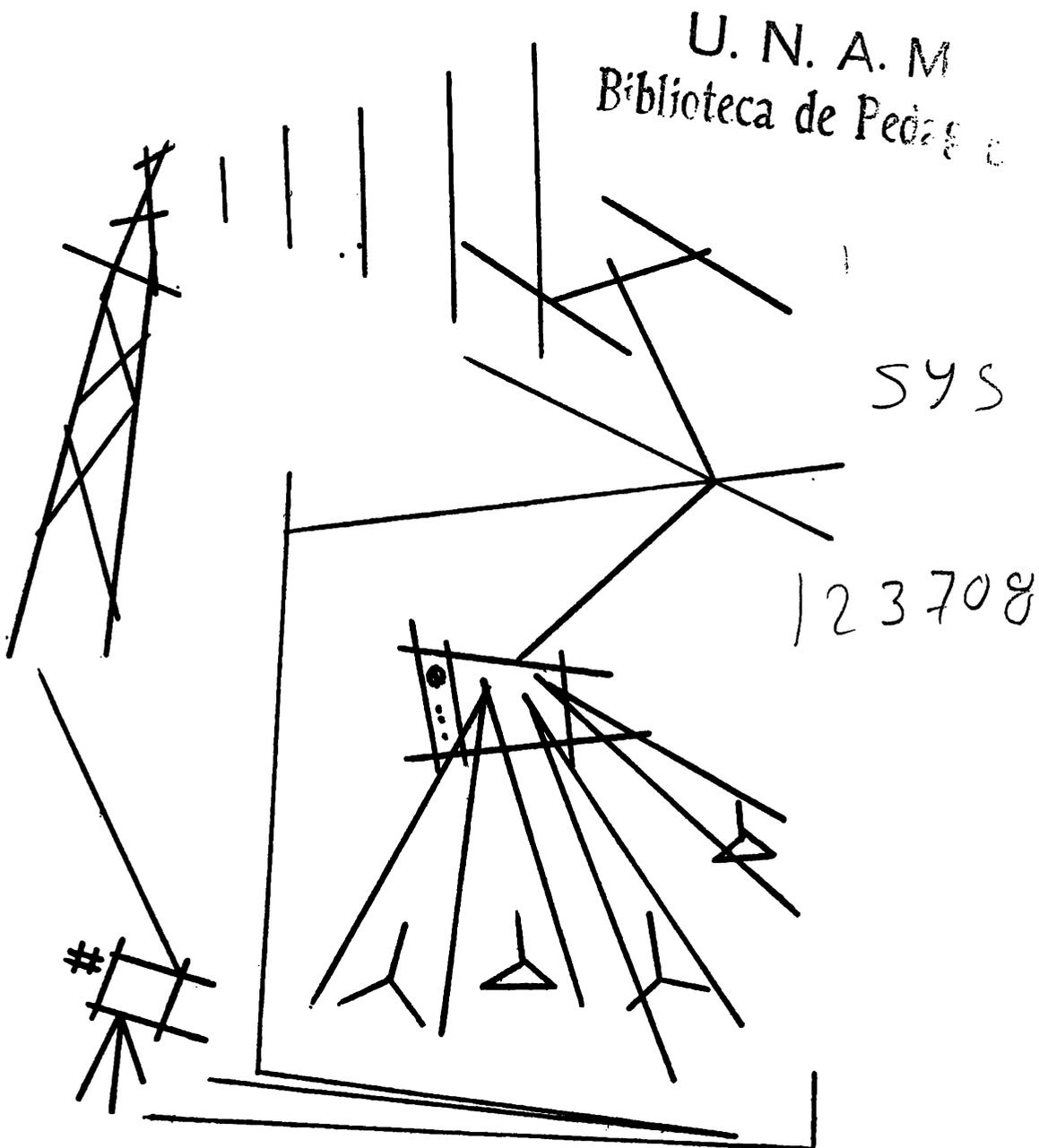


UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE PEDAGOGIA



PSICOPEDAGOGIA DE LA TELEVISION

TESINA QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
PEDAGOGA PRESENTA MA. GUADALUPE
GAMIETEA Y DOMINGUEZ.

ENERO 1972



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.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

PSICOPEDAGOGIA DE LA TELEVISION

I N D I C E

	<u>PAGS.</u>
INTRODUCCION Y CONCEPTOS BASICOS.	1
I.- <u>DIVERSAS FUNCIONES DE LA TELEVISION</u>	4
1.- Informativa	4
2.- Recreativa	4
3.- Didáctica	5
4.- Comercial	5
II.- <u>LA TELEVISION COMO MODIFICADORA DE LA CONDUCTA HUMANA</u>	5
1.- Adquisición de contenidos	6
1.1.-Aprendizaje	6
1.2.-Lenguaje	12
1.3.-Inteligencia	13
1.4.-Conducta	15
2.- Efectos sobre la socialización	18
3.- Televisión y las percepciones	20
3.1.-Sensación visual	20
3.2.-Sensación auditiva	22
III- <u>LA TELEVISION COMO PROMOTORA DE LA EDUCACION</u>	24
COROLARIO	28
REFERENCIAS	30

1.- INTRODUCCION.

La humanidad no puede ser ajena a los avances y a la influencia de la técnica. Esta se ha infiltrado en todos nuestros actos hasta hacerse imprescindible dentro de nuestra vida, usos y costumbres.

La televisión, producto de la técnica, ha penetrado decididamente hasta lo más íntimo de nuestra persona, sus programaciones no han respetado la idiosincrasia de los pueblos, sus costumbres, su concepto particular de la ética; al abordar algunos temas, presenta dilemas que en ciertas áreas jamás serían vistos; en ocasiones logran que el usuario descubra en sí mismo sentimientos ocultos y hasta contradictorios, sean de piedad o de crueldad, de amor o de odio, etc. Esta por otro lado, conduce a una enorme riqueza de experiencias que acaban por estimular comportamientos a corto o largo plazo y presenta nuevos horizontes a la Pedagogía contemporánea.

El empleo de este medio de difusión ha aumentado considerablemente en todas partes del mundo, al grado que un aparato de televisión, forma parte del mobiliario de todo hogar y desde su aparición, ha formado constantemente nuevos hábitos en las costumbres de cualquier familia.

Es necesario reconocer el enorme potencial que encierra la televisión, ésta ha abierto grandes perspectivas a la concepción social, política o cultural; influye resueltamente en el comportamiento de las masas, su misión cualquiera que esta sea, actúa sobre el individuo que termina aceptándola como producto de su propia cultura.

