. Op cit. Pág. 18.

<sup>21</sup> Fragoso, Franco David. **Ponencia: “El niño frente a la Televisión, un reto educativo”** 6 y 7 de Octubre de 1987. Xalapa, Veracruz.

inculcar valores superficiales en la mentalidad del infante, pautas que lejos de enaltecer y enriquecer los valores humanos, los degrada y distorsiona según la conveniencia de los grupos de poder. Aunado a lo anterior se suma el aislamiento del infante del seno familiar, lo cual es grave.

La Televisión está creando seres frívolos, vacíos, livianos, deshumanizados, seres que no piensan, gente incapaz de cuestionar su realidad, de tener ambiciones, de querer transformar su medio social.

#### **4.4.1 EFECTOS FISICOS.**

Son todas las alteraciones que el cuerpo humano pueda sufrir, entre las que se puede mencionar: Alteraciones por la radiación televisiva, (insomnio, dolor de cabeza, vomito, trastorno digestivo, alteraciones de la memoria, trastorno visual, alto índice de irritabilidad), desnutrición, fatiga, alteraciones en el desarrollo motriz, desviación de la columna vertebral, etc.

##### **1- ALTERACIONES POR LA RADIACION TELEVISIVA.**

Los radiólogos afirman que la Televisión emite radiaciones peligrosas para la salud, hecho que ha sido previamente comprobado por ellos mismos. No obstante, en el 80% de los hogares mexicanos el televisor se ve a 1.50 y 2 metros de distancia, debido a que las salas son pequeñas, lo cual constituye un

riesgo, además de que se ve con poca iluminación, e inclusive algunos doctores se encuentran alarmados porque pudiera existir una relación directa entre los casos de cáncer y las horas que la persona está frente al televisor.

Al respecto Meneses Morales comenta de un caso que se publicó en la revista "Time" respecto a un grupo de niños de tres a trece años de edad, pertenecientes a familias que se encontraban en una base aérea.

*"Los niños sufrían de cansancio crónico, insomnio, dolor de cabeza, trastornos digestivos y vómitos. No podían señalarse explicaciones satisfactorias de sus síntomas, por fin después de un minucioso examen se encontró que los niños eran aficionados a la Televisión".<sup>22</sup>*

Veían programas de tres a seis horas los días laborables y de seis a doce horas los sábados y domingos. Sansano está de acuerdo con Meneses Morales al decir que la Televisión "perjudica la psique creando alteraciones en la memoria y en los sueños".<sup>23</sup> Lo que podría equivaler al insomnio.

## **2- DESNUTRICION.**

A la Televisión también se le acusa de ser la responsable de los malos hábitos

---

<sup>22</sup> Meneses Morales, Ernesto. Op cit. Pág. 196.

<sup>23</sup> Sansano Ricardo. Op cit. Pág. 73.

alimenticios, la desnutrición, la caries dental, etc.

Todos sabemos que la Televisión promueve alimentos chatarra, debido a que la misma subsiste por intereses netamente comerciales, enfocándose principalmente en los niños. La mayoría de estos alimentos son golosinas, productos que contienen azúcar y por ende repercuten en los órganos de los pequeños.

En México, Evelina Resendiz analizó el programa dominical “En Familia con Chabelo”, en el que encontró lo siguiente: “De los anuncios transmitidos en los cortes comerciales, el 89% fueron los relacionados a juguetes o golosinas. Se considera que no tan sólo en los cortes se expuso publicidad, sino también en el tiempo propio del programa (tres horas), en el cual el niño es bombardeado constantemente para el consumo de productos superficiales que para nada van a contribuir a su buen desarrollo físico, además de que retrasa la hora del desayuno por estar atendiendo a este aparato”.<sup>24</sup>

### **3.- FATIGA.**

Por otra parte Packard dice que la Televisión cansa y fatiga a los niños. “Berry Brazelton, celebre pediatra de la Facultad de Medicina de la Universidad de Harvard, ha observado que los niños menores de cinco años suelen mostrar signos de fatiga si pasan más de una hora diaria ante el Televisor”.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Resendiz Evelina. Op cit. Pág. 11

<sup>25</sup> Packard Vance. Op cit. Pág. 131.

Meneses Morales confirma que la Televisión cansa y fatiga. “Tanta excitación no puede menos que cansar a los niños y mucho más si los programas de Televisión retrasan la hora de acostarse”.<sup>26</sup>

Si el infante prolonga la hora de irse a acostar por estar viendo la Televisión, es lógico que al día siguiente este cansado, agotado y semidormido; por lo tanto, no tendrá deseos de jugar con sus compañeros y mucho menos atenderá las explicaciones del maestro. Entre las principales razones que originan tal cansancio, se pueden enumerar las siguientes: 1.- Ve la Televisión en una postura incorrecta. 2.- No ve la Televisión a una distancia prudente. 3.- El tiempo de contemplación de la misma es excesivo.

#### **4.- DESARROLLO MOTRIZ.**

La Televisión también perjudica el desarrollo motriz del niño, ya que prefiere ser un teleespectador pasivo, en vez de ser el participante activo. Al respecto Alfonso Eurasquin comenta: “La ausencia del juego implica también ausencia de actividad física y ésta es imprescindible desde el simple punto de vista de la salud”.<sup>27</sup>

Marie Claire coincide con lo expuesto por Eurasquin, al señalar que: “.... la influencia ejercida por éste aparato electrónico, más que beneficiar el desenvolvimiento psicomotriz del infante, contribuye a conformar mentes

---

<sup>26</sup> Meneses Morales, Ernesto. Op cit. Pág. 196.

<sup>27</sup> Eurasquin, Alfonso M. Et al. Op cit. Pág. 147.

receptivas carentes del ejercicio de reflexión y análisis, alejando al niño del ejercicio activo, del juego, del deporte, del estudio".<sup>28</sup>

El juego es fundamental para el desarrollo del niño, le ayuda a ser más imaginativo y a mitigar su angustia; por medio de él aprende a interactuar con sus compañeros, favoreciendo sus aptitudes verbales; le enseña a disputar y no obstante seguir siendo amigos por siempre.

