



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE PSICOLOGIA

"La educación informal de la televisión  
vs  
La educación formal de la escuela primaria"

T E S I S

Que para obtener el título de  
LICENCIADO EN PSICOLOGIA

P r e s e n t a

MARTHA SUSANA RUIZ SILVA



Director: Maestro Jaime Grados

Revisor de Tesis: Lic. Carlos Peniche  
EXAMENES PROFESIONALES  
FAC. PSICOLOGIA.



México, D. F.

Junio 1996

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



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.

## AGRADECIMIENTOS

*A MIS HITOS QUE SON EL MOTOR Y LA RAZÓN DE MI  
EXISTENCIA.*

*A MI PADRE, POR SU EJEMPLO DE HONESTIDAD,  
COMPROMISO Y TRABAJO, QUE HA SERVIDO COMO GUÍA  
PARA DIRIGIR MI VIDA.*

*A MI DIOS, QUE ME MANIFIESTA SU PRESENCIA CADA DÍA.*

*A Isabel Campero por su enorme colaboración para poder llevar a  
cabo esta investigación y su resistencia a las presiones para sacarlo  
adelante.*

*A Jaime Grados y Carlos Peniche por la paciencia para aguantar  
tantas revisiones a las diferentes versiones en tantos años.*

*A Juan José Sánchez Sosa por su empeño en convencerme para  
terminar esta importante etapa de mi carrera.*

*A Dolores Mercado por el tiempo que nos dio, con su amplia  
experiencia para el diseño de los reactivos.*

*A Clara Jusidman por todo lo que me enseñó como mujer  
profesionista.*

*A Fernando Berdo de Tejada por todo el apoyo y confianza que me  
ha brindado.*

## INDICE

I.- INTRODUCCIÓN.....	1
II.- METODOLOGÍA.....	4
III.- MARCO TEÓRICO.....	17
1.- Desarrollo del niño.	17
2.- La televisión y la escuela en la formación del niño.	25
3.- La televisión en el desarrollo físico, intelectual y afectivo.	35
4.- L Televisión en la socialización del niño.	39
IV.- RESULTADOS.....	48
V.- INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	96
VI.- CONCLUSIÓN DE LOS RESULTADOS	117
VII.- CONCLUSIONES FINALES Y RECOMENDACIONES	121
VIII.- BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS.	125

## INTRODUCCIÓN

La televisión transformó dramáticamente la forma de transmisión de la cultura. Durante milenios, los niños aprendían patrones sociales y modelos de conducta básicamente de los padres, de los hermanos mayores y de su entorno. Posteriormente la escuela tendría una parte de la responsabilidad de su formación. Al entrar en escena la televisión, los pequeños adquieren una nueva fuente de información que propone valores, actitudes y conductas, que van desde lo más trivial y cotidiano hasta la estructuración conceptual de la realidad social, política y económica.

Desde sus inicios, la televisión se convierte en un importante agente de socialización, porque difunde una dinámica visión del mundo que repercute en las "Imágenes de realidad" que ahora tienen los televidentes, especialmente los niños, quienes en muchas ocasiones sustituyen sus propias experiencias por las fantasías que propone el medio.

La inquietud por los efectos de la televisión sobre la conducta viene desde 1960, cuando me hacía cargo de la producción de la programación infantil de Canal 5, en Telesistema Mexicano. A pesar de la incipiente tecnología con la que hacíamos los programas y de la poca cobertura que tenía el Canal a nivel nacional, se hacían largas colas de niños que intentaban entrar al programa de "Bozo el Payaso" y se recibían miles de cartas diarias para ganarse un tron eléctrico en un programa de concurso.

El poder de este medio me empezó a preocupar desde entonces, pero la televisión se hacía sin marcos teóricos, sin imaginar siquiera cual podía llegar a ser su alcance y penetración. La investigación en otros países estaba empezando, en el nuestro solo existían unas cuantas investigaciones cualitativas y de nivel de audiencia, que no reflejaban en nada lo que empezaba a gestarse a nivel social.

¿Hasta dónde beneficia o perjudica a la infancia el gran impacto de este medio de comunicación? La televisión ha sido aclamada como el medio más efectivo e idóneo que ha existido, para llevar cultura hasta los lugares más apartados. Pero también ha

sido satanizada como la culpable de muchos males que padece la sociedad: como los altos niveles de transculturización y consumo, los bajos niveles de lectura, la pasividad y el aislamiento. Hoy en día, este medio es objeto de diversas investigaciones que tratan de delimitar su influencia en las actitudes y conductas de la población, especialmente de los niños.

Lamentablemente las investigaciones han surgido principalmente en los países desarrollados, inicialmente costeadas por las empresas que preocupadas por vender mas, aportan grandes cantidades en este rubro, posteriormente aparecieron en las universidades de estos mismos países, generalmente como respuesta a alguna problemática que ya es difícil detener, por que la velocidad en el avance de la electrónica ha rebasado todas las posibilidades de prever las consecuencias de sus aplicaciones.

Al respecto, es de considerar que la televisión es una fuente de información tan importante para la población infantil, que innegablemente compite con la familia y la escuela en la transmisión de valores culturales y sociales. Los pequeño de hoy que acceden a un centro escolar llevan consigo un previo bagaje de muchas horas de televisión dando como resultado que gran parte de la información recibida y manejada por los niños proceda de este medio de comunicación y sólo una ínfima parte tiene como fuente de origen la enseñanza escolar.

Pero, este fenómeno ¿supone un desplazamiento del papel de la escuela en la formación social y cultural de los pequeños?; ¿tienen los niños un mayor conocimiento de los contenidos de los programas que de las materias escolares?; ¿incide en forma más determinante en las imágenes que tienen del mundo?

Para resolver estas interrogantes, como parte de las tareas de investigación sobre medios que se desarrollaban han el Instituto Nacional del Consumidor, me pareció importante actualizar y ampliar la investigación "La Televisión y los Niños" (1); que se realizó en 1980 en esa misma institución y que arrojó tan importantes resultados, a fin de poder comparar nuevamente el conocimiento que tienen de los contenidos escolares y de los programas de televisión.

(1) INCO. MEDINA PICHARDO, José. *La Televisión y los Niños*. México, 1981.

Con el objeto de tener una muestra que pudiera indicarnos que sucede en nuestro país, la investigación se llevó a cabo en el Distrito Federal y en 10 zonas del interior de la república: Aguascalientes, Baja California Norte, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Oaxaca, Veracruz y Yucatán. Se aplicó un cuestionario, con preguntas cerradas a 7, 234 niños de quinto y sexto de primarias públicas y privadas,

Se consideró de interés definir los personajes de la historia nacional, la política actual y la televisión, que espontáneamente recuerdan los niños, porque de alguna manera representan imágenes de la realidad que existen en la mente infantil. Como parte de la investigación se aplicó también otro cuestionario, con preguntas abiertas, a 844 alumnos de las escuelas primarias consideradas en la fase anterior.

Los resultados permitieron identificar algunos de los conocimientos que tienen los niños como producto tanto de las enseñanzas escolares, como de los contenidos de la programación de televisión. Así mismo identificamos cuales son las características de los personajes que espontáneamente.

En el primer capítulo se explica la METODOLOGÍA llevada a cabo, describiendo detalladamente la forma en que se realizó la investigación.

Posteriormente, se expone el MARCO TEÓRICO, con la investigación documental que se realizó sobre el tema.

El tercer capítulo, corresponde a la INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS, en esta parte se exponen y se analizan los principales datos de ambas encuestas, así como las diferencias por sexo, grado escolar, tipo de escuela, nivel de exposición a la televisión y entidad federativa.

En los siguientes, se presentan las CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS del estudio.

Finalmente, en los ANEXOS, se incluyen los Instrumentos de la investigación, el listado de escuelas que conformaron la muestra, los resultados específicos de ambas encuestas y los datos de los cruces de variables.

## METODOLOGÍA

### 1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La televisión es un importante medio de educación informal y asistemático para la mayoría de la población en nuestro país, pero especialmente para la población infantil, que pasa muchas más horas frente al televisor que en el medio escolar formal. La televisión difunde desde normas sociales y valores culturales hasta actitudes y patrones de conducta específicos, que inciden en la percepción que tienen los niños de la realidad, así como en su desarrollo individual y social. Pero, ¿que tanto captan la perspectiva de la realidad que obtienen de la televisión VS la que obtienen en la escuela?; ¿tienen un mayor conocimiento de los contenidos de los programas que de las materias escolares?; ¿el medio electrónico incide en forma más determinante en las imágenes que los niños tienen del mundo?; ¿supone un desplazamiento del papel de la escuela en la formación social y cultural de los pequeños?.

### 2.- MARCO TEÓRICO.

A fin de sustentar la exposición y el análisis de los resultados del estudio de campo, se llevó a cabo una investigación documental sobre el tema. En virtud de la naturaleza del fenómeno, que entre otros aspectos involucra diferentes disciplinas, como comunicación, psicología y pedagogía; no se planteó una corriente teórica específica, si no que se optó por el análisis concreto de los siguientes temas:

**DESARROLLO DEL NIÑO.** Con base en los fundamentos teóricos del desarrollo cognoscitivo establecidos por Jean Piaget, se analizó el desarrollo de las operaciones intelectuales en el niño, especialmente el lenguaje, la función simbólica y el proceso de identificación-imitación.

**LA TELEVISIÓN Y LA ESCUELA EN LA FORMACIÓN DEL NIÑO.** A fin de obtener un parámetro de comparación de los mecanismos que intervienen en la adquisición y decodificación de los mensajes escolares y de los mensajes de la televisión, se analizaron tanto la a la escuela como la televisión, como fuentes de información para la población infantil, basándonos en tres grandes aspectos del proceso de comunicación: a) la relación entre el emisor y el receptor; b) el mensaje, y c) el canal y el código de comunicación;

**LA TELEVISIÓN EN EL DESARROLLO FÍSICO, INTELLECTUAL Y EMOCIONAL DEL NIÑO.** Se analizaron las tesis de diferentes teóricos de la comunicación sobre los efectos de la televisión en el desarrollo físico, intelectual y emocional de la población infantil; para tener un marco de referencia sobre las posibles consecuencias de los hábitos de exposición a este medio.

**LA TELEVISIÓN EN LA SOCIALIZACIÓN DEL NIÑO.** Se profundizó en los mecanismos que intervienen en el proceso de identificación imitación de los niños con los contenidos y los personajes de televisión, así como en los valores, actitudes y modelos de conducta que de acuerdo a diferentes investigaciones difunden los programas infantiles; con el propósito de obtener elementos que permitan analizar el papel de la televisión en la socialización de la población infantil.

### **3.- MARCO CONCEPTUAL.**

**REALIDAD NACIONAL:** Perspectiva que tienen los niños de la realidad, como producto de la información sobre historia, geografía y política de México que presentan los libros de texto que proporciona la Secretaría de Educación Pública; así como sobre temas de gran relevancia y difusión de la política actual y de la religión católica; que se incluyeron en el Instrumento. Se consideraron las siguientes categorías: fechas de acontecimientos nacionales; identificación de la imagen de los principales personajes de la historia y la política de México; hechos y conductas de estos personajes; frases célebres; identificación de símbolos nacionales, y geografía del país.

**REALIDAD DE LA TELEVISIÓN.** Perspectiva de la realidad que obtienen los niños de los contenidos que difunden los programas de televisión con mayor audiencia infantil (según el Mediómetro de INRA de agosto de 1989) y que son los que se tomaron en cuenta en el Instrumento con las siguientes categorías: horarios de los programas; identificación de la imagen de los principales personajes; conductas características de estos personajes; frases típicas de los personajes y lemas publicitarios; identificación de logotipos de la televisión, y ubicación de los personajes en los programas.

**OPERACIONES INTELLECTUALES.** De acuerdo a la teoría de Jean Piaget, las operaciones intelectuales son las habilidades que va adquiriendo el niño en las distintas etapas del desarrollo de su inteligencia; para conocer, aprender, interpretar, profundizar y adaptarse a la realidad. Se consideraron, especialmente, las siguientes operaciones intelectuales: comprensión de las causas y factores que involucran un hecho; desarrollo de la memoria; capacidad de abstracción; identificación de símbolos; ubicación espacial; razonamiento sobre la parte y el todo; habilidad para manejar información numérica; desarrollo del lenguaje y proceso de identificación - imitación.

**ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN.** Son las variables que conforman el procedimiento mediante el cual una persona, un grupo o una Institución transmite un mensaje, con determinadas reglas y características, para que pueda ser captado e interpretado por un receptor. Se tomaron en cuenta, especialmente, los siguientes elementos: motivación, interés y empatía en la relación entre el emisor y el receptor; estructura y contenido del mensaje, código, canal y proceso de decodificación.

**CONOCER:** Saber, reconocer, identificar o distinguir la respuesta correcta a las preguntas específicas que se formularon.

**RECORDAR ESPONTÁNEAMENTE:** Evocar libre, voluntariamente y sin apoyo externos imágenes que están en la memoria, en este caso de personajes y escribir su nombre.

**IMAGEN:** Idea o representación figurativa en la mente.

**TIPO DE ESCUELA:** Forma de llevar a cabo la educación: pública y privada.

**NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN:** Número de horas que vieron los niños la televisión el día anterior. Se realizó la siguiente clasificación: exposición baja: menos de dos horas; exposición medida: de dos a tres horas; exposición alta: más de tres horas.

#### 4. OBJETIVOS.

##### 4.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar, comparar y analizar el conocimiento que de la realidad nacional tienen los niños, con el que tienen de la realidad de la televisión; así como, identificar las características de los personajes de la historia nacional, la política actual y la televisión que recuerdan espontáneamente; a fin de establecer la importancia de este medio masivo de comunicación en la formación social y cultural de la población infantil.

##### 4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- \* Identificar y comparar el conocimiento que tienen los niños de la realidad nacional y de la realidad de la televisión.
- \* Determinar la importancia de los elementos del proceso de comunicación que se aplican en la escuela y los que maneja la televisión, en la adquisición de conocimientos de ambas realidades.
- \* Determinar el promedio de exposición a la televisión de la población infantil.
- \* Detectar y analizar los conocimientos específicos que obtuvieron mayor puntaje en la realidad nacional y en la realidad de la televisión.
- \* Obtener las diferencias determinadas por sexo, grado escolar, tipo de escuela y el nivel de exposición a la televisión, conforme a la entidad federativa en la que viven.
- \* Determinar los personajes de la historia nacional, la política actual y la televisión que espontáneamente recuerdan los niños.

- \* Analizar las principales características de estos personajes.
- \* Analizar la imagen de héroe nacional, político y personaje de televisión que tienen los niños.
- \* Establecer las diferencias en el recuerdo espontáneo de personajes, que se deben al sexo, al grado escolar, al tipo de escuela a la que asisten, al nivel de exposición a la televisión y a la entidad federativa en la que viven.

## 6.- POBLACIÓN OBJETIVO.

Niños y niñas que cursan el quinto y el sexto grado de primaria, en escuelas públicas y privadas, de las siguientes entidades federativas: Aguascalientes, Baja California Norte, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Oaxaca, Veracruz y Yucatán.

## 6.- TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN E INSTRUMENTOS.

La técnica de investigación que se utilizó fue la ENCUESTA. Se diseñaron dos cuestionarios autoaplicables. El primero de ellos, con preguntas cerradas, sobre los conocimientos de la realidad nacional y de la realidad de la televisión, y el segundo, con preguntas abiertas, sobre los personajes que espontáneamente recuerdan

### 6.1. CUESTIONARIO SOBRE CONOCIMIENTOS DE LA REALIDAD NACIONAL Y DE LA REALIDAD DE LA TELEVISIÓN.

Para poder comparar el conocimiento que tienen los niños sobre la realidad nacional y sobre la realidad de la televisión, se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas en el que se plantearon categorías paralelas de ambas realidades, es decir, categorías que implican el mismo tipo de operación intelectual (2)

(2) En el anexo 1 se presenta el cuestionario sobre conocimientos de la realidad nacional y de la realidad de la televisión.

#### REALIDAD NACIONAL

Identificación de la imagen de personajes de la historia y la política actual  
(10 preguntas)

Conductas y hechos de los principales personajes  
(5 preguntas)

VS  
VS

VS

#### REALIDAD TELEVISIVA

Identificación de la imagen de personajes de la televisión  
(10 preguntas)

Conductas típicas de los personajes de televisión  
(5 preguntas)

REALIDAD NACIONAL		REALIDAD TELEVISIVA
Frasas célebres (5 preguntas)	VS	Frasas típicas de personajes y lemas publicitarios. (5 preguntas)
Fechas de acontecimientos nacionales (5 preguntas)	VS	Horarios de programas de televisión (5 preguntas)
Identificación de Símbolos nacionales (5 preguntas)	VS	Identificación de logotipos de televisión (5 preguntas)
Geografía de México (5 preguntas)	VS	Ubicación de los personajes de los programas (5 preguntas)

Además se consideraron como variable clasificatorias:

- Sexo
- Grado Escolar
- Tipo de escuela a la que asiste el niño (pública o privada)
- Entidad federativa en la que vive.
- Tiempo de exposición a la televisión el día anterior. (2)

*(2) Se les preguntó sobre el número de horas y los programas que vieron el día anterior, porque es muy difícil para los niños establecer un promedio diario de exposición al medio.*

## **6.2 CUESTIONARIO SOBRE LOS PERSONAJES DE LA HISTORIA NACIONAL, LA POLÍTICA ACTUAL Y LA TELEVISIÓN, QUE RECUERDAN ESPONTÁNEAMENTE.**

Dado que también se consideró de interés definir los personajes que recuerdan espontáneamente; porque representan imágenes de la realidad que existen en la mente infantil; se diseñó un cuestionario, con preguntas abiertas, en el que se les solicitaba a los niños que mencionaran:

- \* 10 personajes de la historia nacional.
- \* 5 personajes de la política actual,
- \* 10 personajes de la televisión.