Es por esto que ha nacido en mí, el interés de estudiar con mayor amplitud y profundidad (hasta donde el tiempo lo permita), los efectos de la televisión comercial con un doble enfoque; pedagógico y psicológico. El primero referido, a los cambios de conducta que la televisión suscita y que no son otra cosa que aprendizaje; el análisis de este aprendi-

zaje está basado en principios psicológicos, he aquí el segundo enfoque.

Este trabajo fué elaborado con el auxilio de la lectura - - de variadas obras reportadas en las referencias, así como revistas y documentos. He tenido la oportunidad de entrevistar personalmente a algunos inves--tigadores de la Universidad de Stanford, California, quienes han realizado nu--merosos estudios sobre el tema en diversos países del mundo y que ahora se en--cuentran trabajando en México.

Encontraremos en esta exposición, un breve análisis de lo - que es la televisión, los efectos que ésta provoca y la utilización que de to--das sus ventajas debemos hacer; porque en estos momentos nos encontramos ante la ironía de contar con un medio de poderosas dimensiones y no sabemos como - utilizarlo, es como si en nuestras manos tuviésemos al genio de la lámpara -- y no supiésemos servirnos de él.

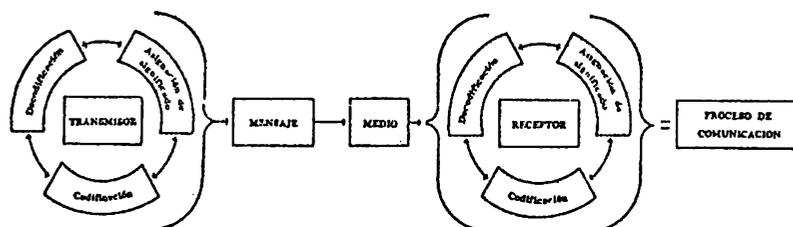
2.- CONCEPTOS BASICOS.

Indudablemente que vivimos una época en que el problema de la comunicación ocupa el primer plano. Este complejo proceso atañe al hombre en diferentes dimensiones; la del conocimiento, la psicológica y la social.

Para que la comunicación sea posible, debe haber un trans--misor que descifre, asigne significado y codifique el mensaje. Este transmi--sor se vale de un medio o canal para enviar la información. El requisito - - esencial es que el mensaje tenga un lenguaje común para el transmisor y el re--ceptor; a continuación el receptor efectuará los mismos pasos que llevó a ca--bo el transmisor, esto es, descifra, asigna significado y codifica, entonces - es cuando ambos se están comunicando.

Para que la comunicación tenga mayor validez, para que sea--más completa, debe haber un reporte o retroalimentación, que vendrá a influir

directamente sobre ésta. La retroalimentación* tiene tantas formas como clases de comunicación existen.



Las etapas transmisoras del mensaje, del medio y del receptor en el proceso total de comunicación

Entre los medios de comunicación, uno de los más completos es la televisión, se vale de un proceso para transmitir imágenes a distancia- utilizando ondas hertzianas de alta frecuencia. Exige la presencia de un aparato transmisor que convierta los rayos luminosos en impulsos eléctricos, y-- de un receptor que transforme los impulsos captados en rayos de luz visibles. Por las características enunciadas podemos ver cualquier suceso en el momento mismo que acontece.

En lo sucesivo cuando me refiera a la televisión, usaré -- las siglas TV.

* Retroalimentación; Permite a quien transmite modificar su propio mensaje.

1.- DIVERSAS FUNCIONES DE LA TV.

Las funciones principales de la TV son: La información y el entretenimiento, pero su contenido es tan amplio que realiza también funciones educativas, de dirección orientando opiniones y criterios, de diversión y propaganda, etc. Para fines de estudio clasificaremos estas funciones en cuatro:

- 1.- Informativa
- 2.- Recreativa
- 3.- Didáctica
- 4.- Comercial.

La presente clasificación no implica de ninguna manera una separación absoluta entre cada una de estas funciones, por el contrario, ellas interactúan tan armónicamente, que casi nunca van separadas.

1.- Función informativa.

La TV es un medio de información cuya meta fundamental es recopilar datos y noticias, sean políticas, sociales, culturales, deportivas, etc. Un ejemplo de estas actividades son los programas de entrevistas, noticieros o documentales.

2.- Función recreativa.

No creo que sea aventurado decir que el principio de la TV es el entretenimiento, la distracción. La gente acude al televisor porque desea descansar de las labores cotidianas, o porque quiere olvidar sus problemas.

Numerosas encuestas en México y en todas partes del mundo, nos demuestran que los programas cuyo objetivo es la diversión, son los más gustados. Los recreativos por excelencia, son los de variedades, las telenovelas, las aventuras, las caricaturas, etc.

3.- Función didáctica.

A este grupo pertenecen todos los programas de tipo educativo, tengan valor en créditos escolares como la telesecundaria o no, como los cursos de idiomas. El requisito para que un programa forme parte de este grupo, es que sea sistemático. En la TV mexicana tenemos muy escaso tiempo de estas transmisiones. Además de los antes citados, se podrían nombrar los que enseñan a tejer, a cocinar, a realizar trabajos manuales, gimnasia y otras materias.

4.- Función comercial.

Es tanto el tiempo que se dedica a los anuncios comerciales y tan fuerte el impacto de la propaganda, que considero de suma importancia tratar un poco sobre este tema.

Los anuncios comerciales influyen a tal grado en la personalidad humana, que llegan a convencer como dice Raúl Cremoux: "Uno no vale por sí mismo, sino por el uso de productos y servicios".

Los anuncios comerciales no se conforman con exponer sus productos mostrando las ventajas de ellos, sino que hacen uso de artimañas, que evitan la reflexión del que las escucha. El mensaje comercial va dirigido sutilmente a despertar emociones, entre otras cosas, al instinto sexual, a la vanidad, al deseo de superioridad, a la competencia.

Desde el punto de vista de la Pedagogía, esto crea un problema serio. Se está privando a la gente de su libertad de elegir, se le está mecanizando al mismo tiempo que la impele a la imitación, se están transmitiendo valores distorsionados y se está aniquilando la originalidad.

II.- LA TELEVISION COMO MODIFICADORA DE LA CONDUCTA HUMANA.

La influencia de la TV sobre la conducta del hombre es su-

ficientemente limitada como para poder asegurar que tal conocimiento o conducta es producto de ella. Esta influencia depende de muchos factores propios de la personalidad de cada televidente, como por ejemplo: actitudes, inteligencia, creencias, etc. que la TV sólo viene a reforzar.