En pocas palabras, el juego representa un aspecto esencial en el desarrollo del infante, en cuanto a que está ligado al desarrollo del conocimiento, de la afectividad, de la motricidad y de la socialización del niño; además es un excelente medio para canalizar sus energías en forma constructiva y creadora, cosa que la Televisión no hace.

#### **4.4.2. EFECTOS EMOCIONALES.**

Por efectos emocionales se entienden, todas las alteraciones que pueda provocar la Televisión en el Estado de ánimo del pequeño, como: Miedo, Angustia, Terror, Preocupación, precocidad, Imitación de los actos violentos, etc.

---

<sup>28</sup> Acosta, Marie Claire. Op cit. Pág. 239.

Meneses Morales y Olivier Burguelin comentan lo siguiente: “La Televisión asusta a los niños, es verdad que cierto tipo de conducta no los espanta como cuando el Pato Donald es perseguido por un oso, o cuando un cocodrilo devora un títere curioso, o las películas de vaqueros tampoco llegan a atemorizarlos, porque presienten de antemano lo que va a suceder. Pero otras situaciones ciertamente encienden el miedo en sus mentes, como cuando el personaje con el cual se identifican sufre algún daño, especialmente en lucha cuerpo a cuerpo”.<sup>29</sup>

Es decir, el miedo que producen algunas series de Televisión suele ser mayor mientras más se acerquen al miedo del ser humano en la vida real; lo desconocido, la soledad, etc. El niño se asusta con programas Televisivos que reflejan lo que en su vida personal ha vivido o le desagrada (temor, angustia, preocupación, sufrimiento o algo semejante), por ello puede ser impresionado más por una cortada que por un balazo.

Ciertos tipos de emisiones parecen mucho más adecuadas para asustar a los niños, como el famoso Belphegor proyectado por la Televisión Francesa en 1966. “Una encuesta realizada tras ésta emisión reveló cuanto había asustado a los niños las escenas de hipnotismo, muerte por arma blanca, etc., que había en la misma”.<sup>30</sup>

La Televisión mexicana no proyecta Belphegor, pero si cuenta con programas similares como: “La Hora Marcada” (la cual ya no pasa), “Lo que cuenta la Gente” e “Infarto”. Los contenidos ensangrentados de tales

---

<sup>29</sup> Meneses Morales, Ernesto. Op cit. Pág. 195.

<sup>30</sup> Burguelin, Olivier. Op cit. Pág. 173.



programas crean en el niño la sensación de terror, el cual a la hora de dormir evocará en el sueño la conjugación de las imágenes vistas con sus temores.

### **PRECOCIDAD.**

En la actualidad se puede observar que la Televisión produce madurez y precocidad en los niños. Los programas de Televisión presentan escenas mucho más violentas y con más sexo que las que se emitían hace algunos años. Hay indicios de que los espectadores necesitan cada vez más dosis de sexo en los programas para emocionarse. Estas escenas producen asombro y complejidad en los niños, debido a que no las pueden entender y manejar por su grado de inmadurez.

Otra de las cuestiones en la que coinciden los autores es que la Televisión anula la convivencia y comunicación familiar. “De acuerdo a una encuesta realizada por el Profesor Duche, el 40% de los niños preferían más a la Televisión que a su padre, el 20% la preferían en lugar de su madre”.<sup>31</sup>

Mientras los televidentes miran su programa favorito, no consienten que nadie los interrumpa; es común que a la hora de los sagrados alimentos las familias dejan de dialogar para atender lo que les dice la “caja mágica”. Al respecto valdría la pena plantear la siguiente cuestión, ¿Qué es lo más importante, el diálogo o la Televisión?.

---

<sup>31</sup> Eurasquin Alfonso M. Et al. Op cit. Pág. 44.

En efecto, la Televisión tiene la cualidad de reunir a la familia, pero también es cierto que ésta permanece muda delante del Televisor, y en algunos casos es hasta motivo de disputa. (Ver Figura No. 3 en el apartado de Anexos).

### **IMITACION A LA VIOLENCIA.**

Una gran variedad de factores contribuye a la percepción popular de que la violencia va en aumento tanto en los medios de comunicación como en la sociedad. Entre estos, se cuenta la forma en que las noticias son reportadas. Por ejemplo, hace veinte años la cobertura gráfica en el lugar de los hechos no era técnicamente posible; sin embargo, las transmisiones en vivo desde lugares remotos son cosa de todos los días para el público de la era de la información. De hecho, el cambio de los formatos y el éxito comercial en la presentación de las “noticias” ha dado lugar al nacimiento del neologismo “*infotainment*” (término en inglés, que podríamos traducir por “infotenimiento”).

Algunos crímenes, especialmente los de violencia intrafamiliar dirigidos a mujeres y niños, son reportados con mayor frecuencia en estos días ya que las víctimas de tales crímenes tienen una mayor credibilidad y gozan de una mayor protección legal y social. Muchos de esos crímenes sirven de base narrativa para las series de dramatizaciones unitarias basadas en casos de la vida real. Si bien este tipo de programas sirven para aumentar el conocimiento y la preocupación hacia las víctimas de dichos crímenes, también contribuye al desarrollo de una visión hostil del mundo.

Una de las razones por la cual diversos autores están en contra de la televisión, es por el hecho de que ésta contiene muchos programas cargados de violencia y agresividad que repercuten en las relaciones humanas del niño. Meneses Morales afirma: “La Televisión atiza la violencia, no sólo no se carga en segundo término la agresividad latente del espectador, sino que la enciende y la aviva”.<sup>32</sup>

Del análisis de los programas de la Televisión mexicana se obtuvieron los siguientes hallazgos:

1.- El contexto en que la mayoría de la violencia es presentada en la Televisión supone riesgos para los espectadores. La mayoría de los programas realizados en el estudio contienen violencia; sin embargo, lo más importante es el contexto de estos actos de violencia. Al presenciar representaciones comunes de la violencia, los televidentes se arriesgan a: a).- Aprender comportamientos violentos. b).- Desensibilizarse paulatinamente frente a la violencia. c).- Desarrollar más miedo a ser eventualmente atacados.