También en este caso se consideraron como variables clasificatorias:

- \* Sexo
- \* Grado escolar
- \* Tipo de escuela
- \* Entidad federativa en la que vive
- \* Tiempo de exposición a la televisión el día anterior (3)

## **7. MUESTRA.**

### **7.1. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.**

Se aplicaron 7 234 cuestionarios cerrados concernientes al conocimiento de la realidad nacional y de la realidad de la televisión, y 884 cuestionarios abiertos sobre los personajes que espontáneamente recuerdan. La encuesta se llevó a cabo en 137 escuelas, tanto públicas como privadas, de 11 entidades federativas

*(3) En el anexo 2 se presenta el cuestionario sobre los personajes que espontáneamente recuerdan.*

Los Estados se seleccionaron procurando tomar en cuenta las distintas regiones del país, para considerar la amplia variedad de culturas existentes en el territorio nacional, en el conocimiento y en la percepción social de la población infantil.

ENTIDAD FEDERATIVA	CUESTIONARIOS APLICADOS	
	CERRADOS	ABIERTOS
Distrito Federal	1 003	120
Baja California Norte	624	73
Nuevo León	624	72
Jalisco	625	72
Guanajuato	628	72
Michoacán	618	74
Veracruz	625	73
Estado de México	612	72
Oaxaca	626	72
Yucatán	626	72
Aguas Calientes	623	72
TOTAL	7 234	844

\* La mayoría de los cuestionarios se aplicaron en la capitales de los Estados; porque es precisamente en estas ciudades en donde el Instituto Nacional del Consumidor contaba con mayores recursos e infraestructura, para llevar a cabo una encuesta de esta magnitud.

Se aplicaron (3,681) cuestionarios cerrados en primarias públicas y (3,553), en primarias particulares y fueron contestado por (3,556) niños y (3,672), niñas de quinto grado (3,497) y sexto grado (3,718). (5)

El cuestionario abierto sobre los personajes que espontáneamente recuerdan, también se aplicó en primarias oficiales (422) y primarias particulares (422), y fue contestado por niños (440) y niñas (403), de quinto grado (419) y sexto grado (422).

## **7.2. TIPO DE MUESTREO Y CRITERIOS PARA SELECCIONAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA.**

Se plantao un muestreo por cuotas, a fin da medir con mayor exactitud las variables sociodemográficas (sexo, grado escolar y tipo de escuela) que interactuan con en el nivel de conocimiento de los niños, por lo qua sa decidió tomar en cuenta un número similar de:

- \* Mujeres y hombres. Con el objeto de establecer si los niños y las niñas, por la educación que reciben, desarrollan diferentes habilidades y perciben la realidad de modo distinto.

- \* Niños de quinto grado y niños de sexto grado. (Se seleccionó esta escolaridad porque es a partir del cuarto grado que se estudia la historia de México. Además, de acuerdo a la teoría de Piaget, el desarrollo intelectual de los niños de esta edad les permite conocer, interpretar y tener una visión más concreta de su realidad. También se planteó entrevistar a un número similar de niños de 5° y de 6° , para identificar si existen diferencias significativas en el desarrollo cognoscitivo que adquiere el niño en tan solo un año). (5)

- \* Alumnos de primarias públicas y alumnos de primarias particulares. Dado que la alimentación, las condiciones del hogar y las características propias de cada sistema escolar, posiblemente influyen en la percepción social de los niños, esto planteó la necesidad para considerar 70 escuelas oficiales y 70 escuelas particulares y aplicar, en cada una de ellas 50 cuestionarios cerrados y 6 cuestionarios abiertos, considerando un número similar da mujeres y de hombres, así como de alumnos de sexto grado de primaria.

Posteriormente se planteó un muestreo probabilístico: bietápico aleatorio simple, considerando como universo las escuelas primarias de las ciudades en donde era factible que el INCO llevara a cabo la encuesta, y a partir, del listado de alumnos da quinto y sexto grado, se hizo la selección aleatoriamente con las cuotas establecidas para cada institución escolar.

Sin embargo, se enfrentaron algunas dificultades en el proceso, y el procedimiento de muestreo tuvo que ajustarse en la marcha para que la aplicación de la encuesta fuera operativa.(6)

(6) En algunos casos de los cuestionarios, la suma de las dos variables no da el 100% de encuestas, porque los niños dejaron en blanco las respuesta correspondiente.(6) De hecho fueron 67 escuelas oficiales en lugar de las 70 planteadas y un mayor número de cuestionarios (7,234 cerrados y 844 abiertos) de los señalados originalmente (7,000 y 840 respectivamente).

El tamaño de la muestra de la encuesta sobre conocimientos de la realidad nacional y de la realidad de la televisión, se calculó con base en la fórmula que propone William Cochran (7) para estudios sencillos; porque la población objeto de estudio es mayor a 10 mil casos, con características muy homogéneas; las preguntas del cuestionario son cerradas, y las alternativas de preguntas mutuamente excluyentes (7)

$$n = Z^2 pq / E^2$$

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza para generalizar los estudios de toda la población. Se consideró un nivel de confianza de 99% = 2.58 (según valores tipificados obtenidos de las tablas de área bajo la curva normal).

pq: Variabilidad del fenómeno estudiado. Con base en el estudio que realizó el INCO sobre este tema en 1981 y al piloto de la presente investigación, se observó que los niños tienden a tener el mismo tipo de conocimientos. De ahí que se haya calculado una versatilidad de  $p = .7$  y  $q = .3$

E: Precisión con la que se generalizarán los estudios. Se utilizó una precisión de 5% = .05 (en proporciones).

$$n = (2.58)^2 (.7) (.3) / (.05)^2$$

$$n = 559.1376$$

De este modo se hizo el cálculo y se procedió a la aplicación de 559 cuestionarios + 59 (10% de reposición) = 618 en cada Estado. En el Distrito Federal se aplicó un mayor número de cuestionarios, por el tamaño de la población.

En la encuesta sobre los personajes que espontáneamente recuerdan los niños, también se aplicó la fórmula que propone Cochran para estudios sencillos; ya que las preguntas, a pesar de ser abiertas, son muy fáciles y accesibles para la población infantil y las características generales de la investigación no corresponden a las de un estudio complejo.

Sin embargo, se decidió fijar una muestra global para toda la república, ya que se trata de un estudio exploratorio y los costos de codificación de preguntas abiertas, por lo metódico del trabajo, son difíciles de manejar y sumamente elevados para establecer una muestra específica para cada entidad federativa.

En este sentido, se tomaron en cuenta los siguientes valores:

Z = Se consideró un nivel de confianza de 99% = 2.58 (según valores tipificados obtenidos en las tablas bajo la curva normal)

(7) COCHRAN William. *Sampling Techniques*, p. 76. Citado en ROJAS SORIANO Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*, p. 130.

pq: Se calculó la máxima variabilidad posible, por tratarse de preguntas abiertas.

p = .5, q = .5

E = Se utilizó un nivel de precisión de 5% = a .05 (en proporciones).

$$n = (2.58)^2 (.5) / (.05)^2$$

$$n = 665.64$$

De acuerdo a esta fórmula, se procedió a la aplicación de 666 cuestionarios + 167 (25%) de reposición por tratarse de preguntas abiertas) = 833 encuestas para todas las entidades federativas consideradas en la investigación.

## 8.- PROCEDIMIENTO.

### **MARCO TEÓRICO**

La elaboración de marco teórico se llevó a cabo con la base al esquema clásico de la investigación documental: revisión bibliográfica, elaboración del esquema, recopilación de la información, análisis y sistematización, y redacción.

### **DISEÑO DEL INSTRUMENTO**

En cuanto a la Realidad Nacional, se revisaron los libros de texto que proporciona la Secretaría de Educación Pública, con el objeto de definir los reactivos a considerar en el cuestionario.

En relación a la realidad de la televisión, con el fin de detectar y analizar los programas con mayor audiencia infantil y así obtener los reactivos a tomar en cuenta en el cuestionario, se revisó el Mediómetro de agosto de 1989 de la International Research Associates (INRA); verificándose tanto programas como horarios en el D.F. y en las otras diez entidades federativas, para constatar que los programas se estuvieran transmitiendo.

Con base en esta revisión del material escolar y de los programas de televisión, se redactó el texto del cuestionario y se diseñaron las imágenes de los personajes y de los símbolos que se incluirían en el instrumento. En este sentido, se consideraron imágenes que se presume ampliamente conocidas por los niños ("estampitas biográficas" y "monografías" en el caso de realidad nacional).

## ENCUESTA PILOTO

Le encuesta piloto se llevó a cabo en el Distrito Federal en dos escuelas primarias, seleccionadas al azar. Se aplicaron 100 cuestionarios cerrados sobre el conocimiento de la realidad nacional y de la realidad de la televisión y 9 cuestionarios abiertos sobre los personajes que espontáneamente recuerdan.

Estos cuestionarios se aplicaron tanto a niñas (59) como a niños (50); que cursaban el quinto grado (56) y el sexto grado (53); en primarias públicas (57) y privadas (52).

Los resultados se analizaron detalladamente, para realizar las modificaciones correspondientes.

## ENCUESTA GENERAL

La encuesta general se aplicó en el mes de noviembre de 1989. Desde el INCO, en el Distrito Federal, enviamos los cuestionarios y las instrucciones de aplicación a las diez delegaciones de los estados considerados en la Investigación. La capacitación para su aplicación fue a partir de instructivos e información complementaria por vía telefónica.

El proceso general de aplicación fue el siguiente:

- \* Se seleccionaron las escuelas a conformar la muestra, de acuerdo al sistema de muestreo anteriormente expuesto.
- \* Se llamó al director por teléfono para solicitar su cooperación y concertar una cita.
- \* Se acudió a la escuela y, después de mostrarle el director el documento con los objetivos y características de la investigación, se le explicó como se llevaría a cabo. Se seleccionó al grupo de alumnos e considerar en la muestra.
- \* Se repartieron los cuestionarios a los niños y verbalmente se les dieron las instrucciones generales para responderlos.
- \* Se recogieron y revisaron los cuestionarios.
- \* Se enviaron al INCO en el Distrito Federal, para su análisis y codificación.

## CODIFICACIÓN.

La Codificación de todos los cuestionarios se llevó a cabo en el Distrito Federal.

En el caso de la encuesta sobre conocimientos de la realidad nacional y de la realidad de la televisión, con base al manual de codificación, se anotó el número de respuesta en el espacio del cuestionario destinado para ese fin.

Para la codificación de la encuesta sobre los personajes que espontáneamente recuerdan, se elaboró un listado de los personajes que apuntaron los niños, se le asignó un número a cada uno de estos personajes y posteriormente se escribió este número en el espacio del cuestionario destinado para ese fin.

#### CONCENTRACIÓN DE DATOS

Los datos se capturaron electrónicamente en el Departamento de Informática del INCO.

#### ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Se obtuvo la frecuencia real y la frecuencia relativa de las alternativas de respuesta a cada pregunta.

En relación a la encuesta sobre conocimientos de la realidad nacional y de la realidad de la televisión, se trabajó sobre tres niveles de análisis:

- GLOBAL: La suma de los aciertos a todas las preguntas sobre realidad nacional y sobre realidad de la televisión, para obtener un indicador del conocimiento general de ambas realidades.

- POR CATEGORÍA: La suma de los aciertos a las preguntas de realidad nacional y de la realidad de la televisión que implican la misma operación intelectual para adquirir la información, a fin de tener un parámetro de comparación por categorías: identificación de los personajes de la realidad nacional y de la realidad de la televisión; hechos y conductas de los personajes de ambas realidades; frases célebres y frases típicas o lemas publicitarios; fechas de acontecimientos y horarios de programas; identificación de símbolos de la realidad nacional y de la realidad de la televisión; geografía y ubicación de los personajes en los programas.

- ESPECÍFICA: Frecuencia real y relativa de los aciertos a cada pregunta.

En la encuesta sobre los personajes de la historia nacional, la política actual y la televisión que espontáneamente recuerdan los niños, se consideraron los que alcanzaron un mayor puntaje.

Asimismo, se hicieron comparaciones de acuerdo a las variables clasificatorias (sexo, grado escolar, tipo de escuela, nivel de exposición a la televisión y entidad federativa), cruzando cada una de estas variables con los aciertos globales a la realidad nacional y a la realidad de la televisión, con los aciertos a cada categoría, y con la frecuencia de los personajes que más recuerdan los niños.

En los cruces de variables se empleó la prueba de significancia de la  $\chi^2$  CUADRADA, para determinar si la relación entre las dos variables era significativa.

## PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Se elaboraron cuadros de resultados en donde se expone la frecuencia real y la frecuencia relativa de las respuestas a cada pregunta, los aciertos por categoría y los datos de los cruces de variables. Asimismo, se diseñaron gráficas ilustrativas de los principales datos.

## INTERPRETACIÓN

El propósito de la interpretación fue analizar los resultados, con base al marco teórico, para profundizar y explicar las interrogantes planteadas en los objetivos de la investigación.

En relación a la encuesta sobre conocimientos de la realidad nacional y de la realidad de la televisión, se interpretaron los datos de manera global y por categoría. En cada caso, se analizó el grado y el tipo de conocimientos escolares y televisivos que tienen los niños; así como la importancia de las operaciones intelectuales y de las características propias de cada proceso de comunicación, en la adquisición de la información.

En la encuesta sobre los personajes que espontáneamente recuerdan, se analizó la imagen de héroes nacionales y de políticos VS personajes de televisión, así como las características específicas de los personajes que más recuerdan.

Además en ambos casos, se profundiza en las diferencias que se deben al sexo, al grado escolar, al tipo de escuela, al nivel de exposición a la televisión y a la entidad federativa en la que viven los niños.

## MARCO TEÓRICO

### 1.- DESARROLLO DEL NIÑO

A través de los tiempos, la concepción del hombre en relación con los niños ha cambiado radicalmente, por ejemplo, en la antigua Grecia, se les concebía como tablas rasas a las que era menester y obligación del adulto ir llenando de reconocimientos, algo así como una página en blanco sobre la cual se podía escribir y a la vez moldear, a la manera de los padres o los maestros.

Hoy en día, diferentes autores han estudiado el desarrollo infantil, aportando conocimientos que ayudan a tener una visión más amplia de las conductas, necesidades, capacidades y diferencias de los niños.

Uno de los aportes más reconocidos en cuanto al estudio del desarrollo cognoscitivo infantil es Jean Piaget, cuya teoría surge a partir de observaciones extensas y detalladas sobre la conducta espontánea de sus hijos, así como de las respuestas a preguntas que él les formulaba, centrándose su atención en el crecimiento intelectual y en la importancia de la cognición en la conducta del infante.

Piaget concibió al bebé como un ente activo, que posee la capacidad de relacionarse con su medio y a la vez que lo influye, se deja influenciar por él, en un proceso de continua interacción que le permite entender mejor su mundo: "El niño, no es un receptor pasivo, cuyas creencias, pensamientos y formas de enfrentar problemas sean principalmente resultado de lo que se le enseña de modo directo". (1B)

El progreso gradual en las áreas del pensamiento empieza a desarrollarse desde que el recién nacido hace conscientes las sensaciones inmediatas del tacto, temperatura, dolor, sonido y luz. Al respecto, William James escribió: "el bebé, asaltado por los ojos, los oídos, la nariz, la piel y las entrañas al mismo tiempo siente todo eso como una gran confusión floreciente y zumbante" (2B)

Sin embargo, los pequeños pronto empiezan a darle sentido a cada uno de los fenómenos que los rodean. Esta diferenciación inicial será la base de la posterior organización del pensamiento y de la socialización.

Es precisamente durante el primer año de vida cuando el infante descubre cada vez más cosas del mundo que lo rodea, lo que le permite ampliar sus expectativas de conocimiento y experiencia.

Para Mussen, "los primeros doce meses de vida, se encuentran plenos de cambios tanto en el crecimiento físico y conductual como en el cognitivo, más que en cualquier otro año de vida de una persona". (3)

(1B) PIAGET citado en MUSSEN, CONGER Y KAGAN, Aspectos esenciales en: el desarrollo de la personalidad en el niño, p. 17

(2B) WILLIAM, James. Principios de psicología, p. 338

(3B) MUSSEN, CONGER Y KAGAN, Op. Cit, p. 71

Los primeros progresos cognoscitivos y sociales de los niños, se dan en el ámbito familiar, pues es con los miembros de la familia con quienes practican todas las habilidades que empiezan a desarrollar. La constante interacción de los padres con sus pequeños, es considerada como un factor determinante en la constitución de la personalidad infantil y mientras más variada sea esta experiencia y participen un mayor número de personas, las posibilidades de organización del pensamiento infantil es mayor. De ahí que la responsabilidad de estimulación afectiva e intelectual del niño no deba limitarse a la madre, como se cree en muchas de nuestras culturas.

El medio familiar y específicamente las relaciones que el infante desarrolla en él, determinan el grado de satisfacción que alcanza al contactarse con otras personas fuera de la familia.

De esta forma, una familia sobreprotectora o demasiado ocupada, quedeja al pequeño todo el día frente al televisor, puede dar como resultado un niño poco seguro de sí mismo y de sus relaciones personales, ya que le pueden provocar ansiedad tanto el no estar junto a alguno de los padres como el no estar acostumbrado a interactuar con otros. Pues un ámbito familiar que el pequeño capta como indiferente, puede traer como consecuencia un individuo receloso y excesivamente cauto al establecer correspondencia con los demás.

#### 1.1. LENGUAJE

A medida que crece, el niño necesita expresar sus necesidades de maneras diferentes al llanto, para lo cual empieza a estructurar palabras a partir de los más sencillos sonidos guturales o balbuceos. El inicio de la comunicación verbal es uno de los sucesos más trascendentes para el bebé, ya que en la medida en que aprenda a manejar su habilidad para comunicarse, se integrará mejor en la estructura social en la que se desenvuelve.

De acuerdo con los hallazgos de Lenenberg, Reblsky y Nichols, la adquisición del lenguaje consta de tres etapas: gorgoreo, balbuceo y lenguaje o habla verdadera. (4)

Las primeras vocalizaciones se conciben como sonidos dados al azar, pero en realidad son parte de una etapa preparatoria para controlar el aparato vocal y para aprender sonidos y palabras que escuchan en el lenguaje circundante. En este sentido, los adultos juegan un papel muy importante, pues actúan como reforzadores del lenguaje infantil, gracias a su estimulación, los pequeños adoptan una amplia gama de vocablos que tal vez en principio no comprenden, pero que les ayudarán a dominar eficazmente la técnica de vocalización.

Por lo regular, los niños dicen sus primeras palabras alrededor del doceavo mes de vida. Usualmente, los primeros vocablos son "mamá" y "papá". Son palabras fáciles de pronunciar y de ahí posiblemente que se asignen a las personas con las que el bebé tiene un mayor vínculo emocional.