1.- Adquisición de contenidos:

La TV pública brinda al televidente, un sin número de experiencias que vendrán a sumarse a las adquiridas anteriormente determinando cambios de actitudes e ideas; formando hábitos; desarrollando o inhibiendo capacidades.)

El enunciado de este subtítulo abarca muy diversos aspectos, sólo haré mención a unos cuantos que me parecen los más importantes.

1.1.- Aprendizaje:

Es bien sabido que el proceso del aprendizaje se facilita cuando es mayor la cantidad de sentidos que se estimulan, es por esto que la TV tiene un lugar importante dentro de la educación, porque estimula al mismo tiempo la vista y el oído. Sin embargo creo que lo que da mayor fuerza a la TV es la cualidad que posee de provocar múltiples y diversas emociones que unidas a la percepción audiovisual son el punto de partida del conocimiento y fascinan y atraen al televidente.

La TV comercial sigue el mismo proceso de enseñanza que la TV educativa, esto es: presenta el estímulo para que sea percibido, después éste será interpretado, aceptado y por último provocará una acción como respuesta. El estímulo ofrecido viene a enriquecer el caudal de conocimientos previamente adquiridos y más tarde reaccionará frente a otro diferente, dando esto como resultado, la experiencia.

La TV en algunas ocasiones es muy superior a otros recursos, incluso al contacto directo con la situación, como nos muestra una anéc-

dota del director de la N.H.K. quien relata: que en una escuela de Tokio, la maestra ha llevado a sus alumnos al bosque; una semana más tarde, por televisión los mismos niños son invitados al mismo paseo, pero ahora a través de la pantalla. Los alumnos advierten que no han observado bien a los animales, árboles y plantas y piden a la maestra que los lleve de nueva cuenta. *

Los niños han desarrollado una habilidad visual asombrosa, están acostumbrados a interpretar las imágenes de la TV; ésta imagen representa un poderoso auxiliar para la educación puesto que muestra hechos concretos, que mientras más específicos sean, mayor será la posibilidad de aprendizaje.

Numerosos ensayos teledidácticos han confirmado: que la comprensión para el alumno de un tema resulta un 30% más rápida si el medio de enseñanza es la TV. Las materias transmitidas por TV son retenidas con un 35% de mayor exactitud y con un 50% de mayor duración posterior, que las materias transmitidas por medios de enseñanza tradicionales. Estos datos fueron obtenidos de la revista "Scala" International, Frankfurt Sept. 1971.

A través de la TV pública, el aprendizaje se realiza de diferentes formas:

a).- El aprendizaje por TV es primordialmente incidental, - se llama así porque la finalidad que lleva hacia la TV es el deseo de entretenimiento; pero al mismo tiempo e inconcientemente se están adquiriendo diversos conocimientos que no siempre se manifiestan en forma inmediata.

b).- El aprendizaje por medio de la comprensión de los problemas -la comprensión es un fenómeno que frecuentemente se presenta ante la TV-, cuando en determinado programa el héroe se haya en peligro, o se encuentra en una situación problemática de tipo social; el televidente tratará de -

* Planque, B. "Máquinas de enseñar" Ed. Plaza & Janes, S.A. 1970. Pág. 169

resolver este conflicto, y al encontrar la solución, ésta quedará en su memoria, así cuando en la vida real se enfrente a una situación semejante, transferirá este conocimiento al problema actual.

c).- El aprendizaje mediante la adquisición de conocimientos de lugares y situaciones ajenas, con las que no podemos tener contacto directo, por ejemplo: Como viven los habitantes de Australia, un programa de fantasía, etc.

d).- El aprendizaje a través de los valores: belleza, bondad, verdad. Como los programas que nos muestran las riquezas de los museos, o la vida de personajes célebres, etc. Y en el aspecto moral, los que ofrecen buenos ejemplos.

e).- El aprendizaje por memorización: En TV es uno de los más comunes tipos de aprendizaje; debido a la constante repetición sea de comerciales o de programas de cualquier tipo, siempre con los mismos temas.

f).- El aprendizaje por imitación; el hombre y el mono son los únicos seres capaces de aprender por imitación. La TV dispone de abundante material en el que se sugiere a las personas que imiten. Esta sugerencia puede ser franca como en la propaganda (Ud. como Fulano de tal beba....) o discreta, cuando solamente se expone la escena y se deja en libertad al público de copiar lo que desee.

g).- El aprendizaje por el efecto; el hombre aprende aquello que le provoca satisfacción o éxito. Este aprendizaje en TV también se realiza, nada más que no por experiencia propia, esto es; el público televidente aprenderá lo que le da buen resultado al actor.

h).- El aprendizaje por imposición, este tipo de aprendizaje, es el que se logra después de aturdir materialmente a los sentidos con intensidades cambiantes de luces, formas y sonidos.

La calidad y cantidad de conocimientos adquiridos por medio de las diversas formas de aprendizaje depende o está en íntima relación con la capacidad de cada sujeto; con los intereses o la confianza que se tiene a la TV.

Otros aspectos influyen en el aprendizaje como: La identificación; el televidente se apropia de los rasgos que caracterizan al personaje (yo soy como él). La proyección; presta sus propias características al personaje (él es como yo). La comprensión; penetra en la escena y la entiende. La empatía, cuando no se conforma en entender la escena, sino que vive en ella. Estos fenómenos desarrollan determinados procesos que vendrán a preparar el camino a la adquisición de nuevos conocimientos.

Es verdad que la TV no es el único medio de información masiva, pero es el más utilizado por la gente. Una persona no leerá el periódico por más de dos horas diarias, en cambio se pasará ese mismo tiempo frente al televisor, como consecuencia, es muy probable que aprenda más de la TV, que de otros medios.

Hoy día los niños llegan a la escuela con un cúmulo de experiencias proporcionadas por los medios de comunicación, especialmente por la TV; han desarrollado una habilidad visual casi perfecta que la de sus maestros, y desean no romper con ese ritmo de información concreta que han venido recibiendo.

La TV como actualmente la tenemos en nuestro país, no brinda mucha ayuda de tipo educativo, sea para la escuela, o para la sociedad en general, porque esta mal planeada y no persigue un fin educacional concreto, más que el de hacer de las masas un mercado consumidor. En la mayoría de los programas el aprendizaje es muy rudimentario, son múltiples las experiencias que proporciona, pero siempre de la misma forma, sin promover la participa-

ción activa, sin estimular el ejercicio del razonamiento.