Tales patrones contextuales resultan recurrentes en la mayoría de los canales, tipos de programa y horarios. Así, existen riesgos sustanciales de que se produzcan efectos dañinos a partir de la exposición que se hace de la violencia a través de la Televisión.

---

<sup>32</sup> Meneses Morales, Ernesto. Op cit. Pág. 193.

**2.-** Los perpetradores permanecen impunes en el 73% de todas las escenas de

violencia. Cuando la violencia es presentada sin castigo, es más probable que los televidentes asimilen la lección de que la violencia es exitosa.

**3.-** Tomando en cuenta la totalidad de los programas, el 47% de todas las interacciones violentas no muestran daño a las víctimas y el 58% no muestran dolor. Sólo alrededor del 16% de la totalidad de los programas exhibe los efectos negativos que tiene la violencia a largo plazo, como el daño psicológico, financiero o emocional.

**4.-** Un total del 25% de las interacciones violentas en la televisión involucran revólveres.

**5.-** Sólo el 4% de los programas violentos destacan temas anti- violencia.

**6.-** Hay también algunas diferencias importantes entre distintos tipos de programas en la presentación de violencia. Las películas presentan con mayor frecuencia violencia en entornos realistas e incluyen un mayor número de escenas sangrientas.

## **LA VIOLENCIA EN LA TELEVISION DESENSIBILIZA A LOS INFANTES.**

La exposición a la violencia en los medios desensibiliza a aquellos que la experimentan a menudo. La violencia televisiva, por ejemplo, desensibiliza al espectador al aumentar su nivel de tolerancia ante las narrativas, el lenguaje y

las imágenes violentas. Generalmente, los niños mayores de 7 años pueden distinguir entre la fantasía de los medios y la realidad cotidiana. La mayoría de los niños confirman esto a través de sus comportamientos y actitudes socialmente aceptables y apropiadas.

Sin embargo, algunos niños no hacen las distinciones necesarias y pueden comportarse de tal manera que puede pensarse que padecen de una incapacidad o de una falta de voluntad para separar el mundo imaginario – verbigracia, de *Mortal Kombat*- del mundo del salón de clases o del patio de recreo.

Entre los 3 y los 5 años de edad, el niño comienza a formar su identidad genérica. Si bien el género de un niño es determinado genéticamente, la cultura y la experiencia determinan los modelos de comportamiento que el niño escoge para la formación de su identidad. En el jardín de niños –y nuevamente llegada la adolescencia-, el niño manifiesta un gran interés por las imágenes que muestran cómo ser mujer y cómo ser hombre en la cultura. Entre estas se cuentan tanto experiencias de la vida real como imágenes experimentadas fortuitamente a través de los medios de comunicación, en especial de la Televisión.

Los varones pequeños, por ejemplo, suelen escoger modelos de comportamiento que celebran la solución agresiva y violenta de problemas como ideal masculino. Aquellos que carecen de modelos de comportamiento masculino positivo en su entorno cotidiano son particularmente vulnerables al

atractivo de este estereotipo en los medios de comunicación y pueden comenzar a exhibir actitudes y comportamientos inapropiados o inaceptables. De manera similar, las niñas emulan las actitudes y comportamientos de personajes televisivos “etéreos” y desvalidos en ausencia de ideales femeninos fuertes y determinados en su vida real, se arriesgan a escoger modelos de comportamiento susceptibles de victimización.

### **ASPECTOS COMERCIALES DE LA VIOLENCIA.**

Las películas de suspenso que forman parte de los llamados “estrenos del verano” de Hollywood están repletas de desastres naturales y villanos malévolos y asesinos. Música atemorizante y repetitiva en abundancia, sombras, incendios, inundaciones y ángulos de cámara dramáticos enfatizan el miedo y aumentan la sensación de horror.

En la producción para la televisión, las decisiones creativas como éstas se toman siempre pensando en el público: En un público que se espera haga de un producto un éxito. Ya que las industrias comerciales, las compañías productoras y la Televisión están naturalmente preocupadas por aumentar el tamaño de su audiencia y elevar sus ratings (niveles de medición de audiencia) y que las ganancias provenientes de la publicidad comercial y la inversión capitalista son esenciales para financiar la producción en la misma.

### **CREACION DE REALISMO EN LOS TEXTOS DE COMUNICACION.**

Las reacciones de los niños ante la violencia parecen depender del grado de realismo representado. Los dibujos animados violentos, verbigracia, suelen influir menos en los pequeños espectadores que las películas no animadas. Los eventos altamente estilizados y violentamente dramatizados llenos de pirotecnia o de luchas coreográficas son generalmente reconocidos como fantasiosos, incluso por niños muy pequeños, y tienden a tener escasa influencia directa en su comportamiento.

Por otra parte, las representaciones violentas en la Televisión que se aproximan a la vida real son las más difíciles de procesar para los niños y, sin embargo, las que más pueden influir en ellos. Los documentales sobre crimen y los “docudramas” tienen más impacto potencial en los niños que los dibujos animados o las historietas. Aún así, el programa de Televisión más atemorizante para los niños es el noticiario.

### **REFERENCIAS CRUZADAS DE TEXTOS DE COMUNICACION.**

Una referencia cruzada se produce cuando los mensajes u objetos de los medios de comunicación aluden a, o surgen de otros mensajes u objetos de los medios de comunicación. Ejemplo de ello son la reproducción de la imagen de un personaje de dibujos animados en un juguete o camiseta o la inclusión del tema de un programa de televisión en un programa o canción diferente.