Durante el segundo año, el niño empieza a convertir palabras en oraciones, regularmente al pequeño le lleva tiempo aprender a usara frases de dos vocablos. -

(4) LENENBERG, REBSKY Y NICHOLS, citados en REESE W. y LIPSITT L. *Psicología experimental infantil*, p.p. 501, 506, 515 y 516.

Sin embargo, después de varios meses, el número de combinaciones aumenta considerablemente. "el niño comienza a usar estas combinaciones a los diecinueve meses y pronuncia catorce diferentes combinaciones en ese mes. Cinco meses después, utiliza mil cuatrocientas combinaciones distintas de dos palabras". (5)

Posteriormente, el lenguaje infantil se va nutriendo con expresiones cada vez más largas y complejas, mientras este proceso de entrenamiento se va mejorando, el pequeño adquiere mayor rapidez para hablar.

En los primeros meses de vida del bebé, existe una primacía de la visión sobre el habla. en este sentido, Hollenbeck y Slaby señalan que "A edad temprana, como la de los seis meses, los lactantes prestan más atención a un televisor con imagen pero sin sonido, que a otro que emita sonido sin imagen" (6)

Sin embargo, para los niños de cinco años en adelante, la atención en la imagen no reduce la atención en la información auditiva. A esta edad, la información verbal es igualmente comprensible y recordable. Las investigaciones de Beagles-Ross y de Marks Greenfield demuestran que "cuando los niños van creciendo, van siendo asimismo capaces de recordar información verbal pura". (7)

También se ha demostrado que:

- a) las niñas desarrollan el lenguaje antes que los niños,
- b) los niños de familias de nivel socioeconómico alto, desarrollan el lenguaje con mayor rapidez que los niños de familias con un nivel socioeconómico bajo,
- c) los hijos únicos aprenden a usar el lenguaje antes que otros niños,
- d) los gemelos son más lentos en el desarrollo verbal. (8)

Diversos teóricos han coincidido en que el grado de estimulación recibida en la escuela, el hogar y otros medios, afecta la tasa de desarrollo del lenguaje. Al escuchar a otras personas, el niño analiza el habla y descubre las leyes que la rigen. Claro está, que la motivación para hablar es grande, pues el pequeño es capaz de percibir el valor que representa el poder comunicarse con otras personas.

Según Piaget, "el niño adquiere gracias al lenguaje, la capacidad de reconstruir sus acciones pasadas en forma de relato y de anticipar sus acciones futuras mediante la representación verbal". (9)

Es decir, el lenguaje además de facilitar la socialización del niño, le permite organizar de una manera más lógica su pensamiento.

(5) MUSSEN, CONGER Y KAGAN. *Op. Cit.*, p. 133

(6) HOLLENBECK Y SLABY, citados en MARKS GREENFIELD Patricia. *El niño y los medios de comunicación*, p. 121.

(7) MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.*, p. 122

(8) REESE Y LIPSITT, *Op. Cit.*, p.p. 501, 505, 515 y 518

(9) PIAGET, Jean. *Seis estudios de Psicología*

## 1.2. FUNCIÓN SIMBÓLICA

El niño que tiene la capacidad para comunicarse verbal o no verbalmente con los demás, tiene también la capacidad para el simbolismo, con la cual puede representar objetos, ideas, etc.

Para poder entender el desarrollo de la función simbólica, es necesario describir brevemente las unidades de la actividad cognoscitiva: esquemas, imágenes, símbolos, conceptos y reglas.

Un ESQUEMA "es la forma que utiliza la mente para representar los aspectos y personas". De este modo, el esquema que desarrolla un bebé para su padre, puede ser el que recalca su barba y cabeza calva.

Las IMÁGENES son representaciones más detalladas y conscientes creadas a partir de un esquema más abstracto. Una imagen es similar a la fotografía de una persona, en tanto que un esquema se asemeja más a su caricatura.

Mientras que las imágenes y los esquemas se basan en los aspectos físicos de sucesos perceptuales, los SÍMBOLOS son una forma de representar acontecimientos concretos, así como características y cualidades de objetos y acciones, sin que estén presentes. Por ejemplo, el logotipo de una marca específica de golosinas puede representar, para el niño, la golosina en sí.

Un CONCEPTO significa o representa un conjunto de atributos entre un conjunto de esquemas, imágenes o símbolos. El concepto perro, por ejemplo, se refiere a una serie de propiedades de este, como: lanosidad, rabo, cuatro patas, hocico alargado, amabilidad con los seres humanos y un sonido de ladrido.

Por último, las REGLAS constituyen declaraciones sobre conceptos: los inviernos son fríos. (10)

La función simbólica, por lo tanto, empieza desde que el niño es muy pequeño. Así, el bebé sabe que la voz de la madre representa un signo de ella misma. Poco a poco, empieza a establecer un juego simbólico cada vez más complejo, como cuando manipula una piedra afirmando que es una tortuga.

De hecho la capacidad para tratar objetos como símbolos, es una de las características esenciales de la etapa preoperacional (18 meses a 7 años), en donde el juego desempeña un papel muy importante, pues, además de favorecer el desarrollo del simbolismo en el niño, permite que el pequeño experimente con sus habilidades al mismo tiempo que con las de sus amigos.

Ahora, muchas de estas designaciones y representaciones son símbolos individuales que los sujetos crean arbitrariamente, es decir, son propios de la persona: lo que un objeto simboliza para un niño probablemente es diferente de lo que representa para otros.

(10) MUSSEN, CONGER y KAGAN. Op. CN, p.p. 164 y 165

Sin embargo, a medida que el niño crece, el desarrollo de la función simbólica le lleva a usar adecuadamente señales y símbolos convencionales. Así, puede comprender que una calavera cruzada con dos barras significa peligro.

El desarrollo de la función simbólica se encuentra mediado por una comprensión de las relaciones causa-efecto, es decir, el niño establece correspondencia entre eventos que parecen aislados, pero que adquieren relevancia por las consecuencias inmediatas que le produce dicha asociación.

Al mismo tiempo, el pequeño va reconociendo que él forma parte del entorno con el que constantemente interactúa, aprendiendo además, que este entorno se constituye de fragmentos o partes. Así él sabe que es integrante de un grupo en la escuela y que a su vez éste es parte de una clasificación por grados y que, junto con otros, conforman la totalidad que es el colegio.

Las diferentes formas de percibir el entorno van centrando su importancia en la formación de los conceptos que se integran en la estructura cognoscitiva, lo que facilita el entendimiento infantil del mundo que los rodea. En este sentido, para Mussen, Conger y Kagan, un concepto posee tres cualidades importantes: validez, estatus y accesibilidad.

La VALIDEZ se refiere al grado de concordancia existente entre el entendimiento que tenga un niño de un concepto y el que tengan otros del mismo. Por ejemplo, la idea de un niño acerca de la palabra bueno, es a menudo personal y difiere de la que tienen otros pequeños de la misma edad o de la de los adultos.

El ESTATUS se refiere al grado de articulaciones del concepto: la claridad, estabilidad y exactitud de su uso en el pensamiento. Así, el concepto que tiene un niño de tres años sobre el tamaño es más ambiguo e inexacto, que el de uno de ocho años.

La ACCESIBILIDAD, se refiere al grado de claridad que posee un concepto para poder ser usado en el pensamiento y la facilidad con que puede ser comunicado a otras personas. Si se le pregunta a un niño de cinco años sobre el concepto de bondad, a menudo dirá que no sabe, aunque su conducta puede indicar que posee cierta comprensión del mismo.

La función simbólica, como todos los logros cognoscitivos que adquiere el pequeño, obedecen a una serie de reglas que rigen su estructura y aplicación. Entre los 7 y 11 años de edad, el niño asimila y aplica los conceptos de reversibilidad y de identidad en una amplia variedad de actividades. Aprende sistemas de clasificación y de número, lo que le permite practicar relaciones numéricas más elevadas, como realizar operaciones matemáticas y comprender la causalidad entre eventos y fechas.

La aritmética es más fácil para el niño cuando éste aprende las leyes de las relaciones numéricas y se da cuenta de que:

$$"3 + 6 = 9" \text{ es lo mismo que } "6 + 3 = 9" \text{ ó } "9 - 3 = 6".$$

La habilidad mental para realizar estas operaciones en diferentes situaciones, con diferentes números y con cualquier problema concreto, elimina la necesidad de memorización mecánica. Las mismas leyes se aplican en todas las situaciones (no

importa si se suman naranjas, cuadernos, máquinas, personas, etc.). El niño empieza a darse cuenta de que la aritmética, al igual que otras disciplinas, se basa en un sistema de reglas. Empieza a hacer la transición del aprendizaje por asociación al aprendizaje por reglas. (11)

Ahora bien, un proceso de vital importancia en el establecimiento de cualquier operación de carácter intelectual es la memoria, que se concibe como el almacenamiento y recuperación de la información recibida. En este sentido, existen dos formas básicas para comprobar la información registrada: el recuerdo y el reconocimiento.

La primera de ellas requiere que el niño recupere del almacén de memoria toda la información solicitada. Este proceso es el que utiliza el pequeño, por ejemplo, cuando se le pide que diga la fecha en que se inició el movimiento de independencia o el nacimiento de Benito Juárez,.

En la segunda, se le proporciona información a la persona y ésta sólo tiene que decidir si coincide con alguna experiencia registrada en el pasado. Así, se le puede preguntar a un niño si los colores verde, blanco y rojo, con un águila como escudo, pertenece a la bandera mexicana o a la francesa.

Asimismo, para Papalia la memoria, según la duración de la información registrada, puede clasificarse en tres tipos: inmediata, de corto plazo y de largo plazo.

La memoria inmediata o sensorial se refiere a la conservación transitoria de la información, después de que la persona ha visto u oído algo. Así, el cerebro absorbe, por una fracción de tiempo, todos los aspectos de una habitación en la que se encuentra el individuo o percibe el murmullo y rumor de los sonidos que rodean la ajetreada calle de una ciudad.

Una mayor permanencia de la información en el acervo de las personas depende, principalmente, de la relevancia que este cúmulo de conocimientos tenga para el individuo. De esta forma, cuando los contenidos no representen mayor importancia se desecharán, mientras que otros podrán ser llevados a la memoria de corto plazo.

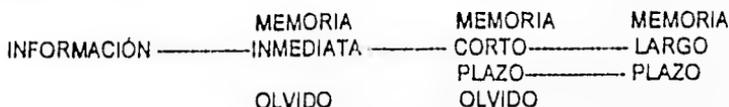
La memoria de corto plazo o memoria de trabajo, se encuentra constantemente activa. Sin embargo, decae con facilidad, pues la información contenida en ella cambia constantemente, ya que resulta imposible tener presente toda la información disponible en el archivo de memoria. El principal método para mantener la información que se recibe es el repaso, que consiste en repetir la información a efecto de mantenerla por un lapso mayor.

Sin embargo, si la información no es realmente relevante como para dejar una huella mnémica profunda, los contenidos se olvidarán probablemente. Algo así como lo que sucede cuando se estudia para aprobar un examen: la memoria almacenada, sólo el tiempo necesario, la información depositada en ella.

En este sentido, la memoria de largo plazo, se refiere al registro invariable de los contenidos informativos que la persona recibe de cualquier fuente, por ejemplo, lo que ocurre cuando las personas recuerdan a sus amigos al volverlos a ver después de algún tiempo.

(11) PIAGET, Op. Cit.

Este tipo de memoria contiene una gran cantidad de información registrada que normalmente se encuentra en estado latente o en espera de ser usada. En tanto que la de corto plazo contiene una cantidad limitada de material activo, en uso. Cabe aclarar que el olvido puede presentarse en cualquier etapa del proceso de retención o aprendizaje, como se muestra en el siguiente esquema: (12)



Así, el uso que hacen los niños de sus habilidades, como el lenguaje, la función simbólica y la memoria, facilita en gran medida su adaptación al medio en el que han de desenvolverse.

### 1.3.- IMITACIÓN - IDENTIFICACIÓN

Todos hemos visto en alguna ocasión que un pequeño se comporta de manera muy similar a sus padres o a otras personas cercanas a él.

Ante este tipo de manifestaciones, la pregunta que de inmediato surge es la de ¿por qué sucede esto?, ¿a qué se debe?. La respuesta se encuentra en dos procesos que tienen lugar principalmente durante la infancia: la imitación y la identificación. Ambos procesos están muy relacionados en las conductas de socialización infantil, ya que permiten que el pequeño entre en contacto con las ideas y sentimientos de otras personas.

La capacidad de imitación en los niños, se acrecienta en una de las actividades más importantes de esta etapa de la vida: el juego.

Al final del primer año o comienzos del segundo, los pequeños imitan, durante sus actividades lúdicas, las conductas de sus padres, aunque también de otras personas e incluso de los personajes de televisión. En este sentido, la socialización mediante el proceso de imitación, requiere de la observación por parte del niño y del refuerzo de alguna persona que el pequeño considere importante.

La imitación puede darse de manera inmediata. Un clásico ejemplo es el experimento, realizado por Albert Bandura, en el que varios niños observaban a un adulto que golpeaba y pateaba a un muñeco de plástico, al tiempo que emitía un gran número de respuestas verbales y motoras que el pequeño no había visto ni oído antes.

Cuando el modelo abandonaba la habitación, el niño quedaba a solas con el juguete y los asistentes, a los que no podía ver y que se encargaban de registrar las respuestas. Los niños que observaron al modelo, imitaron con exactitud la mayoría de las conductas agresivas de éste.

Otra forma en la que el proceso de imitación puede darse, es de manera postergada, para lo cual el infante debe ser capaz de crear esquemas para la acción; esto sucede cuando se presenta algún incentivo, que desencadena la conducta imitativa previamente vista.

Retomando el ejemplo anterior, la conducta de golpear al muñeco de plástico puede retardarse hasta que el pequeño se encuentre en una situación determinada, que desencadene la conducta de agresión. (13) Ahora, es importante reiterar que en este proceso de socialización es muy importante el reforzamiento de los adultos.

La identificación, por su parte, involucra principalmente dos aspectos: el primero se refiere a la creencia infantil de que él es similar a otra persona; mientras que el segundo se relaciona con la necesidad del pequeño de compartir, indirectamente, las emociones de esa otra persona.

Con base en la observación e las personas que les rodean y en el deseo de parearse a alguien, es como los pequeños desarrollan el sentido de quienes quieren ser. De esta forma, el niño se identificará más fácilmente con un padre competente, que a ojos del pequeño sea poderoso, que con uno que le parezca incapaz y débil.

A diferencia de la imitación, en donde el aprendizaje no requiere de vínculos emocionales con el modelo, ya que se pueden observar e imitar conductas o respuestas de personas con quien solo se tiene una relación casual; la identificación requiere de una relación más estrecha, pues resulta ser una fuente de seguridad para el niño, es decir, cada vez que se comporte de manera similar al modelo, tendrá la certeza de que sus conductas están respaldadas por alguien que para él es muy importante.

Asimismo, la identificación es un proceso más complejo, ya que se establece atendiendo a cuatro procesos que se encuentran interrelacionados:

- a) los niños quieren ser como el modelo.
- b) los niños creen ser como el modelo.
- c) los niños experimentan sensaciones como las que el modelo siente, y
- d) Los niños actúan como el modelo. (14)

Tanto la imitación como la identificación, se relacionan con el concepto de representación de rol, que Macoby describe como: "aquel proceso por el cual, mediante la imitación de actividades adultas, el niño adquiere pautas de comportamiento que se espera tenga cuando sea adulto. En términos generales la conducta imitativa de instrucciones explícitas de como deberá comportarse el observador". (15)

(13B) BANDURA, citado en MUSSEN, CONGER y KAGAN. Op. cit, p. 176

(14) PAPALIA. Op Cit, p. 434

(15) MACOBY citado en MUSSEN, CONGER y KAGAN. Op. Cit, p. 162

La mayor parte de las conductas de socialización se adquieren cuando el niño observa actuar a sus padres. Al respecto, Albert Bandura opina que "durante los primeros años de la vida de un niño, la familia constituye su grupo básico de referencia; en este periodo la gama de modelos disponibles de la vida real se restringe a los miembros de ésta, sobretodo los padres, que para el niño son fuente de gratificaciones biológicas y condicionadas". (16)

Sin embargo, las conductas de socialización también pueden darse con otras personas o con modelos del cine o la televisión. De hecho, los medios masivos ejercen cierta influencia en las pautas de conducta social, ya que los niños pasan mucho tiempo expuestos a los contenidos televisivos imitando formas de comportamiento que de algún modo pueden llegar a incidir en la conformación de sus normas sociales.

Ahora, es de considerar que existen cinco factores comúnmente reconocidos que influyen en el desarrollo general del niño, a la vez que determinan las diferencias individuales:

- 1) Variable biológicas determinadas genéticamente.
- 2) Variables no genéticas (por ejemplo la falta de oxígeno durante el parto, la desnutrición, etc.).
- 3) El aprendizaje pasado del niño.
- 4) El ambiente psicológico dentro de la familia.
- 5) El ambiente social y cultural en el que se desarrolla el niño (escuela y grupos de amigos). (17)

En este sentido, es de considerar que la televisión forma parte importante del ambiente sociocultural del pequeño, y de ahí que sea conveniente analizar su influencia, comparándola con otro importante agente de socialización: la escuela.

## 2.- LA TELEVISIÓN Y LA ESCUELA EN LA FORMACIÓN DEL NIÑO.

La televisión, desde sus inicios, se convierte en una importante fuente de información para la población infantil, una especie de "escuela paralela" que propone valores, actitudes y conductas; que pueden repercutir tanto en la vida cotidiana del pequeño, como en las ideas y posturas que tiene ante la realidad política, económica y social.

El medio electrónico, a través de las imágenes, transmite información que muchas veces excede a la que se comunica a través de la instrucción y los textos escolares. Este fenómeno, de acuerdo a Mac Luhan, "ha hecho que los libros dejen de ser los principales medios de enseñanza, ha derribado los propios muros de la escuela" (18)

(16) BANDURA, Albert y WALTERS, Richard. *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*, p. 87

(17) MUSSEN, CONGER y KAGAN. *Op. Cit.*, p. 37

(18) MAC LUHAN, citado en CORTES ROCHA, Carmen. *La escuela y los medios de comunicación masiva en México*, p. 42

Incluso, algunos estudios estadísticos han comprobado que el niño que acude por primera vez a la escuela, lleva un gran bagaje de información que adquiere después de ver muchas horas de televisión.