Pero afortunadamente no todo es imperfecto o deficiente, - existen programas, aunque en pequeña escala, que si no estimulan precisamente la creatividad, si logran interesar al televidente como los documentales científicos, las obras de teatro, etc. este interés se demuestra con el hecho de que la gente después de haber visto un programa de éstos, acude a la librería para comprar literatura referente al tema. Es por esto que se dice que la TV no reduce las horas de lectura, únicamente modifica el tipo de la misma.

La TV acelera el aprendizaje en los niños ya que les muestra situaciones y problemas que quizá en la vida real no verían hasta que -- fueran mayores. Estos problemas o situaciones, sean positivos o no, son nuevas para ellos y les brindan ricas experiencias.

La TV da imágenes concretas y objetivas, que unidas al sonido forman una perfecta síntesis que contribuirá a preparar el terreno para la adquisición de nuevos conocimientos. Estas imágenes concretas y objetivas hacen que el televidente participe en ellas, no es como en el caso de la información verbal en que el oyente sólo recibe, pero rara vez "entra" completamente en el trama porque es más difícil que este tipo de información -- provoque empatía o cualquiera de los fenómenos antes citados.

Ciertamente, la TV no ejerce una influencia decidida sobre la conducta humana, esto depende en último término del tipo de personalidad de que se trate. Sabemos que un niño es sumamente sugestionable y que será -- fácil inculcarle algunas formas de comportamiento; sabemos que es sencillo -- persuadirlo y podremos formarle hábitos y actitudes si utilizamos correctamente los medios de que disponemos. Para el adolescente, tendrá más influencia aquello que combine lo emocional con lo intelectual, y para el adulto se-

r  conveniente hacer uso de mecanismos de razonamiento.

A pesar de estas diferencias, un programa mientras sea más-específico en relación con la finalidad que se persiga, más grande será la -- posibilidad de lograr el aprendizaje.

A través de la TV es posible obtener lo que podría llamarse: aprendizaje emocional, originado por las situaciones agradables o desagradables; situaciones -de preferencia reales- llenas de afectividad y sentimientos diversos de los que la TV es el escaparete principal.

La gente aprende de la TV primordialmente aquello que no parece ficticio; en igual forma aquello que tiene una utilidad p ctica y que d  buen resultado.

Los niños que ven mucho la TV obtienen numerosas ventajas, entre otras: aprenden a dibujar, amplian su vocabulario y conocen situaciones que a menudo no pertenecen a su mundo o medio ambiente.

1.2 - LENGUAJE.

Las palabras constituyen la esencia de nuestra comunicación, éstas van enlazadas a las imágenes; el peligro que implican es que no todas las interpretamos de la misma manera, no todos les damos el mismo significado. El lenguaje tiene el inconveniente de que no es universal, lo que para nosotros quiere decir una palabra no significará lo mismo para otras personas.

Es preciso que las palabras sigan un orden preestablecido, orden rígido que requiere de análisis. En cambio la imagen se nos presenta libre, para que podamos organizarla según nos convenga. Por esto es que no siempre podemos confiar exclusivamente en las palabras.

El lenguaje de la TV es imperfecto, no se le da mucha importancia porque se confía en que es compensado con la imagen. Así encontraremos programas de temas científicos, tratados con un lenguaje muy complicado lleno de tecnicismos, que no han sido adaptados para ser transmitidos en TV pública.

A pesar de lo antes dicho, numerosas investigaciones muestran que los niños que ven más TV tienen un vocabulario más amplio que los que no la ven. Una encuesta realizada por los Servicios de Formación TVE de Madrid en 1965 a niños y adolescentes de 11 a 15 años (no especifica el número total de casos) encontró que los niños decían: que la TV les enseñaba a hablar y a expresarse con corrección.

Considero que la TV sí promueve el aprendizaje de nuevas palabras y términos, pero creo que no debemos estar muy seguros de la buena calidad de este vocabulario, como tampoco de que la TV enseñe a expresarse en forma adecuada.

1.3.- INTELIGENCIA

El asunto que aquí se plantea en relación con la TV, es - el resultado de la técnica que esta usa. La información verbal (radio, periódicos, etc.) pone en marcha ciertos mecanismos intelectuales, de razonamiento y selección en donde el hombre toma lo que quiere y lo que le conviene. -- En cambio la información visual afecta directamente a la sensibilidad sin que intervenga ninguna función de juicio lógico. Como dicen Cohen-Seat y P. -- Fougeyrollas en su libro "Influencia del cine y la televisión", FCE, Págs. -- 34 y 35: "El discurso verbal produce sobre el individuo efectos que, varían - en función del temperamento, pero también y sobre todo del grado de inteligencia"; "En el cine y la TV, la información llega a la sensibilidad sin obedecer necesariamente las inflexiones del raciocinio".

Actualmente la información visual que recibimos de la TV en nuestro país, sigue los lineamientos temperamentales antes citados, no permite la práctica de las formas de deducción e inducción, como consecuencia -- es difícil que active la inteligencia natural.

Esto no es tan grave con los niños pequeños, para ellos- la TV es la fuente de experiencias más importante; les brinda la oportunidad de conocer el mundo de los adultos con toda su problemática; les ayuda a ampliar su vocabulario, lo que trae como consecuencia que los niños a quienes - se les apliquen tests de inteligencia verbales, obtendrán una calificación -- más alta, que la que obtendrían los niños que no ven TV y que por ende su vocabulario no está bien desarrollado.

El mismo caso se presenta cuando es aplicado el test de Goodenough (que básicamente se trata del dibujo de un hombre), se encuentra - que los niños que ven TV, obtienen mejores resultados dado que aprenden a dibujar mejor.

Wilbur Schramm y su equipo de investigadores después - de varios estudios realizados con niños de diversas ciudades de los Estados Unidos y el Canadá concluyó que ; los niños de elevado C.I. -superior a - - 115- ven mucha más TV que los niños de C.I. bajo -inferior a 100- ; pero -- conforme va pasando el tiempo, los niños de bajo C.I. verán más la TV, mientras que los niños más inteligentes se irán alejando cada vez más a causa - de que adquieren compromisos sociales y, principalmente por sus deseos de - investigación y por las dudas que se plantean. Estos niños recurrirán ahora a los libros, revistas, etc., porque la TV ya no les puede satisfacer en -- sus inquietudes, únicamente les proporciona entretenimiento.

Los niños más inteligentes adquieren mayor cantidad de conocimientos de la TV por dos razones: en primer lugar porque la ven durante más tiempo; y en segundo lugar porque estos niños seleccionan sus programas. Los programas que ven los niños de su misma edad les parecen "bobos", como resultado escogerán aquellos cuyo contenido sea más complicado.