Las armas de juguete, basadas en las que aparecen en programas de Televisión y películas, son ejemplos especialmente significativos de referencias cruzadas, ya que su propósito inherente conlleva nociones profundamente

arraigadas de miedo y agresión, lesión y muerte. El niño que usa armas de juguete en juegos calcados de un programa de Televisión extiende su experiencia del programa mismo, reforzando así cualquier influencia que éste haya tenido sobre él.

Las imágenes de personajes televisivos comercialmente disponibles como muñecos tienen nociones violentas menos arraigadas que las armas de juguete. Al tener más de una función, los muñecos de héroes de acción no están siempre entregados a un combate, por lo que su influencia potencial en las actitudes y actos de los niños es menor.

Las referencias cruzadas de personajes populares de los medios electrónicos refuerzan el aprendizaje del niño a través de un gran número de artículos, como loncheras, mochilas, lápices, cereales y pastas para sopa, gorras, camisetas, sudaderas, disfraces, relojes de pulsera, pijamas y tatuajes lavables. Dichos textos proveen a menudo el estímulo para el juego, si bien los valores en ellos arraigados podrían servir para crear ejemplos perfectos de “consumismo comunicacional”. Los artículos especialmente “de moda”, en tanto que símbolos de status, pueden también convertirse en catalizadores de situaciones de hostilidad infantil: “Todo el mundo en el salón tiene uno, ¿porqué tu no?”.

## **ESCENIFICACION DE COMPORTAMIENTOS Y ACTITUDES.**



La escenificación se refiere al almacenamiento activo de motivos, elementos narrativos, caracterizaciones y actos que los niños ven, escuchan o leen y a la representación subsecuente de dichos elementos en sus juegos.

La escenificación revela que los niños son naturalmente activos y que algunos pueden ser agresivos. También ilustra el grado al que el juego infantil involucra la imitación de lo observado y experimentado en el hogar, en la escuela, en el patio de recreo y a través de la Televisión.

Al respecto Chavez Maury comenta: “Por otra parte se les presentan estereotipos, los cuales tienden a copiar (Superman, Batman y Robin), con respecto a las caricaturas perciben la violencia que hay en ellas, disfrazadas de inocentes bromas y aventuras que posteriormente imitarán molestando a sus compañeros”.<sup>33</sup>

La escenificación puede formar parte de la elección que un niño haga de su héroe favorito. Ya que los héroes encarnan valores considerados importantes, tienden a evocar comportamientos escenificados. A su vez, los escenarios personales son valorados por otros individuos que admiran al mismo héroe o a uno similar. Los niños perciben esto incluso cuando son demasiados pequeños para verbalizar su comprensión.

Los héroes de la gente cambian con el tiempo, de acuerdo a su edad, historia personal y necesidades. Aquellos niños con necesidad de mayor poder

---

<sup>33</sup> Chavez Maury, Alfonso. Op cit. Pág. 42.

y control, encontrarán un héroe en personajes como Batman o Robocop; aquellos necesitados de afecto o ávidos de expresarlo, se inclinarán por un personaje amoroso y adorable como Barney o Abelardo.

Los niños iracundos a menudo escogen héroes propensos a la violencia.

## **LA VIOLENCIA EN LOS MEDIOS GENERA COMPORTAMIENTOS VIOLENTOS.**

Es muy cierto que los niños son testigos de la violencia en los medios y también que ocasionalmente la presencian en la vida real. Los niños también comienzan, generalmente de manera más bien rápida e informal, a notar y comparar las diversas consecuencias de los distintos tipos de violencia.

“Twitchell afirma que las historias violentas constituyen un rito esencial para los adolescentes varones. Percibe su disfrute fortuito de la violencia en la Televisión como un rito iniciático relacionado con el establecimiento de su identidad y con la comprensión de sentimientos y miedos a través de la representación de roles tradicionalmente desempeñados por los adultos. De acuerdo a su visión, los niños ven en la violencia y en la agresión estrategias primarias para la resolución de conflictos y no logran percibir su falta de adecuación sino sólo gradualmente. Finalmente Twitchell sostiene que conforme los niños varones se hacen adolescentes, suelen desarrollar respuestas cada vez más complejas ante el conflicto y los sentimientos de

agresión, incluyendo actividades como la discusión, la negociación y el deporte”.<sup>34</sup>

Chavez Maury Alfonso al igual que Luis Ramiro Beltran, afirma que los niños tienden a imitar lo que ven en la pantalla: “En los programas de aventuras los niños encuentran la escuela más perfecta para el crimen y la delincuencia. Estos efectos no se quedan en simples imágenes, sino que tienden a ser imitados por los niños”.<sup>35</sup>

Los niños pequeños que están expuestos a la violencia a menudo revelan sentimientos de molestia, miedo o ansiedad en formas menos directas. Los niños tímidos, por ejemplo, pueden comportarse retraídos y sentirse atemorizados como resultado de la exposición a estereotipos violentos en la Televisión, a la anticipación innecesaria de la violencia en ciertas situaciones o lugares o a la presencia de cierto tipo de gente.

En el periódico Diario del Istmo se publicó un artículo que ponía de relevancia los efectos de la violencia emitida en la programación de la Televisión. “Los niños que se exponen excesivamente a la violencia en la Televisión tienden a ser más agresivos. Algunas veces, el mirar un solo programa violento puede aumentar la agresividad. Los niños que miran espectáculos en los que la violencia es muy realista, se repite con frecuencia, o no recibe castigo, son los que más tratarán de imitar lo que ven. El impacto

---

<sup>34</sup> The Metropolitan Toronto School Board. Op cit. Págs. 31 y 32.