La investigación que se realizó en el INCO sobre este fenómeno en 1981, concluye que: "Los niños tienen mayor conocimiento de la realidad televisiva (73%) que de su realidad nacional (38%)" (19)

Asimismo, el estudio que realizó el sociólogo Amado de Miguel en España, con alumnos de más de doce años, señala que "la mayor parte de la información recibida y manejada por esos chicos procedía de los medios de comunicación, mientras que tan sólo una ínfima parte tenía su origen en la enseñanza escolar" (20)

Estos resultados indican que la televisión es una fuente de conocimientos tan importante, que compite con la escuela en la formación social y cultural de los pequeños. Para Gerbner, incluso, "la socialización de los niños ha sido transferida de la casa y la escuela a los programadores de la televisión" (21)

Pero, ¿e qué se debe este fenómeno?; ¿por qué los niños reciben más información de la televisión que de la escuela? Una de las explicaciones más lógicas es que muchos de ellos pasan más tiempo frente al aparato televisor que en las aulas escolares. Mientras en la escuela tiene vacaciones, fines de semana, juntas de maestros, etc. la televisión trabaja las 24 horas los 365 días del año. También es necesario tomar en cuenta las características del medio, su dinámica visual, colorido y el reforzamiento del audio en el anclaje de la narrativa audiovisual cinética, lo hacen sumamente atractivo para los niños.

La televisión, de hecho, está presente en la vida de todos o de casi todos los niños. Es más, muchas familias piensan que han encontrado en el televisor el medio perfecto para ampliar y asegurar la tranquilidad de los hogares, porque mantiene ocupados a los niños.

En este sentido, Marie, Winn explica que, cuando el niño empieza a despegarse un poco de la madre porque requiere ser más independiente, Ella, aunque desea este desprendimiento, se inquieta por las nuevas actividades que va a realizar "su pequeño" y es así que recurre a la televisión. "Quizá sean en parte los sentimientos ambivalentes de la madre acerca de la nueva independencia del niño lo que la empuja a usar la televisión para llenar el tiempo de éste. En lugar de ajustarse a la separación emocional del niño y al anhelo de actividad por parte de éste, ella limita con eficacia la intrincación del niño con el mundo exterior y la evita que desarrolle nuevos apegos entregándolo a la experiencia pasiva del aparato televisor". (22)

En muchas ocasiones, el hábito de ver televisión se fomenta en los niños desde que son muy pequeños, pues el permitir que los niños vean televisión evita que los padres, cansados después del trabajo, tengan que ver con los gritos y peleas que acompañan muchas de las conductas infantiles.

(19) INCO, "La Televisión y los niños", p.p. 4 y 5

(20) DE MIGUEL, ALMARCHA y MARTÍN. Citado en ERAUSQUIN, VAZQUEZ Y MATILLA. Los Tele Niños p. 174

(21) GERBNER, citado en WATERS, "Lo que hace la televisión a los niños" en Newsweek, p.p. 63-70

(22) WINN, Marie, La droga que se enchufa, p. 202

Además, ver televisión se convierte en una de las actividades favoritas del niño, ya que es más accesible que otro tipo de entretenimientos. "El niño no puede ir todos los días al cine, ni tampoco dispone de sus amigos para jugar cuando lo desea, el televisor siempre está ahí" (23)

El hecho de que, según Nielsen, "los niños menores de cinco años ven un promedio de 23.5 horas de televisión semanalmente. Eso implica que ya, para cuando se termine la preparatoria, el adolescente típico habrá visto aproximadamente 18,830 horas de televisión, más tiempo que cualquier otra actividad excepto dormir". (24)

En este sentido, la investigación de Mousseau reporta que los niños empiezan a ver televisión tres o cuatro años antes de asistir a la escuela, y que la mayoría la ve un mínimo de dos horas diarias, pero -agrega el autor- esta duración aumenta durante los años de escolaridad primaria y declina cuando el niño llega a la secundaria (25)

Sin embargo, no sólo los niños se apegan al acto de ver televisión, también muchos padres van dependiendo más y más del aparato, hasta que descubren que no pueden pasársela sin ella.

De ahí que algunos autores, como Winn, señalen que ver televisión es una adicción: "En forma no muy diferente de la de las drogas o el alcohol, la experiencia de la televisión le permite al participante borrar el mundo real y penetrar en un estado mental pasivo y agradable" (26)

Otros autores, como Schneider, opinan que el considerar a este medio de comunicación como "la droga que se enchufa", es decir, como una adicción "es pura hipérbola, pues el control sobre el uso de la televisión depende de la familia". (27)

No obstante, es importante profundizar un poco más en este fenómeno, ya que aún los pequeños que pasan poco tiempo frente al televisor parecen aprender más de este medio de comunicación que de los maestros de la escuela. Y es que los mecanismos psicossociológicos que intervienen en la adquisición de información televisiva y de la información escolar son diferentes.

Al respecto, se analizará un modelo de comunicación, para tener un parámetro de comparación en la adquisición de ambos tipos de conocimientos.

(23) SCHNEIDER, Cy. *Children's television*, p. 72

(24) SCHNEIDER, Op. Cit, p. 81

(25) MOUSSEAU, Jacques. "Los niños y la t.v." en *La ventana electrónica, t.v. y comunicación*, p. 206

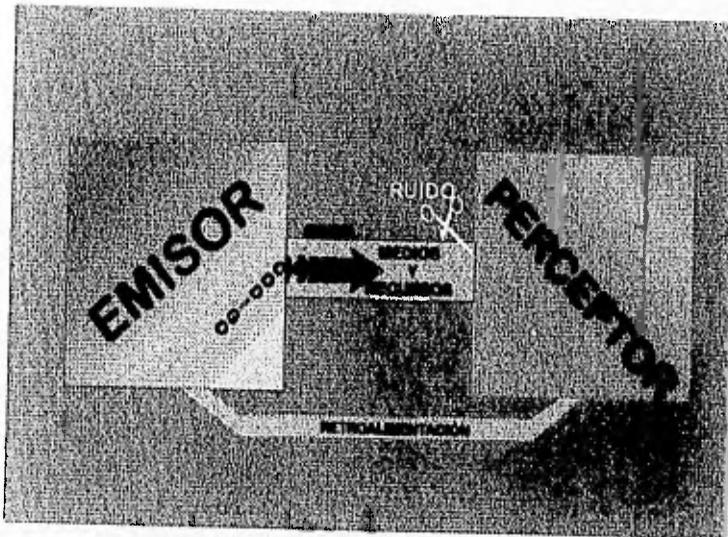
(26) WINN, Op. Cit, p.p. 43-44

(27) SCHNEIDER. Op. Cit. p. 81

## 2.1 - EL MODELO DE COMUNICACIÓN, COMO PARÁMETRO DE COMPARACIÓN ENTRE LA ADQUISICIÓN DE CONOCIMIENTOS ESCOLARES Y DE LA TELEVISIÓN.

La comunicación, de acuerdo a diferentes autores, es un proceso de interacción humana (emisor-receptor), mediante el cual se transmiten significados (mensajes escritos, orales, verbales, no verbales, etc.), en un contexto determinado.

El modelo de comunicación propuesto es el siguiente:



**EMISOR:** Es quien origina el mensaje. Puede ser un individuo, un grupo o una institución.

**MENSAJE:** Es el estímulo que el emisor transmite al receptor. Es la idea comunicada.

**CÓDIGO:** Son las reglas de elaboración y combinación de signos de tal forma que tengan un significado para alguien. Es lo que permite interpretar correctamente el mensaje.

**CANAL:** Es el medio por el cual viaja el mensaje desde el emisor hasta el receptor. Los canales de comunicación se clasifican en interpersonales y masivos.

**PERCEPTOR:** Es quien recibe y percibe el mensaje originado por el emisor.

**EFFECTOS:** Son los cambios en el comportamiento del receptor, que ocurren como resultado de la

**RETROALIMENTACION:** Es la respuesta del receptor al mensaje enviado por el emisor.

**RUIDO:** Son las distorsiones que interfieren en los efectos deseados en la comunicación. Pueden producirse en el emisor, en el mensaje, en el canal y en el receptor.

**MARCO DE REFERENCIA:** Está constituido por las experiencias y valoraciones propias de cada individuo, que lo llevan a elaborar un mensaje e interpretarlo, así como darle

**CONTEXTO SOCIOCULTURAL:** Es el conjunto de circunstancias que comprenden el entorno social y cultural y que influyen en el comportamiento comunicativo. (28)

Estos elementos se mezclan y se interrelacionan a lo largo del proceso de comunicación. Para realizar la comparación entre la escuela y la televisión, se sintetizarán en tres grandes puntos:

- \* La relación entre el emisor y el receptor
- \* El mensaje
- \* El canal y el código de comunicación

(28) BERLO, David. *El proceso de Comunicación.*

PAOLI, J. Antonio. *Comunicación.*

PRIETO Castillo, Daniel. *Discurso Autoritario y Comunicación alternativa.*

## 2.2. LA RELACIÓN ENTRE EL EMISOR Y EL RECEPTOR, EN LA ESCUELA Y EN LA TELEVISIÓN.

La relación que se establece entre el emisor y el receptor, en un proceso de comunicación, depende en gran medida de la motivación. En este sentido, el niño está notablemente más interesado en lo que ocurre en la pantalla que en los contenidos escolares. En muchas ocasiones considera que asistir a la escuela es un castigo o siente que es un lugar al que tiene que acudir contra su voluntad. ¿Cuántas veces los padres, a manera de castigo por su mal comportamiento, apagan la televisión y mandan a sus hijos a hacer la tarea o interrumpen sus juegos para ponerlos a estudiar?. Este tipo de actitudes hace que los niños tomen cierta aversión a todas aquellas actividades que de una u otra forma se relacionan con la escuela y el estudio.

Estas situaciones quedan en el plano familiar, pero ¿que ocurre en la escuela?. De acuerdo a Mussen, la motivación del maestro es fundamental para que los niños se interesen en los contenidos escolares: "Los niños quieren desempeñarse bien para ganar la aprobación del maestro. Los niños difieren en el grado con que quieren o buscan la alabanza, y estas diferencias en motivación afectan sus esfuerzos para desempeñarse bien en las tareas escolares" (29).

Sin embargo, en la mayoría de los grupos escolares en México, el número de alumnos es enorme, y por consiguiente es muy difícil que se establezca una relación personal entre el niño y el maestro, es decir, se da el efecto de anonimato, el niño deja de ser una persona con determinadas necesidades de motivación, para convertirse en un número asignado por el profesor.

Esta situación también dificulta que los pequeños participen en el proceso de enseñanza-aprendizaje y por consiguiente, la educación tiende a ser más vertical. Para Freire, este tipo de educación se caracteriza porque el docente es quien sabe, quien piensa, quien habla..., mientras los educandos sólo "son recipientes que deben ser llenados por el educador" (30)

En esta relación pedagógica, los pequeños deben hacer su mayor esfuerzo por mantenerse, en contra de su voluntad y naturaleza netamente inquieta, callados y atentos por espacios prolongados sin ninguna relajación psíquica.

El profesor también se pierde en este tipo de relación. Agobiado por su papel de transmisor de conocimientos, ve en la disciplina y los castigos, un recurso para asegurar su autoridad y posición como maestro. Al respecto, Mussen considera que: "Los maestros en escuelas grandes con clases numerosas tienden a ser más formales en su enfoque. Para disciplinar utilizan el control y la represión. Como contraste, en la atmósfera más libre e íntima de muchas escuelas pequeñas, con clases menos numerosas, los maestros interactúan más con sus alumnos y son menos propensos a imponer restricciones sobre la conducta.

Al respecto, Mussen considera que: "Los maestros en escuelas grandes con clases numerosas tienden a ser más formales en su enfoque. Para disciplinar utilizan el

(29) MUSSEN, CONGER Y KAGAN, *Op Cit*, p. 276.

(30) FREIRE, Paulo, *Pedagogía del Oprimido*, p. 74.

control y represión. Como contraste, en la atmósfera más libre e íntima de muchas escuelas pequeñas, con clases menos numerosas, los maestros intereactúan más con sus alumnos y son menos propensos a imponer restricciones sobre la conducta (31)

Asimismo, constantemente se recurre a la competencia para propiciar el aprendizaje y esta competencia en muchas ocasiones no es sino otra forma de control sobre los pequeños, como explica Henri Salvat: "Colocados en el mismo punto de partida, provistos -sea dicho- de las mismas posibilidades, de las mismas virtudes, los niños de seis años se ven revestidos, ya al cabo de un mes, de otro papel que les confiere su status escolar: el papel del primero, segundo... el papel de último. Las notas y calificaciones, el carnet escolar, ya determinaron la actitud del maestro, de los padres, de los compañeros, hermanos y hermanas de los niños" (32)

El exceso de control que caracteriza a muchas escuelas, de acuerdo a diferentes autoras, inhibe el aprendizaje. Mussen opina al respecto: "Comparados con los alumnos de los maestros autoritarios, los que tenían profesores más flexibles se interesaban y participaban más en las actividades del salón de clases. Se ofrecían voluntariamente a realizar más tareas, actuaban con mayor independencia y expresaban sentimientos con mayor libertad. Tenían un aprovechamiento académico más elevado y mostraban mayor creatividad. Los alumnos de los maestros más autoritarios eran menos serviciales, menos cooperativos y más agresivos" (33)

En la televisión, la relación entre el emisor y el receptor es más vertical y de hecho más fría, ya que no puede proporcionar todas las gratificaciones emocionales propias de una relación interpersonal. Pero, el emisor capta más fácilmente la atención de los niños porque la televisión ejerce una verdadera "fascinación".

La aparición, en pantalla, de personalidades con autoridad y prestigio que, con voz brillante, hablan de manera directa y sencilla, captura de inmediato el interés y la atención de los pequeños.

De hecho, para algunos autores como Bettelheim "los niños que han sido condicionados para que escuchen pasivamente las comunicaciones verbales que salen de la pantalla del televisor, con frecuencia son incapaces de responder a las personas reales porque éstas les despiertan menos sentimientos que un actor experto" (34)

Además, señala Aranguren, la televisión proporciona "cultura libre", cultura que uno mismo elige, por tanto es de mayor interés; lo contrario de la educación establecida, que "tiende a ser sentida por los alumnos como mera instrucción y educación convencional" a la cual no ven una aplicación práctica inmediata. (35)

(31) MUSSEN, CONGER, KAGAN, *Op. Cit.*, p. 270

(32) SEVE L., VERRET M. y SNYDER G., *El fracaso escolar*, pp. 10-11

(33) BETTELHEIM, citado en WINN, *Op. Cit.*, p. 163

(34) BETTELHEIM, citado en WINN, *Op. Cit.*, p. 163

(35) ARANGUREN, José Luis, "El espacio televisivo y el espacio pedagógico" en *La ventana electrónica, T.V. y comunicación*, p. 191

En este sentido, es de considerar que para los niños ver televisión es una forma de entretenimiento, es decir, emplean su instinto lúdico en el aprendizaje y por consiguiente adquieren mayores conocimientos, en menor tiempo. A diferencia de la escuela, en donde aprenden por obligación y tienen que someterse a exámenes, calificaciones y otro tipo de elementos de coerción.

### 2.3. EL MENSAJE, EN LA ESCUELA Y EN LA TELEVISIÓN.

El poco interés que tienen los niños en los contenidos escolares se debe, en gran medida, a que están desvinculados de su realidad inmediata, son ajenos a sus necesidades personales y no tienen mayor utilidad en su vida cotidiana. Además, la información se les presenta de manera aislada y parcial, lo que dificulta aún más el aprendizaje.

Para Freire, "Referirse a la realidad como algo detenido, estático, dividido y bien comportado o disertar sobre algo completamente ajeno a la experiencia existencial de los educandos... es uno de los principales problemas de la educación tradicional". (36)

Ya que conduce a los niños a la memorización mecánica de los mensajes escolares: ocho por ocho, sesenta y cuatro; Managua, capital de Nicaragua. Sin que el pequeño comprenda realmente lo que simboliza ocho veces; sin que perciba con claridad lo que significa una capital, lo que representan Managua para Nicaragua y Nicaragua para América Latina.

"En vez de comunicarse, el educador hace comunicados y depósitos de los educandos, meras incidencias, reciben pacientemente, memorizan y repiten... el único margen de acción que se les ofrece a los educandos es el de recibir los depósitos, guardarlos y archivarlos". (37)

La educación constantemente se percibe como la acumulación de datos, cifras, hechos y conocimientos. No se estimula mayormente la reflexión, la creatividad, la conciencia crítica. Los niños aprenden a responder de memoria las preguntas que les formula el maestro; les es difícil, entonces, cuestionar o analizar lo que están estudiando, percibir claramente el significado abstracto de algunos contenidos, asociar un dato o un problema con otros, etc.; lo que dificulta el aprendizaje.

De hecho, muchas escuelas fomentan, básicamente, la memorización mecánica de información que para los niños no tiene ningún significado y de ahí posiblemente, que la olviden con suma facilidad.

La televisión tampoco estimula la reflexión, ni la capacidad crítica. Pero la información es más sencilla, los contenidos salen de la pantalla ya "masticados" y lo único que tienen que hacer los niños es "comerlos sin más".

(36) FREIRE, Op. Cit, p. 74.

(37) FREIRE, Op. Cit, p. 74

No necesitan, ni siquiera, cuestionar lo que ven, pues cuando se presentan conflictos en los programas, lo único que tienen que hacer es esperar que la trama llegue a su desenlace sin siquiera tener que adelantarse a éste.

Además, los niños se involucran fácilmente con lo que sucede en los programas de televisión, porque el contenido está centrado en la imagen y generalmente se utiliza el género narrativo, es decir, se crean argumentos o relatos con imágenes, que permiten que el niño se reconozca en los personajes y las historias que "están contando", y los incorpore como parte de su realidad.

"Es "más real" para millones de niños -señala Erasquin- Pippi Calzaslargas o Mazinger que el alcalde de la ciudad en que viven; de la misma forma que es "más real" para la gran masa de espectadores, Kunta Kinte o el protagonista de la serie en turno, que el ciudadano anónimo con el que se cruza cada día para ir al trabajo" (38)

Los programas infantiles, al centrarse en el género narrativo, provocan y promueven reacciones emocionales, muchas veces irreflexivas. A diferencia de los contenidos escolares, que los niños generalmente memorizan, por obligación; lo que les produce pocas satisfacciones emocionales y por tanto les hace sentir menos involucrados con lo que están aprendiendo.