La imagen de la TV bien estructurada, bien realizada, - puede invitar al análisis valiéndose de diversos trucos como el acelerar --- o detener el movimiento; puede estimular ciertas actividades intelectuales-- al transformar lo abstracto en concreto y viceversa; es posible a través de este medio de comunicación, promover el uso de la inteligencia como instru-- mento de investigación.

1.4.- CONDUCTA.

La conducta está íntimamente relacionada con el aprendizaje. Sin embargo, para tratarlos más sistemáticamente he intentado separarlos hasta donde la flexibilidad del tema me lo permita.

Cuando se tiene un criterio amplio, los valores están bien cimentados y los medios de información son completos, es más difícil que la acción de la TV ocasione cambios fundamentales. No obstante la TV alcanza a provocar efectos sobre la personalidad humana como ya lo hemos visto; y estos son de dos categorías; mediatos e inmediatos.

Cuando se apela entre otras cosas a las emociones, a las necesidades inmediatas, y a los intereses, existe mayor probabilidad de que haya repercusiones sobre la conducta del sujeto.

Serios problemas se presentan a los muchachos en esta sociedad que por un lado les muestra la violencia, la embriaguez, el crimen, las venganzas, las agrupaciones delictuosas, etc. a través de la TV., y por otro lado se les prohíbe.

La TV no provoca en el sujeto actitudes completamente ajenas a él, como he repetido, la TV solamente viene a reforzar y enriquecer las experiencias adquiridas con anticipación, y que al irse sumando pueden conducirse de dos formas; desencadenar una reacción o simplemente pasar inadvertido.

A pesar de ello, lo que vemos y oímos influye resueltamente en nuestra conducta, por ejemplo; cualquier persona especialmente los niños, pueden sufrir efectos traumáticos provocados por el miedo que les inspiró algún programa, impactos que pueden ser duraderos, o pasar rápidamente.

El niño frente a la pantalla se preocupa y sufre por los

problemas que encara el héroe, es incapaz de separar la escena ficticia de la vida real y no logra entender que necesariamente todo va a salir bien. Con mucha frecuencia nos encontramos frente a esta situación, los niños quieren resolver alguna cuestión, utilizando las mismas tácticas que fueron empleadas en el cinemascopio.

¿Cuál es la reacción de los niños y de los adolescentes cuando viven un programa pleno de violencia y destructividad?. Esta pregunta es difícil de contestar porque implica numerosas consideraciones, y antes de dar respuesta expondré algunos estudios al respecto.

Para descubrir si la TV provoca agresividad, y en que grado, se somete a dos grupos de niños al siguiente experimento: al primero se le hace ver un programa agresivo y al segundo uno completamente tranquilo. Después de haberlo visto se presentan a ambos grupos dos clases de juguetes: uno agresivo y otro no; los niños que asistieron al programa violento optaron por un juguete agresivo, en cambio los otros niños, eligieron el juguete pacífico.

En algunas ocasiones la TV estimula la agresividad, sin pretenderlo como es el caso que relata el Dr. F. Red ("Televisión para los niños" Pág. 206). Los niños delincuentes recluidos en un tribunal se ponían extremadamente agresivos cuando veían por TV programas en donde se presentaban situaciones familiares tranquilas, padres que amaban a sus hijos, relaciones sociales completamente equilibradas. La explicación que se puede dar es que la agresividad se despertaba al sentirse frustrados por carecer de algo que les gustaría tener.

Aquí en México fueron publicados hace algunos días, los resultados de un estudio realizado por el Dr. José Cuelli y un equipo de catorce psicólogos, en una colonia popular del Distrito Federal donde las condi---

iones de vida son infrahumanas, las familias carecen hasta de lo más necesario, pero casi todas poseen un aparato televisor. La investigación fué hecha con 600 alumnos, pero no se especifica ni la edad ni el grado escolar de ellos.

Después de múltiples observaciones han obtenido el siguiente resultado: la TV inhibe reacciones neuróticas de los sujetos; estos se "encierran" en la TV al grado de que actúan, dramatizan cada programa, cada comercial "son ellos mismos una TV andante". Cuando el efecto de ésta desaparece vuelven a surgir impulsos que habían estado latentes, como: aventarse, golpearse, etc.*

La conducta que la TV despierta en las personas, depende de la identificación que estos sientan hacia determinado personaje; depende también del equilibrio psíquico de cada quien. Alguien lleno de agresividad ve cometer un crimen en la TV, cuando se encuentre en una situación semejante lo pondrá en práctica. Los periódicos están llenos de noticias de sujetos que han realizado crímenes inspirados por la TV o el cine.

Toda esta problemática de agresividad y violencia trae muchas consecuencias quizá éstas no sean inmediatas, y tal vez sean presentadas a personas normales o sensatas. Estas experiencias se van acumulando y en verdad no sabemos que pasará el día en que se externen. Y sin llegar a casos tan extremos, tenemos que darnos cuenta que nos estamos acostumbrando a ver venganzas, robos, asesinatos, y cuando desgraciadamente tengamos la oportunidad de asistir a un acontecimiento de esta naturaleza, ya no nos llamará tanto la atención, no nos preocupará demasiado porque estamos habituados a ello. tantas imágenes televisadas nos están haciendo perder la maravillosa capacidad de asombro, nos van obligando a ser cada vez menos humanos.

2.- EFFECTOS SOBRE LA SOCIALIZACION.

Mucho se ha discutido acerca de la influencia, que sobre -- las relaciones sociales ejerce la TV en los distintos campos de acción del -- hombre.

Al analizar diversos estudios y encuestas, nos damos cuenta, que no existe una idea unificada referente a si la TV aísla o socializa. Dentro de algunas familias, los integrantes aseguran que la TV les une, les - invita a permanecer más tiempo en casa, Brinda a los padres una buena oportu- nidad de convivir con sus hijos, oportunidad que aprovechan para conocer sus- ideales, inquietudes y reacciones, que a la postre les servirán para la mejor educación de los menores.

Otro aspecto benéfico, es que al encontrarse reunidos en -- casa divirtiéndose toda la familia frente a determinado programa, se estrechan las líneas de comunicación y se rompen las barreras que pudieran existir.

Los telespectadores no permanecen aislados como en otros -- espectáculos, digamos como en el cine. Frente a la TV no se pierde la noció- n de la presencia del público, entre ellos se comentan los chistes, se intercam- bian opiniones, es decir, se mantiene una comunicación continua. Las perso- nas que asisten a los teleclubes, informan que asisten a ellos no sólo por el interés de ver TV, asisten a las sesiones con objeto de saludar a sus veci- nos, comentar noticias diarias y el programa presenciado; frecuentemente es- tas reuniones son muy animadas y plenas de algarabía.