<sup>35</sup> Ibidem.

de la violencia en la Televisión puede ser evidente de manera inmediata en el comportamiento del niño, o puede surgir años más tarde”.<sup>36</sup>

Algunas investigaciones indican que el impacto de las 2 o 3 horas promedio de Televisión que los niños ven al día está principalmente determinado por la manera en que sus experiencias con la familia, en la escuela y con sus compañeros son válidas o invalidas por lo que ven. Si, por ejemplo, un niño está rodeado de eventos y actitudes violentas en su entorno cotidiano, la violencia a la que queda expuesto de manera fortuita a través de los programas televisivos de “acción” puede parecerle normal. Así, las relaciones amistosas y cooperativas que ve por Televisión pueden resultarle anormales o, cuando menos, ajenas a su experiencia cotidiana. Lo que es más interesante es que ciertos estudios también demuestran que el espíritu de cooperación y camaradería de ciertos super héroes puede constituir un contrapeso a la hostilidad o indiferencia de las experiencias primarias o de la vida real de ciertos niños. Algunos niños que presentan trastornos de la conducta pueden padecer de importantes dificultades psicoemocionales que les impiden comprender la frontera entre la fantasía y la realidad, acompañados además de un alto grado de impulsividad.

El psicólogo infantil Meneses Morales comenta: “Un estudio realizado por Eron Lefkowitzm Huesmann y Walter durante 10 años, concluye que la

---

<sup>36</sup> García Leobardo. “Efectos de la T.V. Como repercute este poderoso medio en el desarrollo infantil”. Diario del Istmo. Coatzacoalcos, Ver., México. Diario del Istmo. Domingo 25 de Septiembre de 2005. Vida y Sociedad, Pág. 9. Año XXV Núm. 9,278.

contemplación de la violencia en la Televisión en los primeros años influye en la conducta agresiva posterior

de los niños”.<sup>37</sup>

En diversos estudios, realizados por Ivar Lövaas, Albert Bandura, Paul Mussen y Eldred Rutherford, Peterson y Thurstone, la doctora Himmelweit, entre muchos otros, se muestra que los niños expuestos a programas violentos muestran cierto grado de impulsos agresivos, además de que no cambian sus opiniones acerca de la inmoralidad o agresividad de tal conducta, sino que están más prestos a recordarla en tiempo de conflictos, sintiendo inclinación a resolver el conflicto por medio de la violencia.

Otro de los estudios señala que cuando un villano tiene éxito, los niños se identifican fácilmente con él, y quieren ser como él: en otras palabras, prefieren cierto tipo de conducta que tenga éxito sin importarles sus consecuencias inmorales.

En virtud de los análisis y estudios citados, se desprende que la violencia es nefasta en los niños, por ello es necesario precisar más y tomar en consideración los siguientes argumentos:

**a).**- “La idea más tradicional, la expresada con mayor frecuencia es, sin duda, la de la incitación. La representación de comportamientos violentos implica el

---

<sup>37</sup> Meneses Morales, Ernesto. Op cit. Pág. 194.

peligro de empujar al espectador, en particular al niño o al joven, a reproducirlas en la vida real.

**b).**- Los efectos de las escenas de violencia pueden ser catastróficas; se sostiene a menudo en los individuos con menor resistencia psíquica o moral.

Entre los principales

seres propensos se encuentran los niños.

**c).**- La gran mayoría de las personas piensan que la violencia es mala porque es capaz de traumatizar a los niños pequeños, independientemente de los efectos sociales que la misma pueda tener.

**d).**- Para algunos autores los efectos de las escenas de violencia no deberían ser siquiera planteados: El espectáculo es una cosa, la vida es otra; y los niños tienden a confundir lo real con lo imaginario”.<sup>38</sup>

#### **4.4.3.- EFECTOS INTELECTUALES.**

Por efectos intelectuales se entienden todas las repercusiones que aparea la Televisión, y que obstaculizan el entendimiento o razonamiento del pequeño.

“Los Psicólogos afirman que ver la Televisión bloquea e incluso destruye la capacidad creativa de los niños, la cual es indispensable para su desarrollo

---

<sup>38</sup> Burguelin Olivier. Op cit. Págs. 174, 178 y 179.

mental normal; además, origina en el educando dificultades en el procesamiento del lenguaje y algunos desordenes psiquiátricos”.<sup>39</sup>

Debido a que los programas televisivos presentan todo elaborado, el niño ya no tiene que hacer ningún esfuerzo más que sentarse a contemplar el Televisor, y por ende no sale a jugar, así que no estimula su imaginación, ni su creatividad.

Marie Claire Acosta coincide con Ricardo Sansano cuando apunta que: “La Televisión trivializa la realidad y mata la imaginación”.<sup>40</sup>

Vale la pena plantear los siguientes razonamientos, ¿Qué esfuerzo debe desplegar un chico que asiste a un programa de aventuras?, ¿Qué espíritu crítico despierta el contemplar conflictos resueltos con un beso, un apretón de manos, o lo que es peor, por un revolver?. Esta forma de entretenimiento inculca a los niños la tendencia a la pasividad, a la receptividad, a ser alimentados, a absorber lo que se les ofrece sin mayor esfuerzo que alargar la mano.

El niño se va identificando con éste esquema, y por ende, se empieza a acostumbrar a que todo se le debe dar elaborado, acabado, por lo tanto, empieza a atrofiar su cerebro; se revela, ya no quiere realizar operaciones aritméticas o el análisis de un texto, mucho menos resolver problemas complicados.

---

<sup>39</sup> Sansano, Ricardo. Op cit. Pág. 173.

<sup>40</sup> Acosta, Marie Claire. Et al. Op cit. Pág. 251.

Lo anterior significa que cuando la Televisión no esté disponible, el niño se inclinará primordialmente hacia actividades donde sólo sea un espectador, antes de enrolarse a un juego activo.

Alfonso Eurasquin señala: “La Televisión, hoy por hoy sólo le permite el papel de pasivo receptor de mensajes que no admiten respuesta”.<sup>41</sup> La Televisión no promueve la retroalimentación, por lo tanto limita el ejercicio verbal empobreciendo el vocabulario del niño.