Sin embargo, la escuela, los maestros y los programas de estudio no son los únicos responsables de este poco interés en la escuela y por tanto bajo rendimiento escolar. Propiciar una buena alimentación, adecuadas condiciones medio ambientales en el hogar (lugares bien ventilados y en silencio, para realizar las tareas); además de la debida atención por parte de los padres, favorece que el niño tenga un mejor desempeño escolar.

#### 2.4. EL CANAL Y EL CÓDIGO DE COMUNICACIÓN, EN LA ESCUELA Y EN LA TELEVISIÓN .

El canal y el código de comunicación también tienen un papel fundamental en el proceso de adquisición de la información, porque es lo que permite captar e interpretar fácilmente el mensaje.

En este sentido, los contenidos de televisión penetran más rápida y efectivamente en los niños, porque se apoyan visualmente en el color, la forma y el movimiento, y auditivamente en la música, el sonido y las palabras, es decir, porque se utiliza una doble retórica: la de la imagen y la de la palabra. Mientras que en la escuela tradicional sólo se emplea la retórica de la palabra.

Además, en el mismo lenguaje verbal existen grandes diferencias. Las frases televisivas están elaboradas expresamente para impactar y por consiguiente obedecen a una estructura breve, variada, sonora y sencilla. Mientras que el lenguaje de la escuela presenta una estructura más compleja y no tiene el ritmo y la musicalidad de las palabras que facilita el recuerdo del mensaje.

Al respecto, Aranguren comenta que la lección televisiva es el argumento, se utiliza un método mostrativo y se suprimen flaciones, conjunciones, antecedentes, consecuentes, etc. En rudo contraste con las "lentas explicaciones librecas", que caracterizan la lección escolar. (39)

Todos estos elementos indican que, independientemente de lo que se está comunicando, el proceso de decodificación del mensaje televisivo es más sencillo, es decir, requiere de un menor procesamiento simbólico por parte del niño.

En este sentido, Aranguren explica que el espacio televisivo se apoya en el teatral y en el fotográfico y, por consiguiente, no se requiere un mayor esfuerzo por parte del niño para comprender lo que se está diciendo. Mientras que el espacio escolar implica transportar a los alumnos sólo con los ojos de la imaginación o del entendimiento a otros países, al pasado o bien al estado ideal, desde el aula (40)

Por otra parte, es importante analizar el tipo de imágenes que aprehende el niño de la televisión y el tipo de imágenes que evoca con la lectura que, de algún modo, representa el aprendizaje escolar.

En la lectura el cerebro transforma los símbolos abstractos en sonidos y los sonidos en palabras. Sin embargo, la mente no únicamente "oye" las palabras, evoca también imágenes, con la televisión el proceso es más simple, ya que no se requiere llevar a cabo ninguna transformación pues las imágenes ya están dadas

Los programas infantiles, al centrarse en el género narrativo, provocan y promueven reacciones emocionales, muchas veces irreflexivas. A diferencia de los contenidos escolares, que los niños generalmente memorizan, por obligación; lo que les produce pocas satisfacciones emocionales y por tanto les hace sentir menos involucrados con lo que están aprendiendo.

La televisión indica Marie Winn, emana imágenes que no requieren transformaciones complejas "son fuertes, más fuertes que las imágenes que se conjuran mentalmente al leer" (41)

A pesar de la fuerza de la retórica audiovisual cinética de la televisión, la lectura le da al niño libertad de crear los personajes a su gusto, con bases a sus experiencias de la vida y reflejando sus necesidades individuales. Para Bettelheim, "La televisión captura la imaginación, pero no la libera. Un buen libro estimula y libera la mente" (42)

(39) ARANGUREN, Op. Cit., P. 190(40) *Ibid.*, p. 188

(41) WINN, Op. Cit. p. 81

(42) BETTELHEIM, citado en WINN, Op. Cit. P. 81

### 3. LA TELEVISIÓN EN EL DESARROLLO FÍSICO, INTELECTUAL Y AFECTIVO DEL NIÑO.

#### 3.1 LA TELEVISIÓN FOMENTA PASIVIDAD EN LOS NIÑOS.

Algunos padres, independientemente de utilizar a la televisión como niñera, creen que su hijo progresará y aprenderá si pone atención a un programa educativo de televisión, es decir, consideran que el ver este tipo de programas puede ser una ocupación mental más provechosa y relajante que cualquiera que ellos pudieran proporcionar.

Sin embargo, se cuestiona a este medio afirmando que la televisión es un canal unidireccional: el aparato hablando a la mente del niño, sin que el pueda dialogar o participar activamente en el proceso de comunicación.

Por consiguiente, algunos autores consideran que este medio de comunicación fomenta pasividad. Water dice que esto sucede porque se crea la ilusión de haber ido a algún lugar y haber hecho y visto algo, cuando en realidad, el niño ha estado sentado en casa. (43)

Además, permanece inmóvil ante la televisión implide, en muchas ocasiones, que el niño descubra las posibilidades que tiene para actuar y participar en la vida real.

En este sentido, Marie Winn señala que el desarrollo infantil puede verse afectado por una exposición constante al televisor, pues el niño aprende más manipulado, tocando y haciendo, que cuando simplemente ve algo con actitud pasiva. (44).

La televisión quita tiempo para realizar otras actividades como leer, conversar e incluso jugar. Y sobre este punto, es importante considerar que el juego no es una simple distracción que llena el tiempo "ocioso" del pequeño. El juego, como se analizó anteriormente, es el medio por el cual el niño va asimilando y haciendo suya la realidad en la que vive, es lo que le permite enriquecer su mundo psíquico y afectivo, "de hecho es un verdadero factor de estabilidad emocional". (45)

Esto se puede apreciar directamente en los diferentes tipos de juego:

En los juegos de imitación del mundo adulto, el niño representa actividades que ve cotidianamente, lo cual le permite desarrollarse emocionalmente, así como aprender reglas y patrones sociales.

Cuando el niño practica juegos de ejercicio, además de propiciar el desarrollo de su capacidad motora gruesa, está experimentando con los objetos y su cuerpo en tal forma, que llega a una confrontación constante consigo mismo y con el grupo.

Por su parte, los juegos que propician el desarrollo de las habilidades intelectuales, tales como el ajedrez o los juegos electrónicos de video, fomentan la capacidad de abstracción o de memorización, facilitan la comprensión y aplicación de reglas, o inciden en la agilidad mental y en la destreza infantil.

(42) BETTELHEIM, citado en WINN, Op. cit, P. 81

(43) WATERS, Op Cit, p.p. 63-70

(44) WINN, Op Cit, p. 23

(45) INCO. "Escoger un juguete no es cosa de juego" en la Revista del Consumidor, No. 10, p. 437.

Y por último, están los juegos que propician el desarrollo de la creatividad y la capacidad de inventiva; con ellos, el niño crea situaciones conjugando sus propias experiencias, reglas, gustos, personajes, etc.

Pero, el hecho de ver televisión no solamente conduce a una reducción importante en el tiempo de juego, sino que además afecta la naturaleza misma de la manera como los niños juegan: son más pasivos. "Parece que los niños ya no tienen mucha imaginación, ni en la expresión verbal, ni en la forma de jugar, ni en las cosas que hacen" dice la directora de una escuela primaria entrevistada por Marie Winn. (46)

La televisión, a pesar de ser un medio que ofrece fantasías, limita la creatividad y la imaginación infantil; ya que los niños, en sus juegos, tienen la capacidad de crear fantasías mucho más originales y recompensadoras que las que les proporciona este medio de comunicación.

### 3.2. LA TELEVISIÓN EN EL DESARROLLO INTELECTUAL DEL NIÑO.

En relación a este tema la Universidad de California del Sur realizó un estudio con 250 niños de primaria, a quienes se les habían calificado de "dotados intelectualmente". Evaluaron a los niños antes y después de ver intensamente televisión, y los resultados demostraron una baja significativa en todas las habilidades creativas, excepto en las verbales. (47)

En este sentido, diversos teóricos han coincidido en que el grado de estimulación verbal que recibe el niño afecta la tasa de desarrollo del lenguaje, es decir, mientras mejor estimulado esté, mayor será su capacidad para desarrollar el habla.

De ahí que la televisión, en determinadas circunstancias, pueda fomentar el desarrollo del lenguaje infantil. Sin embargo, es de considerar que el pequeño que pasa muchas horas frente al televisor tiene menos oportunidades de ejercer su capacidad de dialogar y de estructurar un lenguaje para poder comunicarse plenamente.

Además, muchas veces sólo absorbe una carga de mensajes que no comprende. Para Winn, "el aprendizaje basado en la televisión nos trae a la mente al "sabido idiota"... el niño puede decir palabras o expresar ideas que no comprende, así como hechos de los que no tienen ninguna experiencia para juzgarlos". (48)

Por otra parte, algunos autores opinan que el hábito de ver televisión incide negativamente en el desarrollo de ciertas habilidades que se requieren para el aprendizaje escolar.

Al respecto, basta simplemente considerar lo que sucede cuando el niño intenta hacer su tarea mientras ve alguno de sus programas favoritos: atiende a medias las dos ocupaciones y no puede realizar un buen trabajo escolar.

(46) WINN, Op Cit, p. 118

(47) WATERS, Op Cit, p.p. 63-70

(48) WINN, Op Cit, p. 27

Sin embargo, para Freinberg, esta situación también tiene otras consecuencias, "los niños, al estar en el salón de clases, sustituyen el ruido de fondo de la televisión por la instrucción del maestro, así pueden conversar y escuchar al mismo tiempo, resultando de ello una baja en el aprendizaje escolar. (49)

Así mismo, señala la autora, "gracias a la televisión, la capacidad de los estudiantes para poder concentrarse se ha reducido a periodos de 8 a 12 minutos". Hoy en día, afirma, los maestros tienen que plantear un mínimo de cuatro actividades por hora o los alumnos se ponen inquietos y distraídos. (50)

Además, "la televisión enseña que todos los problemas puedan ser resueltos en 30 o 60 minutos y, por tanto, los niños tienen poca tolerancia a la frustración y a la paciencia asociada con el aprendizaje escolar. Los alumnos creen que la educación puede ser fácil, instantánea y sobre todo sin ningún esfuerzo". (51)

Sin embargo, la televisión también permite desarrollar algunas habilidades. Para Marks Greenfield "la televisión supone un medio mejor que el texto impreso para transmitir determinados tipos de información y convierte el aprendizaje en accesible para grupos de niños que no logran adaptarse bien a las situaciones escolares tradicionales, e incluso para las personas que no pueden leer" (52)

Un claro ejemplo es la utilización del efecto "zoom", que empieza con una toma abierta, para luego acercarse a alguna parte del objeto. Este tipo de efecto puede ayudar en gran medida a los niños que tienen dificultad para captar detalles importantes, es decir, puede llegar a suplantar una facultad que el niño necesita, pero que por alguna razón todavía no ha desarrollado.

### 3.3 LA TELEVISIÓN Y EL DESARROLLO AFECTIVO DEL NIÑO

La familia, como se mencionó anteriormente, es fundamental en el desarrollo afectivo del niño, puesto que los primeros progresos cognoscitivos y sociales se dan en el ámbito familiar, y en cierto modo determinan la personalidad y el grado de satisfacción que alcanza el pequeño al interactuar con otras personas.

En este sentido, la televisión puede incidir en las relaciones que establezca el niño con sus familiares. Podemos sencillamente darnos cuenta del lugar que ocupa el aparato televisor en la mayoría de los familiares se sitúan uno al lado del otro, pero siempre teniendo enfrente al televisor.

Otro aspecto importante es que el acto de ver televisión muchas veces se realiza a oscuras y generalmente los espectadores están callados e inmóviles; porque, de no ser así, se disminuye la atención que se le presta al televisor.

El resultado de esta situación es que se diluye la interacción de unos familiares con otros. De hecho, los padres difícilmente participan de manera activa con sus hijos de ver televisión.

(49) FREINBERG, Susan. "El salón de clases ya no es tiempo triple A" en *The Education Digest*, diciembre 1977, p. 35

(50) *Ibid.*, p. 34

(51) *Ibid.*, p. 35

(52) MARKS GREENFIELD, Op Cit, p. 25

Mousseau opina al respecto: "cuando la madre leía y contaba historias a su hijo, podía verificar en todo momento la forma en la que el niño recibía y comprendía la información.

La televisión sumerge al niño en un mundo en el que está solo y los padres no se encuentran para ayudarlo a comprender los aspectos inquietantes". (53)

No obstante, la televisión en muchos casos es un agente socializador para el pequeño, pues le permite sentirse participante activo de los juegos y experiencias de otros niños a quienes percibe como semejantes a él mismo. Así, en la medida que el pequeño conoce y domina los contenidos televisivos, específicamente los de programas de moda o de mayor audiencia, podrá compartir sus impresiones con los integrantes de sus grupos de referencia (amigos, compañeros de la escuela, etc.).

De hecho, los niños frecuentemente establecen conversaciones que giran alrededor de los programas y personajes de televisión, o bien, toman como referencia los contenidos televisivos para inventar juegos.

La televisión les permite tener experiencias comunes con los demás y sentirse ligados afectivamente a ellos, pues el conocimiento que comparten acerca de programas televisivos les ayuda apercibirse a sí mismos como parte integral de un grupo.

Ahora, cuando los niños, dada la popularidad de un programa o la necesidad de "saber más" de los contenidos de televisión, elevan su tiempo de exposición al medio, sobreviene un fenómeno que diversos autores han denominado "sobrecarga sensorial".

En este sentido, Dorothy Cohen explica que en 1972, en el Centro de Salud Mental de Rochester, Nueva York, aumentó en forma dramática el número de pacientes de entre dos y tres años de edad. Después de analizar las posibles causas, los médicos del hospital llegaron a la hipótesis de que "la sobrecarga sensorial fue la causa anormal de los niños (había evidencia de que la sobrecarga sensorial afecta el estado psicológico de los adultos), que incluía además dificultad para concentrarse en alguna tarea" (54)

De hecho, se ha descubierto que los niños que ven mucha televisión presentan pérdidas de sueño, signos de hiperactividad, problemas de percepción e incluso ciertas formas de agresividad, que no son consecuencia de presenciar escenas violentas, sino de ser asiduos en exceso a este medio de comunicación. (55)

(53) MOUSSEAU, *Op Cit*, p. 208

(54) COHEN, "Televisión y percepción de la realidad" en *The Education Digest*, marzo 1977, p.p. 10-13

(55) MOUSSEAU, *Op. Cit.* p. 20

#### 4. LA TELEVISIÓN EN LA SOCIALIZACIÓN DE LOS NIÑOS.

##### 4.1. LA TELEVISIÓN INCIDE EN LA PERCEPCIÓN INFANTIL DE LA REALIDAD SOCIAL.

La principal influencia de la televisión quizá sea en la socialización del niño, ya que este medio propone valores, modelos, actitudes e incluso conductas, que el pequeño observa, aprehende y en algunos casos imita, como parte de su aprendizaje social.

La población infantil es, de hecho, el grupo más sensible a los contenidos que transmite la televisión. Ya que para los niños, "ver televisión es una experiencia primaria, casi no tienen experiencias y recuerdos que les permitan interpretar lo que ven en la pantalla." (56)

El medio electrónico, entonces, les ofrece imágenes de situaciones que ellos no han vivido, y muchas veces el pequeño adopta esas imágenes como su propia vivencia de la realidad.

Con los adultos es diferente, porque al ver televisión, entran en juego sus experiencias presentes y pasadas, sus ambiciones, sus sueños y sus fantasías, que le permiten tener más conciencia de lo que es real o ficticio, mientras que el realismo de las imágenes televisivas dificulta a los niños distinguir entre la vida real y la ficción de los programas.

Diversos estudios han comprobado que los niños toman por hecho reales lo que ven en la pantalla. Para algunos autores, como Marks Greenfield, "la creencia en la realidad del mundo televisado hace que los niños de todos los grupos de edad sean vulnerables a los mensajes sociales de la televisión". (57)

Sin embargo, la confusión entre las imágenes de televisión y la realidad, disminuye relativamente con la edad. Cuando los niños van creciendo adoptan nuevas definiciones de la realidad televisiva: primeramente creen que todo lo que ven en la pantalla sucede o puede suceder. Después consideran que lo que pasa en la televisión representa algo que probablemente ocurre en verdad.

A pesar de estos cambios, la creencia de que los contenidos de la televisión son parte de la realidad, permanece aún en la adolescencia y en la juventud, aunque en menor grado.

Al respecto, la investigación de Mousseau, entre otros estudiosos, concluye que "el ver televisión propicia que los jóvenes adquieran una imagen deformada de la realidad, ya que la deducen del espectáculo que les proporciona la televisión y estiman que ésta describe al mundo tal como es". (58)

Pero regresando a los niños, se puede decir que la confusión entre realidad y fantasía propicia que la televisión incida directamente en las imágenes que el niño tiene del mundo, en su concepción de la realidad social y en su formación como ser individual y social.

(56) WYNN, Op. Cit. P. 26

(57) MARKS GREENFIELD, Op. Cit. P. 85

(58) MOUSSEAU, Op. Cit. P. 206

·A través de la televisión, el pequeño recibe información de la realidad: hechos y sucesos del acontecer mundial, avances científicos, costumbres en regiones remotas del planeta, música.... Pero, a la vez obtiene interpretaciones de esta realidad: historias ficticias, opiniones, valores morales, normas sociales... que, en mayor o menor grado, también concibe un hecho real y, por consiguiente, influyen no sólo en su percepción del mundo, si no también en sus creencias y actitudes sociales.