Lo expuesto sucede con grupos de preadolescentes; conside- ran que reunirse para ver TV, les proporciona la oportunidad de estar juntos, les suministra temas de conversaci3n y les enseña a tratarse socialmente.

Hasta aquí hemos tratado únicamente los casos en que la TV- propicia la convivencia; pero indudablemente existen opiniones contrarias que expondré en los siguientes renglones.

Se dice que los programas de TV seducen en tal forma que -- estimulan el retraimiento, perjudican las relaciones sociales, pues éstas se descuidan y a su vez, suprimen la oportunidad de conversar.

Los sentimientos que se despiertan en el contacto directo - de unas personas con otras, la TV las provoca entre ella y cada sujeto en par- ticular. La gente encuentra en la TV un mundo privado al que acude cuando -- sus relaciones interpersonales son deficientes.

Se ha observado que los niños que ven más TV son aquellos - que no reciben suficiente atención por parte de sus padres, son niños inseguros que se sienten rechazados.

El niño se encierra en el mundo fantástico de la TV cuando - tiene dificultad en hacer amistades, también cuando se siente frustrado. ; I

Un problema que debe preocuparnos y que causa la TV, es que no importan las diferencias individuales, no importa que un hombre trabaje -- aquí o allá, no importa lo que en su trabajo haga, ya que en sus horas libres estará bajo la acción informadora y formadora de la TV, ésta no distingue --- clase ni cultura; es curioso pero la mayor parte de las personas reaccionan - en idéntica manera frente a la información televisada, los criterios se uni-- forman, el hombre se masifica y pierde su iniciativa propia.

3.- TELEVISION Y LAS PERCEPCIONES.

Las actividades fisiológicas básicas que participan junto a la pantalla de TV son: la sensación visual, la sensación auditiva y la actividad motriz.

Como esta última no será desarrollada en el transcurso del presente capítulo daré una idea general tratando de explicar por que es por lo que está aquí incluida.

Al decir actividad motriz, me refiero a los movimientos que se ejecutan consciente o inconscientemente al recibir la información audiovisual de la TV. Por ejemplo habrá momentos en que todos los músculos estarán en tensión; otros en que se encuentren completamente relajados. En algunas ocasiones saltaremos y el corazón latirá más rápido. Todos los movimientos de apretar los puños, aplaudir, etc. nos pueden dar la pauta de lo que está pasando tanto en la persona, como en la pantalla.

En Pedagogía sabemos que es de gran importancia la postura que guarda el sujeto que nos escucha, depende de ésta si conserva la atención o el interés. Si el alumno está en una posición cómoda será más fácil persuadirlo.

La empatía hacia un programa de TV se demuestra también a través de movimientos: cuando el televidente está efectuando los mismos gestos que realiza el actor; cuando con los pies se sigue el ritmo de la música.

Como podremos darnos cuenta este aspecto es muy amplio y tiene repercusiones directos en el aprendizaje.

3.1.- Sensación Visual.

Al tratar sobre sensación visual, no tocaré los aspectos fisiológicos de ésta. Me llevaría muchas páginas en este trabajo, y mi deseo es citar únicamente los efectos que ocasiona la TV sobre la vista y su rela-

ción pedagógica.

Es necesario que todo maestro tenga una noción clara de las funciones fisiológicas de los órganos sensoriales, de esta forma podrá eliminar los motivos que producen fatiga y pérdida de la atención. La TV pública utiliza todos estos recursos no sólo en sus programas, también en sus comerciales, logrando tan buenos resultados que la gente los acepta y se deja influenciar por ellos.

La esencia de la TV es la imagen. Sin embargo ésta es muy deficiente; el espectador recibe una carga aproximada de tres millones de puntos por segundo, de los que se captará unas cuantas docenas. Estamos aprendiendo a ver de distinta forma que antes lo hacíamos. Las imágenes que anteriormente percibíamos eran completas, y hoy la imagen televisada está descompuesta en muchas partes que el cerebro reconstruye.

Como es sabido los niños no se fijan en muchos detalles. -- Osterrieth ("Psicopedagogía de los medios audiovisuales" Pág. 170) encontró la siguiente relación tras haber efectuado diversos estudios; los niños de 7 años ignoran el 25 % de los detalles; los de 9 ignoran el 10%, y los de 11 ignoran sólo el 5%. La precisión para no pasar inadvertidos los detalles, aumenta con la edad. Sin embargo, por las características antes citadas de la imagen de TV, no percibimos múltiples detalles.

Nos dice Gastón Mialaret (Psicopedagogía de los medios audiovisuales. Pág. 99) que no es necesario que el niño perciba claramente las diversas escenas, él seguirá dinámicamente las emociones del espectáculo.

Muchos y diversos son los cambios que la imagen de TV ha traído consigo; por ejemplo; hoy es más difícil que los niños acepten leer libros que no tienen ilustraciones, les cuesta más trabajo entender las palabras si éstas no van acompañadas de dibujos y algunas veces llegan hasta a --

dudar de la existencia de algo si no lo ven.

Los ojos de los espectadores son afectados por la imagen de la TV no sólo por la constitución de la misma, sino por el continuo cambio -- de intensidades luminosas que obligan a los ojos a una adaptación continua. -- Empero varias investigaciones realizadas en Estados Unidos e Inglaterra nos -- muestran que no hay mucha diferencia entre la capacidad visual que manifies-- tan los niños que ven TV, que los que no la ven.

La imagen de la TV disminuya o no, la capacidad visual, pro-- duce fatiga como cualquier trabajo o diversión que implique mantener la vista fija.

3.2.- Sensación Auditiva:

En Pedagogía son muy pocos los estudios que se han hecho sobre el oído, no obstante que forma parte integral de los sentidos que nos permiten conocer el mundo que nos rodea. En casi todos los actos de nuestra vida-- diaria hacemos uso de aparatos sonoros; en la educación utilizaremos con fre-- cuencia: la grabadora, el tocadisco, el micrófono, y muchos otros instrumen-- tos entre los que está la voz del maestro.

En TV al lenguaje no se le considera como algo fundamental, -- porque se cree que va reforzado con la imagen. Considero que muchos problemas de tipo auditivo como la correcta pronunciación, pueden ser resueltos a través de la TV sea por medio de canciones, de ejercicios a manera de juego, etc.