Para Burguelin el término “PASIVIDAD” equivale a “DISTRACCIÓN”, y por ello la Televisión es un factor que desvía la atención del niño. Al respecto señala lo siguiente:

“Al comenzar el curso note que una de mis alumnas (6 años) parecía estar siempre ausente de la clase. No llegaba a decidirse a hacer su copia o cualquier otro trabajo, estaba en otro mundo. Cuando supe que veía mucha Televisión, comprendí que revivía sus films”.<sup>42</sup>

Del apunte de Burguelin se desprende, que el niño que ve Televisión en demasía, le cuesta más trabajo concentrarse, debido al cúmulo de fantasías que obtiene de éste medio de comunicación.

---

<sup>41</sup> Eurasquin, Alfonso. Et al. Op cit. Pág. 185.

<sup>42</sup> Burguelin Olivier. Op cit. Pág. 162



Chavez Maury Alfonso señala un criterio del mismo tenor:

*“Los medios masivos de comunicación distraen la atención del estudiante de sus deberes, avocándolos a diversiones cada vez más sofisticadas, distrayéndolos de las responsabilidades cotidianas de su escuela, desperdiciando su tiempo en actividades sin contenido útil y provechoso, obligándole a inventar estrategias para salir del “paso”, fácil y rápidamente, olvidándose de que asiste a la escuela para aprender y no sólo para pasar tragos amargos”.*<sup>43</sup>

Meneses Morales expresa: “Aunque la Televisión cuenta con magníficos recursos para instruir; fomenta la ignorancia de los niños, la pasividad malsana y la conformidad peligrosa”.<sup>44</sup>

Por otro lado, “El niño que juega libremente es un verdadero investigador que somete la realidad a experimentos a partir de los cuales va adquiriendo su propia conciencia del mundo, a la par de esa madurez que, comúnmente se ha venido llamando uso de razón”.<sup>45</sup>

La Televisión le ofrece al niño una conciencia y una razón que ya no son ni podrán ser suyas. Y no sólo se tendrá que hablar de problemas de carácter psicológico sino de mucho más.

---

<sup>43</sup> Chavez Maury, Alfonso. Op cit. Pág. 45.

<sup>44</sup> Meneses Morales, Ernesto. Op cit. Pág. 193.

<sup>45</sup> Eurasquin, Alfonso. Et al. Op cit. Pág. 147.

Si el niño está organizando su concepción del mundo a partir de lo que ve y escucha de la Televisión, entonces se tendría que hacer un paréntesis para reflexionar a partir de que esquema está formando su concepción del mundo, porque no se debe dejar de lado que la Televisión evade la realidad, es decir, el niño está partiendo de una concepción falsa que por supuesto no sólo repercutirá en su ámbito educativo, sino en todos los demás aspectos de su persona.

Con los razonamientos expuestos en éste capítulo se pretende dejar en claro que la Televisión repercute nocivamente al niño en todos los aspectos, incluyendo el proceso educativo del mismo, puesto que en vez de reforzar los contenidos adquiridos en la escuela, la Televisión se encarga de enseñarle todo lo contrario.

## **CONCLUSIONES.**

Está demostrado que la Televisión es uno de los medios más importantes a nivel mundial, que contribuye a la globalización, permitiendo conocer lo que sucede de un extremo del mundo a otro en cuestión de minutos, más sin embargo el uso desmedido de él ha provocado innumerables consecuencias o males de la época moderna.

Lo alarmante del uso desmedido de este importante medio de comunicación, por parte del telespectador, sin importar estrato social, edad o género, ha provocado en él efectos nocivos de carácter secundario.

La adquisición de estos efectos nocivos de carácter secundario, han contribuido factores determinantes. Lo anterior queda demostrado por los estudios e investigaciones que se han realizado por parte de quien sustenta, los cuales han arrojado que en la adicción de los infantes hacia la televisión inciden factores como la soledad, el entretenimiento, el estado emocional, el estado físico, el nivel cultural de los infantes y padres, el entorno social, etc.

Los daños colaterales de ésta codependencia son incuantificables, debido a que la personalidad del infante se ve perturbada por la adquisición de ideologías, aculturación de valores ajenos a nuestra patria, pautas de conducta, formas de expresión, consumismo exacerbado, carencia de creatividad e imaginación, falta de espíritu crítico, baja autoestima, incitación a la violencia y a la discriminación, el desplazamiento de los juegos tradicionales y de las

costumbres mexicanas, etc. Lo anterior se vislumbra al momento en que el infante se coloca frente al televisor, a los pocos segundos queda atrapado en la imagen y se truncan los objetivos desde la etapa de “descubrir”, hasta la etapa en la que el infante logra comprender a las personas que le rodean.

Por ello y de acuerdo a los objetivos planteados, se llega a los siguientes razonamientos:

**1.-** Educación y Comunicación son procesos fundamentales que deben vincularse y conjugarse para lograr el aprendizaje significativo en los educandos.

**2.-** Entre los Medios Masivos de Comunicación, la Televisión ha evolucionado a pasos agigantados, con una fuerza informativa que no tiene precedentes ni sucedáneos.

**3.-** La Televisión forma parte de la cultura mexicana.

**4.-** La Televisión comercial está apoyando y promoviendo la Cultura Norteamericana, ocasionando el desplazamiento de las costumbres, los valores y las creencias que imperan en México.

**5.-** La Televisión produce efectos nocivos en el niño, los cuales repercuten en sus relaciones humanas y en su proceso educativo.

**6.-** La Televisión transmite valores negativos, falaces y superfluos, ocasionando seres deshumanizados, frívolos y acrílicos.

Como puede observarse, no existe una buena relación educativa entre Televisión y Educación Formal. La Televisión dista mucho de reforzar los

objetivos que se pretenden inculcar en el niño, debido a que sólo la cuarta parte de su programación está destinada a programas educativos, con la salvedad de analizar que tan educativos son. Los canales educativos que transmite el sector público y los cuales están restringidos a un sector poblacional de Educación Media Básica son: La Red Edusat, la cual esta integrada por: Canal 11 Telesecundaria, Media T.V., Canal 13, Canal 14 Capacitación, Canal 15, Canal 16, Canal 17, Canal 18, Canal 22, Canal 23 y Canal 27. En el Estado, el Canal 72 TV MAS de XALAPA. Aunado a lo anterior no existe una Organización gubernamental reguladora que analice minuciosamente los programas emitidos por la Televisión Comercial; la RTC, aunque fue creada para ello, esta sujeta a intereses particulares. En el ámbito de la comunicación existe una organización no gubernamental denominada “A favor de lo mejor”, cuya finalidad es la de catalogar acorde al contenido de la programación.