Al respecto, Beltrán y Fox señalan que "las imágenes que emanan de la televisión están tratando de inducirnos hacia algunas creencias respecto a la vida y el destino humano" (59)

#### 4.2. EL CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN.

Pero, ¿qué es lo que la población infantil aprehende de la televisión?. En este sentido, Santoro realizó un estudio en Caracas Venezuela (1975), con 938 niños y niñas de sexto grado de primaria, a quienes aplicó un cuestionario de libre respuesta que abarcó diferentes tipos de series dirigidas a infantes. Los resultados indican que los programas infantiles promueven los siguientes estereotipos:

- a) Para que el individuo goce de la vida, es importante adquirir una buena posición social y económica.
- b) La meta de la vida debe ser tener dinero, prestigio, belleza, salud y diversión.
- c) El dinero se puede conseguir por cualquier medio, incluyendo la violencia y el robo.
- d) La salud y belleza se logran al consumir productos que contienen fórmulas mágicas y nombres ficticios.
- e) La diversión se encuentra en un licor de lujo, ropa elegante, en un cigarrillo fino y la compañía de una rubia despampanante.
- f) Los científicos son lunáticos que viven alejados de la realidad y no saben disfrutar la vida; construyen armas que no pueden controlar y siempre son pobres a no ser que vendan sus inventos secretos. (60)

Estos resultados indican que la televisión difunde valores como el individualismo, elitismo, racismo, sexismo, conformismo, autoritarismo etc., que se interrelacionan y forman un sistema general de creencias y actitudes que poco o nada benefician a los pequeños.

(59) BELTRAN Y FOX. *Comunicación dominada, Estados Unidos en los medios de América Latina*, p. 40

(60) *Ibid.*, p. 46.

#### 4.2.1. LA VIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN

Ahora, uno de los puntos a considerar con especial interés es el de la violencia en la televisión.

En una investigación realizada por el INCO sobre el contenido de los programas infantiles (1991), se observó que los niveles de violencia que presentan estas series alcanzan proporciones alarmantes. En el 83% de los programas se detectó el uso de la violencia física, en el 74% se encontró agresión verbal, en el 48% se observó algún tipo de destrucción y en el 43% se recurrió al engaño. (61)

Asimismo, en un estudio realizado por Gerbner se encontró que el 50% de los personajes, en los programas transmitidos en los mejores horarios (AAA), cometieron actos violentos; 20% de ellos perpetraron crímenes; 6% mataron a alguien, y 3% fueron asesinados (62)

El hecho es que, de acuerdo a Vallejo Nájera, un niño entre los 5 y los 15 años de edad presencia, cómodamente sentado en el sillón de su hogar, la destrucción de más de 13, 400 personas. (63)

Pero ¿por qué los espectadores eligen programas de violencia? Si se considera que la mayoría ve la televisión para olvidarse de los problemas cotidianos, para retirarse de la actividad, para descansar, para no pensar, etc.; se podría creer que la gente se inclinaría por que la programación que pudiera relajarte y apaciguarle. Paradójicamente, se opta por programas frenéticos, repletos de escenas violentas: muertes, torturas, golpes, choques automovilísticos... ¿por qué?

Para Marie Winn, "la gente escoge ver violencia y quiere que aumente la programación violenta, porque mirando los programas con "más acción" puede aproximarse a "cierta sensación de actividad", al involucrarse en los mismos programas o con los personajes, mientras se goza de la comodidad y seguridad de una pasividad total." (64)

Sin embargo la violencia de la televisión puede tener repercusiones negativas en el desarrollo infantil.

Según diferentes investigaciones, la televisión propicia que los niños se vuelvan insensibles y apáticos ante las acciones violentas en la vida real, es decir, fomenta que toleren la violencia en los demás porque de algún modo consideran que es lo normal.

Para Clinne, "quienes están habituados a ver programas que exhiben escenas violentas, van perdiendo poco a poco sus reacciones emocionales, es decir, su sensibilidad se ha embotado" (65).

(61) INCO, *Análisis de Contenido de Programas Infantiles*, p.70

(62) GERBNER, Citado en COHEN, *Op Cit*, p.p. 10 a 13.

(63) VALLEJO NAJERA, *Mi hijo ya no juega, sólo ve televisión*, p. 126

(64) WINN, *Op. Cit*, p. 104.

(65) CLINNE, Citado en WINN, *Op Cit*, p. 110

Sin embargo, no son los únicos efectos. La investigación de Cohen, entre otras conclusiones, detectó que "cuando los niños chiquitos ven programas de crímenes y violencia, toman literalmente el mensaje de que la violencia es el método principal para resolver todo tipo de problemas". Además que "los niños con una tendencia a la conducta agresiva, incrementan sus acciones destructivas después de ver programas de violencia en la televisión" (67)

La violencia televisiva propicia que los niños reproduzcan en sus juegos conductas y actitudes belicosas, en donde el principal objetivo es sobresalir a costa de "derrota" a los demás. Estas conductas en ocasiones rebasan los marcos propios del juego. ¿Cuántas veces el pequeño siente que para alcanzar el éxito necesita ridiculizar o vencer, física o verbalmente, a sus compañeros?

La violencia en televisión, según la opinión de diversos autores, agrede moral y psicológicamente a los niños y los inclina a que años más tarde presenten conductas y actitudes agresivas. En un estudio realizado por Leonard Eron, se encontró que los niños varones que preferían los programas de violencia a la edad de 8 años, se convirtieron en seres más agresivos cuando llegaron a la edad de 18 años (68)

Incluso, hay quienes afirman que existe una cierta relación entre la violencia de la televisión y la delincuencia juvenil. "Un estudio, comisionado por la cadena ABC, detectó que "de 100 criminales juveniles, 22 confesaron haber copiado sus técnicas criminales de la televisión" (69)

Sin embargo, algunos autores refutan estas opiniones, entre ellos, Schneider se pregunta si el niño adquiere actitudes agresivas por ver televisión, o si escoge programas violentos porque es agresivo por naturaleza. (70)

Ahora, la posible influencia de la televisión en la agresividad de los niños, depende en gran medida de la edad que tengan.

De acuerdo a Mousseau, el niño pequeño sólo captan la imagen del instante y tiende a juzgar un comportamiento más por sus consecuencias que por sus motivos; por consiguiente, la violencia televisiva puede tener repercusiones más negativas; pues no comprende que el "héroe" utiliza la agresión por una causa justa. Sin embargo, señala el autor, el niño de ocho años empieza a captar la relación que existe entre la violencia y el castigo, es decir, entiende que la maldad se castiga, y a los diez años ya es capaz de elaborar un juicio moral sobre las conductas y actitudes de los personajes, lo que puede llevarle a modelar su propio comportamiento.

En este sentido, Mousseau refiere un experimento de Piaget en el que se les presentó dos tipos de historias a los niños: en la primera de ellas, el personaje causa poco daño pero por razones deshonestas; la otra, presenta a un personaje que realiza una acción violenta pero por motivos justificados. Los niños pequeños estimaron que el personaje que causó mayor daño era el culpable, es decir,

(66) MARKS GREENFIELD, Op. Cit. p. 81

(67) COHEN, Op. Cit. p.p. 10 a 13.

(68) Idem.

(69) WATERS, Op. Cit. p.p. 83 a 78

(70) SCHNEIDER, Op. Cit. p. 78

calificaron de acuerdo a las consecuencias; mientras que los de diez años o más juzgaron al personaje por sus móviles, o sea, establecieron una relación causa-efecto para emitir un juicio moral. (71)

Asimismo, es de considerar que la actitud de la familia hacia la violencia tiene un papel determinante en la forma en que los pequeños perciben y aprehenden las conductas y actitudes agresivas que difunden algunos programas; ya que el reforzamiento es vital en el aprendizaje social de los niños.

Si los padres presentan conductas violentas o son indiferentes ante la violencia real y de televisión, lo pequeños asimilarán con mayor facilidad los contenidos agresivos que difunde el medio. Pero si rechazan estas conductas y promueven otro tipo de comportamiento para resolver los problemas, la influencia de los contenidos violentos probablemente será menor.

#### 4.2.2. CONDUCTAS Y ACTITUDES POSITIVAS EN LA TELEVISIÓN.

Si la televisión difunde y promueve un comportamiento agresivo; también puede presentar y fomentar actitudes y conductas positivas en los pequeños.

En la investigación realizada por el INCO se encontró que en el 48% de los programas infantiles se enfatizaba en la honestidad, en el 46% se daban muestras de amabilidad y en el 41% se hacía presente la solidaridad. También se observó que algunos personajes resaltaban valores como la preocupación preservar el medio ambiente y el hábito de alimentarse bien. (72)

En algunas circunstancias, los ejemplos positivos de la televisión pueden conducir a los niños a adoptar también comportamientos benéficos y altruistas en la vida real.

Al respecto, Mousseau retoma un experimento que consistió en proyectar una serie filmada a 30 niños, divididos en dos grupos. El grupo A observó una secuencia humanitaria, en la que el héroe se preocupaba por ayudar a las víctimas. El grupo B, por su parte, vio una secuencia neutra. Posteriormente, los niños de ambos grupos participaron en actividades encaminadas a hacer un llamado social. Los resultados dejaron ver que los niños del grupo A recurrían más rápido, que los del grupo B, a prestar auxilio a los personajes a su cargo que corrían peligro. (73)

Estos resultados indican que la televisión también puede promover un comportamiento positivo en los niños, puesto que los pequeños también aprehenden los mensajes prosociales que incluyen los programas televisivos.

(71) MOUSSEAU, Op. Cit, P. 206 y 207.

(72) INCO. "Análisis de Contenido de Programas Infantiles", p. 72.

(73) MOUSSEAU, Op Cit, p. 211.

### 4.3. LOS PERSONAJES DE LA TELEVISIÓN Y LA SOCIALIZACIÓN DE LOS NIÑOS.

La socialización de los niños, como se analizó anteriormente, se desarrolla principalmente por medio de la imitación y la identificación. Es decir, las personas tienen un papel fundamental en el aprendizaje social de la población infantil. Ya que los pequeños, por lo general, aprehenden las normas de la sociedad en la que viven y los patrones se espera tengan cuando sean adultos de las personas y no tanto de hechos y situaciones en las que no hay un protagonista específico.

Aspectos humanos, tales como la raza, la nacionalidad, la religión, el sexo, etc., permiten que el niño se reconozca en sus semejantes, y de ahí que la socialización a través de las personas sea más fuerte que a través de cualquier otra situación.

Ahora, en la mayoría de las familias, los principales modelos son los padres; ya que con ellos, el niño convive diariamente y tiene un mayor vínculo emocional.

Sin embargo, los niños también toman como modelo a otras personas e incluso a los personajes de televisión. Los programas destacan de tal manera algunas cualidades de sus protagonistas, como valentía, la fuerza, la astucia..., que resultan ser sumamente atractivos para el pequeño y en determinadas circunstancias los adoptan como patrones de imitación.

No obstante, para que este proceso surja, es necesario que el personaje tenga ciertas características similares a las del niño. De acuerdo a Jacques Mousseau: "Al ver televisión, los niños tienden a identificarse con otros niños, y con otros niños del mismo sexo, de la misma clase social, o con animales, ya que éstos son frecuentemente símbolo de la rebelión contra los adultos"(74)

Al respecto, la teoría psicoanalítica señala que por medio de los programas, los pequeños ven reflejado su enfrentamiento con la autoridad que simbolizan sus mayores. Es decir, los niños suelen reconocerse en el personaje exitoso representado en el héroe joven, mientras que la autoridad estaría personificada por personajes de mayor edad, no exitosos.

Es por ello, que en la mayoría de los contenidos infantiles que difunden los medios de comunicación "los pequeños son astutos, inteligentes; mientras que los adultos resultan ser inflexibles, desconsiderados y hasta mentirosos". (75)

¿Pero cómo se da este proceso de imitación?. Los pequeños, al observar ciertas actitudes y conductas que difunde la televisión, tienden a repetirlas en su vida cotidiana, principalmente en sus juegos, como parte de su aprendizaje social.

En este sentido, Mousseau concluye que "los esquemas de comportamiento difundidos por este medio, son recibidos como esquemas de comportamiento a imitar en ciertas situaciones" (76)

(74) *Ibid.*, p. 207.

(75) DORFMAN Y MATTELART. *Para leer al Pato Donald*, p. 32.

(76) MOUSSEAU, *Op. Cit.*, p. 209

Marks Greenfield, que coincide con estas opiniones, afirma que los niños consideran a los personajes televisivos que les son bien conocidos como ejemplos a imitar. "En el día siguiente a la emisión del capítulo de la serie Happy Days, en el que Fonzie (el protagonista) se sacó un camé para entrar en una biblioteca pública, se produjo un aumento quintuplicándose el número de lectores en las bibliotecas públicas de Estados Unidos" (77)

La imitación de las conductas televisivas tiene un papel fundamental en la socialización de los niños, puesto que influye directamente en sus patrones de comportamiento, especialmente en las conductas que manifiestan con sus amigos y compañeros de la edad, aunque también en las que reproducen en la convivencia con algunas personas mayores, como sus padres.

Ahora, para algunos autores los niños incluso se llegan a identificar con los personajes, es decir, no sólo imitan las conductas del modelo, también desean ser como él y creen tener sus mismas características.

Para Grant Noble, los niños asemejan a los personajes televisivos con personas que ellos conocen y en ocasiones se identifican ellos mismos con los protagonistas, es decir, se convierten ellos mismos en el personaje y tratan de compartir sus experiencias en el filme o en el programa. "Esta mayor implicación personal les lleva a considerar al programa más dotado de realidad". Y les permite "interactuar, por vía directa a través del personaje, con todo el mundo social". (78)

Es tan fuerte la compenetración de los niños con algunos personajes, que para algunos autores "la televisión ha afectado profundamente la forma como los miembros de la raza aprenden a ser humanos". (79)

Al respecto, Marks Greenfield explica: "A través del reconocimiento de personajes, los niños adquieren nociones de pautas predecibles de comportamiento humano en el mundo real. El conocimiento de dichas pautas puede ser luego aplicado tanto fuera como dentro de la ficción. Los niños pueden utilizar las similitudes entre los personajes cinematográficos y las personas reales, para establecer generalizaciones sobre las reglas y las regularidades del comportamiento humano". (80)

Pero ¿qué tipo de personajes, y por consiguiente de modelos de imitación, les propone la televisión a los niños? En el análisis de Contenido de Programas Infantiles, que realizó el INCO, se encontró que los personajes que ejecutan la acción o llevan el papel principal resultaron ser, en su mayoría, del sexo masculino (87%). En casi todos los programas que se analizaron, predomina la presencia de un mundo sexista, en el que solamente rige el hombre, en donde él es quien controla y desarrolla casi todas las acciones. "Las mujeres son presentadas como adomos de los villanos o simples compañeras que además resultan ser "tontas", poco prácticas y a la larga se convierten en un estorbo para el malhechor". (81)

(77) MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.*, p.p. 77 y 78

(78) GRANT NOBLE, citado en MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.*, p. 85 y p. 78.

(79) WATERS, *Op. Cit.*, p.p. 83 a 70

(80) MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.*, p. 77

(81) INCO, "Análisis de Contenido de programas infantiles", p. 66.

Asimismo, en una investigación realizada por Dorothy Cohen, en la que se analizaron 16 programas populares y 216 anuncios, se encontró tres veces más el número de hombres que de mujeres. En la televisión, concluye la autora, "las mujeres demostraron conductas negativas con más frecuencia que los hombres; también, eran más incompetentes que los hombres, y éstos eran casi siempre la única fuente de apoyo económico". (82)

En este mismo sentido, George Grebner concluyó que en la televisión estadounidense: "Los personajes principales masculinos superan en 3 a 1 a los femeninos y, con escasas excepciones, las mujeres aparecen como débiles y pasivos satélites de los potentes y eficaces varones". (83)

Esta situación, según Marks Greenfield, repercute en los niños: los que ven con mayor frecuencia televisión tienen una opinión más estereotipada de los roles sexuales, que los que tienen menor contacto con este medio. Los programas, señala la autora, inculcan a temprana edad patrones que los Infantes repetirán cuando sean adultos, patrones en los que la mujer tiene un rol supeditado al hombre, en detrimento de sus propias capacidades. (84)

En cuanto a la raza, la investigación realizada por el INCO reporta que la mayoría de los personajes presentan características propias de la raza nórdica y caucásica; de donde se desprende que los programas que se difunden en México promueven un estereotipo físico ajeno a nuestra identidad nacional. Esta situación, señala el estudio, refleja la penetración cultural de las series infantiles. Incluso, en algunos de los programas analizados, no deja de hacerse una velada apología de la sociedad norteamericana, que resulta ser la mejor, la más justa y poderosa, o se ensalza a sus hombres con sus virtudes y cualidades como si fueran superiores a las de cualquier pueblo. (85)

El problema radica en que al presentar héroes con razas y culturas distintas a las nuestras, propicia un conflicto de identidad, pues el niño en muchas ocasiones se negará a reconocerse con características diferentes a las de los "ganadores". (86)

Por otro lado, Robert Liebert indica que "La televisión enseña a los niños que los que tienen el poder tienen la razón". Para el autor, "la lección de la mayoría de las series de televisión es que los ricos y los poderosos son los que tienen éxito" (87)

Asimismo Santoro (1975), en el estudio que realizó en Venezuela sobre programas infantiles, detectó los estereotipos que se exponen a continuación:

- a) Los tipos "buenos" son norteamericanos; los "malos" de otros países, en primer lugar de Alemania y luego de China.
- b) Los tipos "buenos" son blancos, solteros y ricos en general trabajan como policías o militares.

(82) COHEN, Op. Cit, p.p. 10 a 13

(83) GERBNER citado en MARKS GREENFIELD, Op. Cit, p. 63

(84) Idem.

(85) INCO. "Análisis de Contenido de Programas Infantiles", 68-69

(86) MARKS GREENFIELD, Op. Cit, p. 70

(87) LIEBERT, citado en WATERS, Op. Cit, p.p. 63 a 70.

- c) Los tipos "malos" son negros y pobres y su actividad es la de obreros.
- d) "Buenos" o "malos", la mayoría de los protagonistas tienen nombres en inglés. Pero en el caso de que utilicen nombres en español, éstos corresponden a los "malos".
- e) Si hay otros protagonistas como los extraterrestres, los "buenos" son los terrícolas.

"El héroe, concluye el autor, es el hombre apuesto, blanco, norteamericano, rico y que va por el mundo sembrado paz y justicia". (88)

Ahora, en cuanto a las características psicológicas de los protagonistas, el estudio del INCO reveló que los principales rasgos de los personajes exitosos son la inteligencia, la amabilidad y la valentía; en tanto que los no exitosos son presentados como "tontos", malvados y agresivos.