La TV puede auxiliar en igual forma en el aprendizaje de la -- Lengua Española a las comunidades indígenas. Este procedimiento es utilizado -- en Italia, en donde hasta hace algunos años se hablaban 17 lenguas diferentes. El gobierno decidió unificar el idioma y promovió el desarrollo de la TV trans-- mitiendo en lengua italiana, en todas las provincias de la República. La gen-- te empezó a escucharlo y hoy lo está aprendiendo de la manera más sencilla ---

y sin apremio.

La naturaleza dotó al hombre de dos órganos para las percepciones visuales. Encontrándose frente de la cara, se logra examinar los objetos en sus tres dimensiones gracias a la separación que existe entre los ojos; pero esta disposición tiene ciertas desventajas que las funciones del oído, suplen y en ocasiones superan. El oído es capaz de percibir ondas sonoras desde cualquier sitio que se produzcan, capta las vibraciones audibles transmitidas a través de muchos de los estados de la materia, también en la oscuridad, en la niebla; en fin, es el salvaguarda de la integridad y precursor de la comunicación entre los hombres de generación a generación, pues antes de la escritura, hubo la palabra.

Entre estos sentidos existe una relación constante, se auxilian con toda amplitud, La pedagogía moderna, conociendo esta interrelación, creó la educación audiovisual que es la fusión de dos vías para formar un sólido canal de comprensión.

Además del lenguaje, un aspecto muy importante de tipo auditivo es la música. Sabiéndola utilizar adecuadamente, constituye un apoyo de inestimable valía.

III.- LA TV COMO PROMOTORA DE LA EDUCACION.

A lo largo de este trabajo, me he referido a la TV pública o comercial porque considero que reúne numerosas cualidades que enseguida -- enunciaré:

1.- Las transmisiones de TV cubren la mayor parte de los estados de la República, lo que significa que es accesible a millones de perso-- nas.

2.- El número de hogares que poseen TV se ha incrementado -- al doble desde 1968 a la fecha en el país. (Datos proporcionados por la Com-- pañía Publicitaria Wassermann).

3.- El número de horas promedio que pasan los muchachos -- frente al televisor es de más de 2 horas diarias, (Cremoux. R. páginas 83-85) estos datos fueron obtenidos en el Distrito Federal, quizá en provincia sea -- más el tiempo dedicado a esta actividad, pero no hay ningún estudio al respecto.

4.- El conocimiento que de la psicología tienen los produc-- tores de TV, los hace lograr la atención y el interés del público televiden-- te, por lo que estimo que toda la espectacularidad de que se vale la TV comercial debe examinarse con un criterio pedagógico, tratando de extraer todo -- aquello que podamos utilizar tanto para la enseñanza tradicional como para la enseñanza extraescolar.

5.- La TV tiene múltiples posibilidades educativas por el -- hecho de que es capaz de entregar al mismo tiempo descanso, distracción y -- nuevos conocimientos.

Propongo estudiar todas las ventajas que arriba he citado y otras más que la TV contiene como son: la imagen, la emotividad, etc. Debe--- mos de hacer uso de la TV pública valiéndonos de algunos programas que pueden

ser el punto de partida.

La teleeducación está clasificada en cuatro grupos: -

1.- Teleeducación supletoria. (educación cuantitativa).

2.- Teleeducación auxiliar (implica trabajo entre coordi--
nador y telemaestro),

3.- Teleeducación complementaria (amplía y complementa,
No requiere de maestro).

4.- Teleeducación extensión cultural (flexible como los -
programas comerciales).

De estos cuatro grupos, el presente trabajo está encamina--
do en especial hacia la teleeducación de extensión cultural.

Es necesario que cualquier clase de educación se mantenga--
en constante concordancia con los medios de comunicación masiva, porque si -
no es así, la primera corre el peligro de sucumbir ante la tremenda avalan--
cha de información -sin formación- que continuamente estamos recibiendo.

Es imprescindible establecer un sistema de educación extra--
escolar permanente; tomando en cuenta las diferentes edades, deben emitirse -
programas educativos para niños, adolescentes y adultos, con diferente conte--
nido para la gente de la ciudad y la gente del campo.

Para la elaboración de estos programas deben de tomarse en--
cuenta los siguientes aspectos;

1.- Emisor

1.1.-Calidad técnica de la presentación.

1.2.-Presentación del mensaje (para despertar el interés).

1.3.-Contenido del mensaje (de acuerdo al objetivo que se --
persiga).

2.- Receptor

2.1.- Ambiente social (como es el ambiente social en el que vive el televidente).

2.2.- Nivel económico (cuáles son sus primeras necesidades).

Algo sumamente importante es que estos programas no parezcan escolares, porque la gente siempre se rehusa a aceptar aquello que les recuerda la escuela.

Se deben aprovechar las preferencias del público por determinada transmisión y sugerir a los productores a intercalar sin que se pierda la amenidad, mensajes en los que se enaltezcan los valores morales y estéticos. Por ejemplo: en nuestro país son más gustados los programas nacionales, quizá porque están más cerca de la comprensión del pueblo, porque reflejan su propio mundo. En ellos debemos seleccionar y fortalecer las buenas actitudes y eliminar lo que social y moralmente es negativo.

Es preciso que los niños reciban abundantes experiencias, pero estas no deben extralimitarse. Debemos evitar aquellos programas plagados de violencia, en donde se burla a la justicia y la maldad no es castigada.

Debemos de tomar en cuenta que todo el tiempo que la gente pasa frente al televisor sin ninguna utilidad, sin ningún fin práctico, es un lujo que un país con tantas necesidades como el nuestro no se puede dar. Todo se está mecanizando y como consecuencia los ratos libres se multiplican, es nuestra obligación educar para los momentos de ocio, encauzarlo a través de la TV promoviendo actividades como: pintura, teatro, trabajos manuales, principios de carpintería, electricidad, albañilería, etc.

Es necesario combatir los efectos malos y aprovechar las circunstancias que ofrecen una influencia positiva, motivar posturas activas y motivar al individuo hacia la creatividad.

Por supuesto no estoy sugiriendo que toda la programación

esté compuesta básicamente de material educativo; pero sí juzgo necesario -- que una buena parte de él presente, además de diversión, temas instructivos -- principalmente para el medio rural en donde con mucha frecuencia la TV es la única fuente de conocimientos.

Todo este plan de TV pública como auxiliar de la enseñanza escolar y extraescolar, debe estar basado en el principio de que a través de la TV es posible proporcionar esparcimiento y educación, estos dos últimos -- conceptos no deben ir separados. Así tenemos que el público muestra mucha -- preferencia por las telenovelas, podemos aprovecharlo presentando cada vez -- mejores argumentos con proyección social, que esgriman valores humanos como las que fueron presentadas hace algunos años por el I.M.S.S.