Ante la problemática que suscita la Televisión, existen tres alternativas:

1).- Que el Sector Público haga del dominio general los canales educativos mencionados en el párrafo anterior; 2).- Impedir que los niños vean la Televisión; y 3).- Permitir que la vean con ciertas restricciones, en razón del tiempo y los programas que van a ver. De optar por la tercera opción se sugiere lo siguiente:

**a).- ELIJA LA PROGRAMACION JUNTO CON SU HIJO.** Seleccione aquellos programas que prometan ser interesantes e instructivos; programas donde se

muestre la cultura de otros países; programas educativos o de investigación científica.

**b).- INDIQUE CUANTO TIEMPO PODRA VER LA TELEVISION.** De acuerdo a los especialistas, el niño cuya edad fuere menor a 14 años, debe ver Televisión como máximo 10 horas semanales distribuidas de manera proporcional, con una programación previamente seleccionada. Los que aún no están en edad escolar (párvulos), deben ver la Televisión por espacio de siete horas semanales, es decir, una hora diaria.

**c).- ES CONVENIENTE QUE VEA CON EL INFANTE LOS PROGRAMAS PERMITIDOS.** Dese tiempo para ello; es importante que usted se dé cuenta del contenido de los mismos y del influjo que puedan ejercer en la mente del menor.

**d).- EXPLIQUE LOS MENSAJES SUBLIMINALES DE LOS COMERCIALES.** Comente el propósito de éstos y juntos critiquen las exageraciones y patrañas. Descubran que los engaños de la publicidad pueden ser tan nocivos como caer en un laberinto sin salida.

**e).- PIDALE SU OPINION DE LO QUE VE EN LA TELEVISION.** Inducir a los niños a hablar sobre la música que escuchan, las películas o programas de Televisión que ven y los juegos de video y de computadora que les gusta jugar. Respete sus ideas, pero también compártale las suyas. Sus respuestas le ayudaran a saber qué les interesa, cómo se sienten y a qué temen.

**f).- PIDALE FINALES PARA LAS HISTORIAS QUE VE.** Convoque al niño a pensar en finales posibles para los temas. Esto los animará a observar y a pensar cuidadosamente, con el fin de adivinar de manera correcta y realista de cómo terminarán las cosas. La predicción es parte importante de la resolución de problemas. También los empuja a dar soluciones pacíficas a situaciones violentas, reduce sus miedos, te da la oportunidad de hablar con ellos sobre los valores y las relaciones humanas.

Por último se puede mencionar, que la Televisión es un invento de gran importancia en la vida moderna. Sin embargo, puede convertirse también, en un invasor de nuestro hogar, un huésped inoportuno e indeseable; alguien que no está transmitiendo en la familia valores, actitudes y modelos de conducta acordes a la sociedad.

De nosotros depende que éste elemento de la vida moderna, lejos de ser un peligro, se convierta en un agente educativo, en una fuente valiosa de información. Por lo tanto, es conveniente usar un método personal y familiar para ver la Televisión de manera crítica y reflexiva.

**LUZ DEL CARMEN CADENA LARA.**

**MAYO 2006.**

**ANEXOS.****FIGURA No. 1.****LA TELEVISION Y EL NIÑO.**



**FIGURA No. 2.**

ALEJANDRO VE LA TELEVISION, OBSERVE LA SECUENCIA DE IMAGENES.





LA TELEVISION PRESENTA COSAS FANTASTICAS CON MUCHO REALISMO.

**FIGURA No. 3.**



**LA TELEVISION AISLA A LA FAMILIA.**

## BIBLIOGRAFIA.

ACOSTA, Marie Claire, Et al. ¿Qué ofrece la Televisión Infantil?. Problemas de Educación y Sociedad en México N° 1 México, 1982. Editorial U. P. N. Págs. 300.

ALVES de Mattos, Luiz. Compendio de la Didáctica General. 2ª ed., 9na. reimp. México, 1985. Editorial Kapelusz. Págs. 1076.

BELTRAN, Luis Ramiro. Et al. Comunicación Dominada EE. UU. En los medios de América Latina. 3ra. ed. México, 1981. Editorial Nueva Imagen. Págs. 150.

BURGUELIN, Olivier. La Comunicación de Masas. España, 1974. Editorial Planeta y A. T. E. Págs. 200.

CHAVEZ Maury, Alfonso. ¿Por qué mi hijo no Aprende?. 3ra. ed. México, 1989. Editorial Edamex. Págs. 120.

CUEVAS G. Salmenes, Ma. De Lourdes. Teoría de la Comunicación. 3ra. ed. Xalapa, Ver., 1995. Editorial S. E. C. Págs. 142.

DE LA TORRE ZERMEÑO. De la Torre Hernández. Taller de Análisis de la Comunicación 2. México, 1995. Editorial Mc Graw Hill. Págs. 250.

DE LA MOTA, Ignacio H. **Enciclopedia de la Comunicación.** Tomo 4. México, 1994. Editorial Limusa. Págs. 1500.

**DICCIONARIO ENCICLOPEDICO BRUGUERA** Tomo 5. México, 1981. Editorial Bruguera. Págs. 513- 640.

**DICCIONARIO ENCICLOPEDICO BRUGUERA.** Tomo 16. México, 1981. Editorial Bruguera. Págs. 1937- 2084.

**DICCIONARIO ENCICLOPEDICO LAROUSSE.** 42va. reimp. México, 1985. Editorial Larousse. Págs. 663.

EURASQUIN, Alfonso, Et al. **Los Teleniños.** España, 1981. Editorial Laia. Págs. 200.