Lo curioso del caso, señala el mismo estudio, es que en los héroes se justifica el empleo de la violencia y la fuerza, porque luchan por valores como la justicia, la armonía familiar y el profesionalismo. Mientras que en los "malos", que esgrimen valores como el poder, la astucia y la fuerza; el uso de la violencia siempre será castigado. (89)

Este tipo de argumentos hacen válida la filosofía de "el fin justifica los medios", misma que puede tener repercusiones negativas en los valores de niño, ya que el reconocerse con el héroe, justificará sus conductas violentas y agresivas, sin reflexionar sobre el hecho de que se está comportando de la misma manera que los maleantes.

De hecho, el niño percibe que los personajes "buenos" constantemente solucionan los conflictos que se les presentan por medio de la violencia física o verbal. ¿Hasta que punto imitará al "héroe", adoptando este tipo de comportamiento?.

(88) SANTORO, citado en BELTRAN Y FOX, Op. Cit. p.p. 83 a 96  
 (89) INCO, "Análisis de Contenido de programas Infantiles, México p. 89

**CONOCIMIENTO DE LA REALIDAD  
DE LA TELEVISIÓN  
VS  
LA REALIDAD DE LA EDUCACIÓN**

## INTERPRETACIÓN

Es inegable que la televisión se ha convertido en uno de los medios de educación informal más importantes para la población infantil; los resultados que mostramos a continuación, no dejan lugar a dudas.

La propuesta inicial sobre la influencia que tienen la escuela y la televisión en la formación social y cultural de los pequeños, se plantea a partir de establecer una relación comparativa, determinada por el mayor o menor conocimiento sobre la información que difunden tanto los programas, como las materias y enseñanzas escolares, lo que permite detectar como incide, en gran medida, la televisión en la percepción infantil de la realidad social.

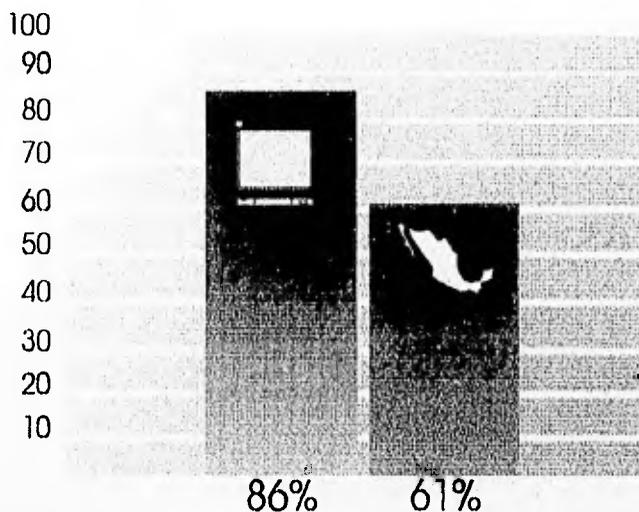
La importancia de la escuela y de la televisión, como fuentes de información, se determina por del proceso de comunicación que el niño establezca con ambas modalidades de aprendizaje. Es decir, de la motivación y el interés que tenga en los contenidos a los que se expone; de la estructura y características propias de cada mensaje, y de los mecanismos que intervienen en el proceso de decodificación de la información. Sin embargo, también implica el dominio de diferentes habilidades intelectuales, que van desde la capacidad de entender las causas que originan un hecho, hasta la de comprender símbolos y expresiones metafóricas.

De ahí que, para poder comparar el conocimiento que tienen los niños de los contenidos escolares y de los contenidos de la televisión, en la presente investigación se hayan planteado categorías paralelas para las dos modalidades de transmisión de la información, es decir, categorías que en cierto modo implican el mismo tipo de operación intelectual, por parte del niño. Así, reiteramos como se plantearon los siguientes paralelismos:

- \* El reconocimiento de los héroes nacionales con el de los personajes de la televisión, que se relaciona con el proceso de imitación que caracteriza al aprendizaje social de los pequeños.
- \* El conocimiento de los principales hechos de los héroes nacionales con el de las conductas de los personajes de televisión, que implica una comprensión de las causas y factores que involucran un hecho y se relaciona también con la socialización de los niños.
- \* La identificación de frases célebres y de frases típicas de la televisión, que se relaciona con el desarrollo del lenguaje y, por consiguiente, con la forma en que el niño se integra a la comunidad en la que vive.
- \* El reconocimiento de las fechas de acontecimientos nacionales con el de los horarios de televisión, que se refiere al manejo de la información numérica.
- \* La identificación de símbolos nacionales con la de logotipos de la televisión, que se relaciona con la capacidad de abstracción y de comprensión de símbolos.

\* Los conocimientos de geografía con la ubicación de los personajes en los programas, que implica una ubicación espacial y requiere razonar sobre la parte y el todo.

Los resultados globales de la investigación revelan que los niños tienen mayor conocimiento de la realidad televisiva (86%) que de la realidad nacional (61%). Es decir, recuerdan 25% mejor las preguntas relativas a la televisión que las preguntas sobre la historia y la vida política México.



### Los niños tienen mayor conocimiento de lo que ven en la TV que de lo que ven en la escuela

Esta situación demuestra el gran impacto que tiene la televisión en el conocimiento de los niños y, por consiguiente, en su percepción de la realidad social. En este sentido confirma los resultados de diferentes investigaciones que se han hecho sobre el tema, en las que se concluye que la información que manejan los niños proviene mayoritariamente de la televisión. Así como la tesis de Mc Luhan que afirma que el fenómeno televisivo «ha hecho que los libros dejen de ser los principales medios de enseñanza y ha derribado los propios muros de la escuela». (1)

(1) MAC LUHAN, citado en CORTES ROCHA Carmen. *La escuela y los medios de comunicación masiva en México*, p. 42.

**DIFERENCIAS EN EL CONOCIMIENTO DE LA REALIDAD NACIONAL Y DE LA REALIDAD DE LA TELEVISIÓN, POR CATEGORÍAS.**

¿Qué es lo que más conocen los niños de la realidad de la televisión y de la realidad nacional?



(Gráf. 2)

Como se observa, en las categorías que se relacionan de una manera u otra con el proceso de socialización de los niños (personajes, frases y conductas) en términos generales, se obtuvo un mayor puntaje que en las que se refieren más directamente al desarrollo de la función simbólica (geografía-ubicación de personajes, horarios-fechas y símbolos).

Sin embargo, en todos los casos, los puntajes de acierto a las preguntas sobre la televisión son considerablemente más altos. De hecho, el mayor porcentaje de la realidad nacional (73.82%) es más bajo que el menor de la televisión (73.87%). Lo que demuestra determinadamente el impacto de este medio de comunicación en el conocimiento de la población infantil.

La primera explicación que nos viene a la mente es que muchos niños pasan más tiempo frente al televisor que en las aulas escolares. Sin embargo, aún los pequeños que pasan poco tiempo frente al televisor parecen aprender más de este medio de comunicación que de los maestros de la escuela.

En este sentido, es importante considerar que para los niños ver televisión es una forma de entretenimiento, es decir, emplean su instinto lúdico en el aprendizaje y por consiguiente adquieren mayores conocimientos en menor tiempo. A diferencia de la escuela en donde muchas veces tienen que aprender, por obligación, contenidos que no se relacionan con su realidad inmediata y no tienen mayor significado en su vida cotidiana.

Además, las características mismas de la televisión facilitan el aprendizaje: los mensajes se repiten con mayor frecuencia; la comunicación es más efectiva porque esta perfectamente planeada y se recibe simultáneamente por dos canales sensoriales: visual y auditivo; los elementos visuales se apoyan en el movimiento y el color, lo que permite que sean más dinámicos y atractivos; el audio está compuesto de palabras, música, diversos efectos sonoros y silencios, lo que facilita la decodificación; la información que transmite la pantalla es más sencilla y, por consiguiente, requiere de un menor procesamiento simbólico; los argumentos suelen ser de carácter narrativo y por tanto involucran emocionalmente al espectador...

Ahora, dado que el conocimiento de las enseñanzas escolares y de los contenidos de los programas también implica el dominio de ciertas habilidades intelectuales, es importante considerar la diferencia que existe en cada categoría paralela.

#### PORCENTAJE DE ACIERTO A LA REALIDAD NACIONAL Y A LA REALIDAD DE LA TELEVISIÓN, Y SU DIFERENCIA.

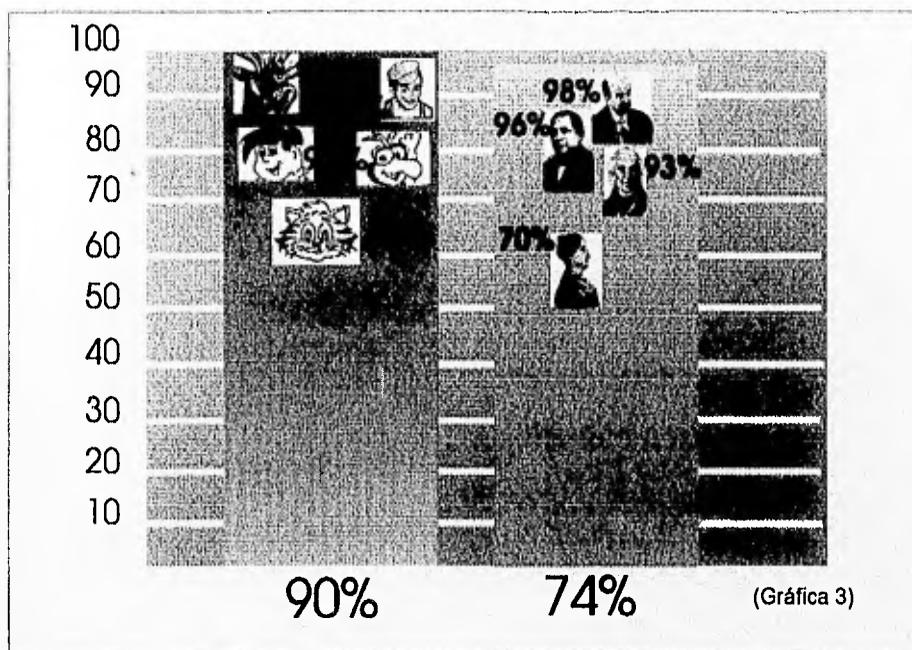
Tema	% de Acierto		Diferencia
	Realidad Nacional	Realidad Televisión	
Personajes	73.82	89.98	16.16
Horarios-Fechas	57.52	73.87	16.35
Simbolos-Logotipos	59.55	84.65	25.10
Frases	61.26	94.08	32.83
Conductas	47.49	83.91	36.42
Ubicación personajes-geografía	49.45	87.67	38.22

En algunas categorías, como personajes y horarios-fechas, la diferencia es más pequeña (16% en ambos casos), por lo que podría pensarse que a estas operaciones intelectuales se les da mayor importancia en la escuela.

A diferencia de otras categorías, como conductas y ubicación de personajes-geografía, en donde la diferencia es mayor (36% y 38%). Ahora, en todos los casos el desarrollo de las habilidades intelectuales y los elementos que conforman el proceso de comunicación que se establece en la escuela y con la televisión, se mezclan y se interrelacionan en la adquisición de la información. De ahí que sea conveniente profundizar y analizar con más detenimiento el nivel y tipo de conocimientos que obtuvieron los entrevistados en cada categoría paralela.

**PERSONAJES DE TELEVISIÓN Y PERSONAJES DE LA HISTORIA  
Y LA POLÍTICA DE MÉXICO**

Los niños alcanzaron un mayor puntaje en el reconocimiento de las imágenes de los personajes de televisión (90%), que las de los personajes de la historia y la política de México (74%). Como se puede observar, recordaron 16% mejor las preguntas relacionadas con la televisión, que las preguntas relativas a la realidad nacional.



Es así que el 99% de los entrevistados identificó a Balman; el 98% a El Chavo; el 97% al Pájaro Loco; el 96% a Alf y a Cepillin; el 91% a Pedro Picapiedra y a Gonzo; el 85% al Gato Gc; el 75% a la maestra Ximena, y el 72% a Rico Mac Pato. (v. 21 a 24, 38 a 40 y 74 a 76).

Es curioso que personajes como Ximena y Mac Pato, que aparecen en programas con un alto puntaje de rating (Carrusel y las Patoaventuras) sean menos reconocidos que personajes como el Pájaro Loco, Alf y Cepillin, que salen en programas con menor audiencia.

Esta situación indica que los personajes tienen una personalidad y una fuerza que les son propias, independientes del programa en el que se presentan.

Las series de televisión destacan de tal manera algunas cualidades de sus protagonistas, como la valentía, la fuerza, la estucia..., que resultan ser sumamente atractivos para el pequeño, y en determinadas circunstancias los toman como modelo de imitación. De ahí que sea importante analizar las características de los personajes que alcanzaron mayor puntaje.

#### CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PERSONAJES DE TELEVISIÓN QUE IDENTIFICARON LOS NIÑOS.

<b>BATMAN</b> (99%)	Humano	Real	Adulto	Extranjero	Agresión física
<b>EL CHAVO</b> (98%)	Humano	Real	Infantil	Nacional	Agresión física y verbal.
<b>PÁJARO LOCO</b> (97%)	No	Animado Humano	Adulto	Extranjero	Agresión física y verbal.
<b>ALF</b> (96%)	No Humano	Disfrazado	Adulto	Extranjero	Agresión verbal
<b>CEPILLIN</b> (96%)	Humano	Real	Adulto	Nacional	Sin conductas agresivas.
<b>P.PICAPIE-DRA</b> (91%)	Humano	Animado	Infantil	Extranjero	Agresión verbal
<b>GONZO</b> (91%)	No Humano	Animado	Infantil	Extranjero	Agresión verbal
<b>GATO GC</b> (85%)	No Humano	Disfrazado	Infantil	Nacional	Sin conductas agresivas.
<b>MAESTRA XIMENA</b> (75%)	Humano	Real	Adulto	Nacional	Sin conductas agresivas.
<b>RICO MAC PATO</b> (72%)	No Humano	Animado	Adulto	Extranjero	Sin conductas agresivas manifiestas.

Como se observa, los niños recuerdan con mayor frecuencia a los personajes humanos (92%), que a los disfrazados (88%); a los personajes reales (92%), que a los disfrazados (91%) y animados (88%). Y como era de suponerse, a los que juegan roles infantiles (91%), más que a los que tienen el papel de adultos (89%).

Lo que de algún modo indica que los niños tienden a identificar a los personajes, en tanto más similares sean a ellos mismos; posiblemente porque facilita el proceso de imitación. Lo que coincide con la opinión de Jacques Mousseau: "Al ver televisión los niños se identifican más con los del mismo sexo, de la misma clase social..." (2b)

Ahora, en cuanto al sexo es curioso que la única mujer que se consideró en esta sección de encuesta, haya quedado en el noveno lugar (75%), a pesar de ser protagonista de la telenovela Carusel, un programa con gran éxito y popularidad en el momento de aplicar los cuestionarios.

En la investigación no se tomaron en cuenta más personajes femeninos, porque en los programas infantiles predominan los hombres (87%), lo que ya implica una concepción sexista, de acuerdo a diferentes autores. (3b)

Sin embargo, el que este personaje ocupara el penúltimo lugar en el reconocimiento de los niños, en cierto modo confirma la opinión de Marks Greenfield quien señala que la televisión promueve roles sexuales en los que la mujer tiene un papel secundario respecto al hombre (4b)

La raza y el nivel socioeconómico no se pueden detectar claramente en los personajes, porque muchos son caricaturizados o aparecen en situaciones en donde estos factos son indiferentes.

Sin embargo, es de señalar que los niños reconocen con mayor frecuencia a los personajes extranjeros (91%), que a los personajes de origen nacional (89%). Lo cual, como ha sido comprobado en diversos estudios, propicia que existan conflictos de identidad en los niños; ya que el pequeño muchas veces no desea reconocerse con características diferentes a las de sus "héroes" de televisión. (5b)

Ahora, lo más relevante en este proceso de conocimiento-imitación es el tipo de conductas y actitudes de los personajes que recuerdan los niños.

En este sentido, se observó que los tres personajes que presentan conductas de agresión física: Batman, El Chavo y el Pájaro Loco, fueron justamente los más recordados (99%, 98% y 97%, respectivamente).

Asimismo, los personajes que recurren a la agresión verbal obtuvieron un mayor puntaje de aciertos (95%); que los que presentan otro tipo de comportamientos (85% promedio).

Lo que confirma la tesis de Marie Winn que señala que: "la gente escoge ver violencia y quiere que aumente la programación violenta, porque mirando los programas con "más acción" pueden aproximarse a cierta "sensación de actividad" con al involucrarse en los mismos o con los personajes, mientras se goza de la comodidad y seguridad de una pasividad total" (6).

(2b) MOUSSEAU, "Los niños y la televisión", *T.V. y comunicación*, p. 207.

(3b) INPCO, "Análisis de Contenido de los Programas Infantiles", p. 68.

(4b) MARKS GREENFIELD, *El niño y los medios de comunicación*, p. 83.

(5b) *Ibid.*, p. 70

(6b) WINN, Marie. *La droga que se enciende*, p. 106

Pero ¿que efectos puede tener el que los niños identifiquen con mayor frecuencia a este tipo de personajes?

Para algunos autores, como Clinne, esta situación desensibiliza a los niños ante la violencia en la vida real. Hace que los pequeños se vuelvan apáticos y toleren la violencia en los demás, porque han sido condicionados a pensar que es cosa de todos los días (7b)

Sin embargo, no son los únicos efectos. La investigación de Cohen detectó que los programas de violencia propician que los niños pequeños consideren que "la violencia es el método principal para resolver todo tipo de problemas" (8b).

Incluso, hay quienes relacionan la violencia de la televisión directamente con la delincuencia juvenil. En un estudio, comisionado por la cadena ABC, "de 100 criminales juveniles, 22 confesaron haber copiado sus técnicas criminales de la televisión" (9b)

Esta situación indica que el gran impacto de estos personajes de televisión puede tener repercusiones negativas en los niños. Sin embargo, el fenómeno de la influencia de la televisión en la violencia o delincuencia es muy complejo. A pesar de la infinidad de trabajos que se han hecho sobre el tema y que muestran que la televisión incide en cierto tipo de conductas, la controversia aún persiste.

Pero, ¿qué sucede con los héroes nacionales?; ¿pueden sugerir otro tipo de comportamientos a la población infantil?