El maestro ya no puede ignorar por más tiempo a la TV. Los -- estudiantes aseguran que aprenden cosas más interesantes en ella que en la -- escuela; desean estar actualizados, y la TV les proporciona las últimas noti -- cias, los más recientes acontecimientos que el maestro con sus métodos tradi -- cionales no les puede brindar.

C O R O L A R I O S

LA TV:

- Es una modificadora extraordinaria de la conducta humana y por lo tanto del aprendizaje.
- Está influyendo enérgicamente sobre la inteligencia, la imaginación y en general sobre la personalidad.
- Unifica criterios, masifica al hombre despojándolo de su individualidad.
- Viola la intimidad de la persona y la priva de lo más --preciado que es su libertad.

LA TV DEBE:

- Adaptarse a las diferentes situaciones y necesidades.
- Ser profundamente educativa.
- Estimular la actividad.
- Estar en contacto directo con la escuela.
- Permanecer en constante comunicación con el público (que haya una retroalimentación efectiva)

SUGESTIONES:

- Que exista un diálogo permanente entre: padres, maestros y jóvenes, sobre los programas de TV.
- Elaborar una Didáctica especial de la TV.
- Adoptar actitudes y tomar decisiones pedagógicas de las que depende el desarrollo saludable de los niños.

Estamos obligados a salvaguardar los postulados de la liber

tad, vigilar este medio masivo de comunicaci3n para que no atropelle en -
ninguna de sus partes LA DECLARACION DE LOS DERECHOS DEL HOMBRE.

Debemos encauzar mediante una cr3tica prudente las progra-
maciones, a fin de que eleven los niveles ps3quicos y educativos del pueblo,
orientados siempre mediante una Pedagog3a din3mica.

-REFERENCIAS-

- 1.- Aguado, A. Del Hecho Televisivo a una Pedagogía de la Imagen. Revista Orientaciones Pedagógicas. Editorial, Consejo de Cultura. Editada en 1970, Vol. V, Núm. 4. Madrid, España, Págs. 139-151.
- 2.- Cohen-Seat, G. y Fougeyrollas, P. La Influencia del Cine y la Televisión. -- Traducida del francés Juan José Utrilla. -- Editorial Fondo de Cultura Económica. 1ª. Edición en español. 1967. México, D. F., -- 169 Págs.
- 3.- Cremoux, R. La Televisión y el Alumno de Secundaria -- del Distrito Federal. Editorial, Centro de Estudios Educativos, A. C. 1ª. edición, -- 1968. México, D. F. 132 Págs.
- 4.- Cueli, J. La TV: ni Buena ni Mala todo Depende de -- los Usuarios. Diorama de la Cultura de Excelsior. 5 de diciembre de 1971. Págs. 8 y 9.
- 5.- Dieuzeide, H. Les Technique Audio-Visuelles dans L'En- -- seignement. Nouvelle Encyclopédie Pédago- -- gique. Editorial Presses Universitaires de France. 1ª. Edición en francés. 1965. 160 Págs.
- 6.- Dumanzedier, J. Televisión y Educación Popular. Serie, Di- -- mensión de los Problemas. Editorial Solar- -- Hachette. Edición en español 1965. Buenos- -- Aires, Argentina. 270 Págs.
- 7.- De asís, M. D. El Niño y la Televisión. -- Eidos, Revista de -- Investigación Cultural. Año XV julio-diciem- -- bre 1969. Núm. 31. Madrid, España. Págs. -- 43-55.
- 8.- Fuchs, W. R. La Tecnología de la Enseñanza y la Televi- -- sión. Revista Televisión y Educación. Edi- -- torial Radiotelevisión Española. Versión -- española 1970. Madrid, España. Págs. 36-41.
- 9.- García Jiménez, J. Televisión Educativa para América Latina. Editorial Porrúa, S.A. 1ª. Edición 1970 . México, D. F. 358 Págs.
- 10.- Green, M. Televisión News, Anatomy and Process. Wad- -- sinorth Publisching Company, Inc. Edición- -- 1969. Belmont, California, 352 Págs.

- 11.- Koenig, A.E. y Hill, R. B. TV Educativa: Presente y Futuro. Editorial Troquel. Edición en español 1970. - Buenos Aires, Argentina, 345 Págs.
- 12.- McLuhan, M. La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre. Traducción del inglés por Ramón Palazón. Editorial Diana.
- 13.- Melón, Martínez, E. La Televisión dans la Famille et la Societé Modernes. Editorial Les Editions Sociales Francaises. Edición 1969. París, Francia 207 Págs.
- 14.- Mialaret, G. Psicopedagogía de los Medios Audiovisuales en la Enseñanza Primaria. Traducción del francés por Flora Setaro. Editorial-Sudamericana. Edición en español 1968. - Buenos Aires, Argentina, 239 Págs.
- 15.- Nerici, I.G. Hacia una Didáctica General Dinámica. Traducida del portugués por J. Ricardo Nervi Editorial Kapeluz. la. Edición en español 1970. Buenos Aires, Argentina. 525 Págs.
- 16.- Planque, B. Máquinas de Enseñar. Traducida del inglés por José Fernández González. Editorial -- Plaza & Janes. la. edición en español -- 1970. Barcelona, España. 283 Págs.
- 17.- Robinson, E. J. Comunicación y Relaciones Públicas. Cía.- Editorial Continental, S.A. la. Edición - 1971. México, D.F. 666 Págs.
- 18.- Schramm, W. Lyle, J. y Parker, E. Televisión para los Niños. Editorial Hispano Europea. Edición 1965. Barcelona, - España 1965. 312 Págs.
- 19.- Schramm, W. La Ciencia de la Comunicación Humana. -- Traducida del inglés por Lionel Dignowity. Editorial Roble. la. edición en español - 1966. México, D.F. 162 Págs.
- 20.- Wittich, W.A. y Schiller, C.F. Material Audiovisual, su Naturaleza y -- Utilización. Librería Cesarmann. Editorial Pax-México. la. edición en español- 1965. México, D.F.
- 21.- Beutel, W. M. Wissen durch TV. Revista Internacional -- Scala. Editorial Frakfurter Societäts- -- Druckerei. Edición alemana 1971. Frankfurt

Alemania. Págs. 1-4.

22.-

Sociología y Pedagogía de Teleeducación. IV Seminario Latinoamericano para Profesores de Teleeducación. Instituto de Solidaridad Internacional - - (ISI), 1970, Lima, Perú.