**ENCICLOPEDIA BARSA.** Tomo 5. México, 1981. Editorial Encyclopaedia Británica Publishers, Inc. Págs. 520.

**ENCICLOPEDIA de México.** Tomo XII. 2da Ed. México, 1977. Editorial Impresora Mexicana. Págs. 600.

**ENCICLOPEDIA Práctica de la Pedagogía.** Tomo II. España, 1984. Editorial Océano. Págs. 1225.

**ENCICLOPEDIA Técnica de la Educación. Santillana Tomo 2.** Madrid, 1970.

Editorial Elfo. Págs. 1300.

FREIRE, Paulo. **¿Extensión o comunicación?**. México, 1975. Editorial Siglo XXI.

Págs. 150.

FREIRE, Paulo. **La Educación como Práctica de la Libertad.** 50ª.ed. México, 1976.

Editorial Siglo XXI. Págs. 1026.

GODED, Jaime. **El Mensaje Didáctico Audiovisual: Producción y Diseño.** México,

1976. Serie nuevos métodos de enseñanza. UNAM. Págs. 450.

GONZALEZ ALONSO, Carlos. **Principios Básicos de Comunicación.** México, 1984.

Editorial Trillas. Págs. 252.

GRUPO Docente. **Enciclopedia Master Biblioteca Práctica de Comunicación.** Tomo

2. Aprendizaje. España, s/a, 1992. Editorial Océano. Págs. 1350.

LA BELLE, J. Thomas. **Educación no Formal y Cambio Social en América Latina.**

México, 1980. Editorial Nueva Imagen. Págs. 400.

LINTON, Ralph. **Estudio del Hombre.** 2da. ed. México, 1972. Editorial Fondo de

Cultura Económica. Págs. 100.

LOZANO, Lucero. **Nuevo Español Activo 1.** 6ta. reimp. México, 1997. Editorial Porrúa. Págs. 187.

MARTIN SANCHEZ, María Teresa. **El Hombre y la Cultura.** 17va. ed. México, 1988. Editorial Porrúa. Pág. 205.

MEJIA PRIETO, Jorge. **La Historia de la Radio y la Televisión en México.** México, 1972. Colección México Vivo. Págs. 253.

MENESES MORALES, Ernesto. **Educación comprendiendo al niño.** México, 1979. Editorial Trillas. Págs. 230.

MICHAEL, Guillermo. **Aprende a Aprender.** 13va ed. México, 1996. Editorial Trillas. Págs. 202.

MORENO GARCIA, Roberto. **La Enseñanza Audiovisual.** México, 1982. Editorial Patria. Págs. 130.

PAPALIA, Diane E. Et al. **Desarrollo Humano.** México, 1986. Editorial Mc Graw Hill. Págs. 325.

PHILIP H., Phenix. **Educación y Sociedad.** México, 1969. Editorial Pax. Págs. 150.

QUIJADA SOTO, Miguel Ángel. **La Televisión: Análisis y Prácticas de la Producción de Programas.** 3ra Ed. México, 1996. Editorial Trillas. Págs. 109.

SANSANO, Ricardo. **La Televisión Peligrosa.** España, 1991. Editorial Clie. Págs. 200.  
SEP. **Libro para el Maestro de Segundo Grado.** México, 1990. Editorial SEP. Págs. 230.

SUAREZ DIAZ, Reynaldo. **La Educación.** México, 1987. Editorial Trillas. Págs. 529.

THE METROPOLITAN TORONTO SCHOOL BOARD. **Que hacer frente a la violencia en los medios, puntos de partida para el salón de clases.** México, 2000. Editorial Panorama. Págs. 70.

U. P. N. Antología **“Estadios del Desarrollo según H. Wallon” Desarrollo del niño y Aprendizaje Escolar.** México, 1986. Págs. 300.

ZACHARIS Y Coleman. **Comunicación Oral.** 2da Edición México, 1978. Editorial Limusa. Págs. 206.



## HEMEROGRAFIA.

CHARLES C. Mercedes. **Nacionalismo y Educación, una relación conflictiva.**

Revista Cero en Conducta N° 111 y 112. Pág. 103.

ESCUADERO LUIS, Margarito. “Cristina y Don Francisco, parte de un proyecto macabro en nuestro país” **Periódico Diario del Istmo.** Coatzacoalcos, Veracruz, México. Diario del Istmo. 4 de Marzo de 1993. Págs. 7 y 8. Año 14 Núm. 5010.

FRAGOSO, Franco David. **Ponencia: “El niño frente a la Televisión, un reto educativo”** 6 y 7 de Octubre de 1987. Xalapa, Veracruz.

GARCIA, Leobardo. “Efectos de la T.V. Como repercute este poderoso medio en el desarrollo infantil”. Diario del Istmo. Coatzacoalcos, Ver., México. Diario del Istmo. Domingo 25 de Septiembre de 2005. Vida y Sociedad, Pág. 9. Año XXV Núm. 9,278.

MONSIVAIS, Carlos. **“Las Tribulaciones del Nuevo Nacionalismo”.** En **Revista Mensual Nexos N° 50.** Febrero, 1982. Pág. 18.

PACKARD, Vance. **“La Televisión puede ser nociva para los niños”.** **Selecciones Reader’s Digest.** Núm. 549. México, 1986. Editorial Reader’s Digest. Pág. 129.

RESENDIZ, Evelina. **“Dos Programas de Televisión”**. **Revista Tlacaetl**. N° 1. Nov. – Dic. México, 1988. Pág. 12.

SANCHEZ RUIZ, Enrique. **“Dime que ves y te diré qué Consumes”**. **Revista del Consumidor**. N° 125. Pág. 18.

## **DIRECCIONES ELECTRONICAS.**

<http://pdf.rincondelvago.com/ciencias-de-la-comunicacion.html>.