Los resultados de la encuesta revelan que el 98% de los niños reconoció la imagen del presidente Salinas de Gortari; el 96% la de Benito Juárez; el 93% la de Miguel Hidalgo; el 83% la de José Ma. Morelos y la de Sor Inés de la Cruz; el 70% la de doña Josefa Ortiz de Domínguez; el 61% la de Emiliano Zapata y la de Manuel Clouthier, el 50% la de Hemán Cortés y el 44% la de Cuauhtémoc Cárdenas. (v: 12 a 15, 30 a 32 y 66 a 68).

El cuadro de la siguiente página presenta un panorama de algunas características de los personajes de la realidad nacional, que se considera conveniente tomar en cuenta.

(7b) CLINNE, citado en WINN, Op. Cit, p. 110

(8b) COHEN, "Televisión y Percepción de la Realidad" en *The Education Digest*, marzo 1977, p.p. 10 a 13.

(9b) WATERS, "Lo que hace la televisión a los niños" en *Newsweek*, 21 de febrero 1977 p.p. 63 a 70.

**CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PERSONAJES DE TELEVISIÓN QUE IDENTIFICARON LOS NIÑOS**

<b>SALINAS</b> (98%)	Política Actual (En ese momento)	No participa en movimientos armados.
<b>JUÁREZ</b> (96%)	Historia Nacional	No participó en movimientos armados.
<b>HIDALGO</b> (93%)	Historia Nacional	Participó en movimientos armados.
<b>MORELOS</b> (83%)	Historia Nacional	Participó en movimientos armados.
<b>SOR JUANA</b> (83%)	Historia Nacional	No participó en movimientos armados.
<b>JOSEFA ORTIZ</b> 70%	Historia Nacional	Participó, indirectamente, en movimientos armados.
<b>ZAPATA</b> (61%)	Historia Nacional	Participó en movimientos armados.
<b>CLOUTHIER</b> (61%)	Política Actual	No participó en movimientos armados.
<b>CORTES</b> (50%)	Historia Nacional	Participó en movimientos armados.
<b>CUAUHTEMOC CÁRDENAS</b> (44%)	Política Actual	No participó en movimientos armados.

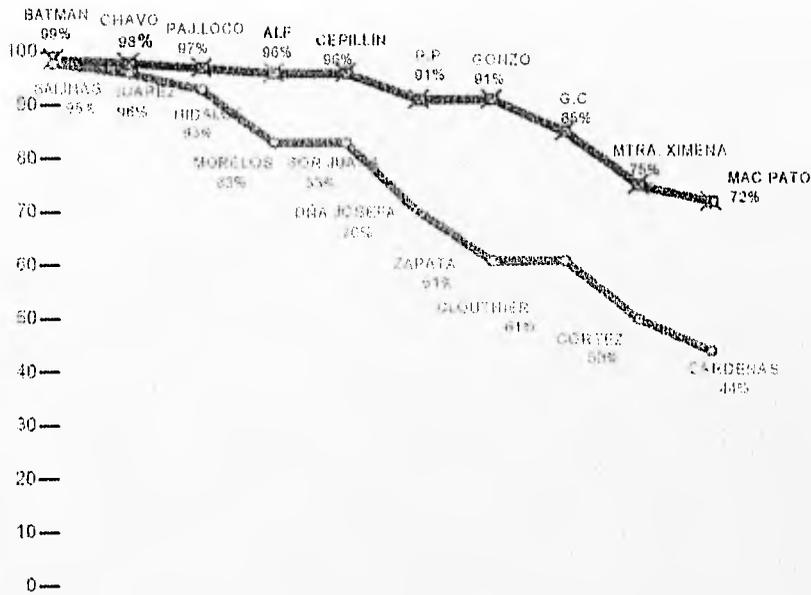
En primera instancia, sobresale popularidad de la imagen del entonces presidente de México, que obtuvo un alto puntaje de reconocimiento (98%). Sin embargo, esta situación no necesariamente refleja un gran conocimiento de la actualidad, probablemente los niños tienen una imagen presidencialista de la política mexicana. Clouthier y Cárdenas, los otros dos personajes de la política de ese momento, obtuvieron puntaje considerablemente más bajos (61% y 44%)

Aunque, en el caso de Cuauhtémoc Cárdenas, el dibujo confundió a muchos niños, que erróneamente lo identificaron con un personaje de televisión (el profesor Jirafales).

Otro resultado interesante, es que los niños identificaron con mayor frecuencia a los personajes que no han participado directamente en luchas armadas (76%), que a los que sí lo han hecho (71%). Lo que difiere de los datos de "personajes de televisión".

Sin embargo, como se dijo anteriormente, no se puede llegar a ninguna conclusión definitiva. Ya que el objetivo preciso de esta investigación fue comparar el conocimiento que tienen los niños de la realidad nacional con el que tienen de la realidad de la televisión.

Y en este sentido se observa que, en cuanto a personajes se refiere, los puntajes de acierto a las preguntas sobre realidad nacional son comparables a los de la realidad de la televisión.



(Gráf. 4)

En la gráfica se observa que los porcentajes de los personajes de la realidad nacional, se empalman con los de los personajes de la televisión. Incluso, el presidente Salinas de Gortari, Benito Juárez y Miguel Hidalgo tuvieron puntajes de altos como cualquiera de la televisión.

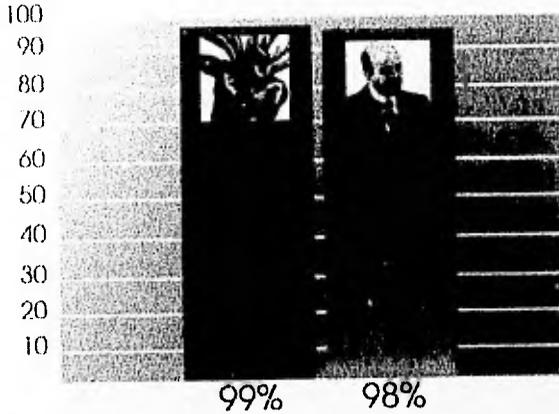
Este resultado señala la importancia que también han tenido estos personajes a través de los medios, pues es frecuente que se les mencione en fechas de celebraciones patrias o en múltiples programas de carácter político.

Otro proceso importante, que quizá se esté manifestando es el de identificación con las personas, fundamentado en la conciencia de especie, raza, nacionalidad, religión, o cualquier otro aspecto que permita al niño reconocerse semejante a un grupo, es uno de los procesos más importantes y universales, la identidad que se da como parte del proceso de comunicación, ya que por lo general

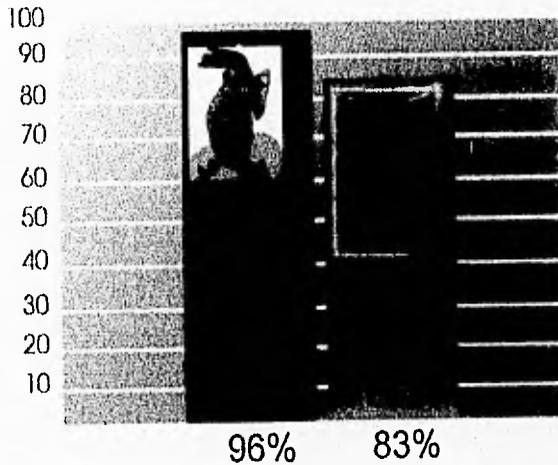
aprenden más las normas sociales y los patrones que se espera tengan cuando sean adultos, a través de la observación del comportamiento de otras personas.

La televisión, en esencia, explota esta capacidad de identificación del ser humano y por consiguiente incide directamente en la socialización de los niños, ya que los pequeños en ocasiones manifiestan patrones conductuales que adoptan de los personajes de televisión.

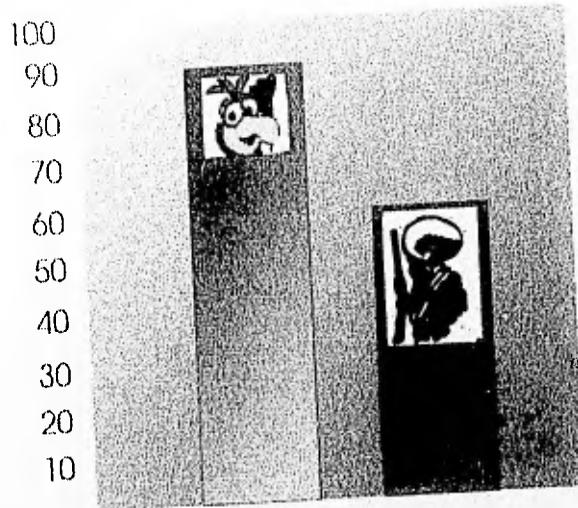
De ahí que sean de considerar las siguientes comparaciones.



**Batman resultó ligeramente más conocido que el presidente Salinas**



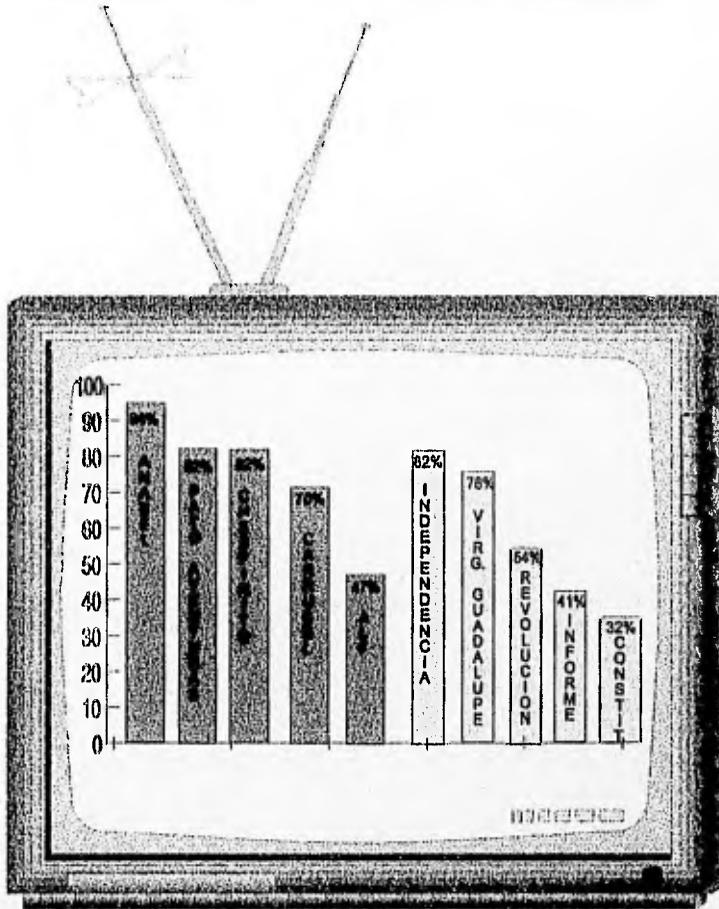
**Alf fue mejor identificado que José Ma. Morelos**



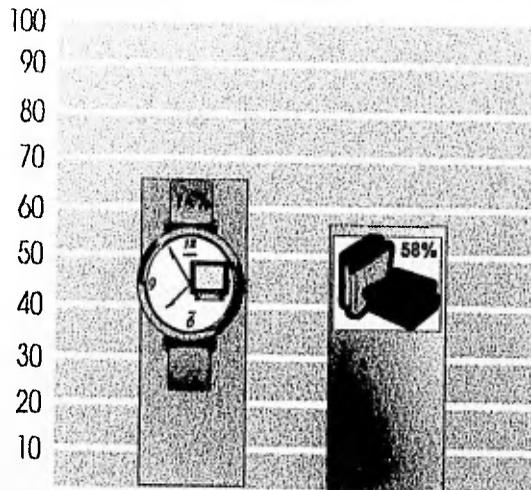
**La imagen de Gonzo fue notoriamente mas reconocida en un 91% que la de Emiliano zapata en solo 61%**

(Gráfica 7)

## HORARIOS DE LA TV (74%) VS FECHAS NACIONALES (58%)

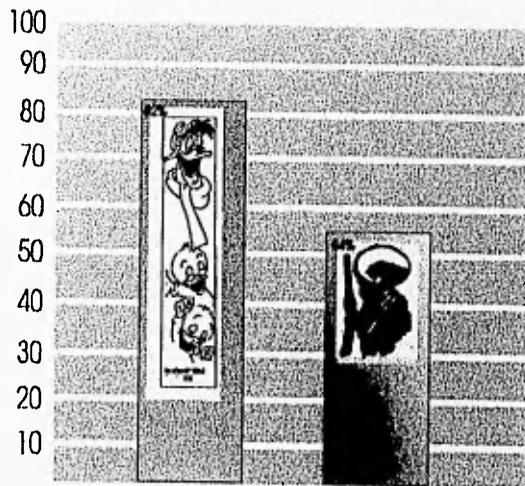


En cuanto a horarios y canales, el 94% de los entrevistados identificó el canal que transmite el programa "Anabel", el 82% el canal que difunde las "Patoaventuras", el 98% a El Chavo, el 97% al Pájaro Loco, el 96% a Alf y a Cepillin, el 91% a Pedro Picapiedra y a Gonzo, el 85% al Gato GC; el 75% a la maestra Ximena, y el 72% a Rico Mac Pato, (v. 21 a 24, 38 a 40 y 74 a 76). Es curioso que personajes como Ximena y Mac Pato, que aparecen en programas con un alto puntaje de rating (Carrusel y las Patoaventuras) sean menos reconocidos que personajes como el Pájaro Loco, Alf y Cepillin, que salen en programas con menor rating.



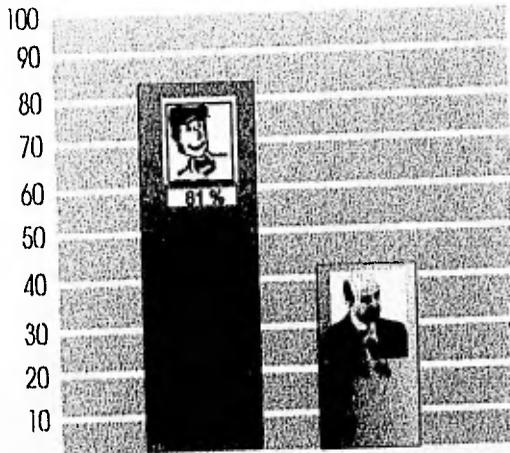
(Graf. 9)

Los niños tienen un mayor conocimiento de los horarios de la TV que de las fechas históricas nacionales



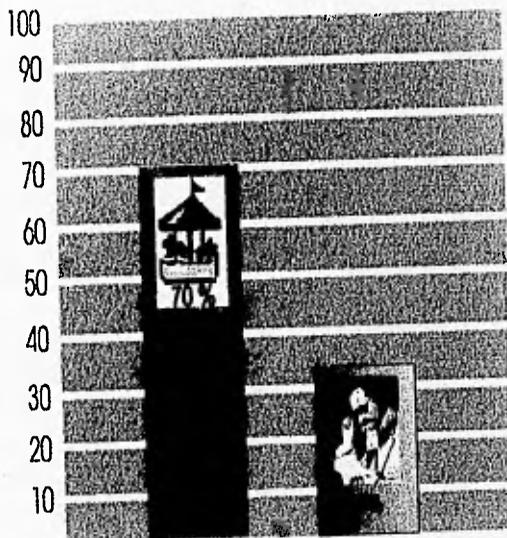
(Graf. 10)

La mayoría de los niños de identificó el horario de las las 'Patoaventuras' y solo el 54% sabe que la Revolución Mexicana se inició en 1910



(Graf. 11)

**EL 82% DE LOS NIÑOS SABIA EL HORARIO DE CHESPIRITO  
Y NI SIQUERA LA MITAD 41% RECORDÓ LA FECHA DEL  
INFORME PRESIDENCIAL**

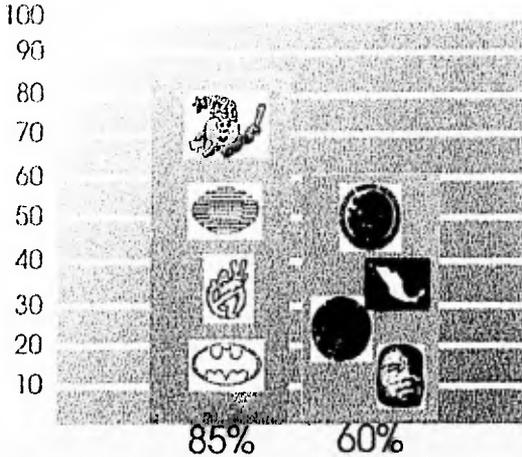


(Graf. 12)

**EL 70% DE LA MUESTRA IDENTIFICÓ EL HORARIO DE  
CARRUSEL Y SOLO UNA TERCERA PARTE, EL 32%,  
QUE LA CONSTITUCIÓN SE FIRMO EN 1917**

## LOGOTIPOS DE LA TELEVISIÓN Y SÍMBOLOS NACIONALES

Los niños identificaron con mayor frecuencia los logotipos de la televisión (85%) que los símbolos nacionales (60%). Es decir, acertaron 25% mejor a las preguntas sobre televisión que a las preguntas relativas a la realidad nacional.



(Gráf. 13)

El conocimiento que tienen los niños de los logotipos de la TV es un 25% más alto que de los símbolos nacionales.

Es así que el 98% de los entrevistados identificó la "batiseñal", el "Maguito" de los productos "Sonric's" y el símbolo de los "Cazafantasmas", mientras que el 67% reconoció el logotipo de "Imevisión" y el 63% el de "Televisa". (v. 56 a 60).

Es interesante que, a pesar de que los niños tienen una alta exposición a la televisión, reconozcan menos los logotipos de las dos grandes televisoras (67% y 63%), que los demás considerados en la encuesta (98%).

Quizá esto se debe a que los tres primeros representantes esquemas que el pequeño asocia con situaciones específicas, como son: el personaje Batman, la ingestión de golosinas y una película. Mientras que los símbolos de las televisoras representan un concepto más abstracto, que posiblemente no sea relevante para los pequeños.

Es probable que, para ellos, lo importante sean los personajes, las historias y los programas concretos, no el grupo o cadena que los difunde. De ahí que el impacto, en la memoria, de los contenidos específicos de los programas y anuncios de televisión sea más alto, que el de otros aspectos relacionados con este medio, como los logotipos de las cadenas de televisión.

Es posible que muchos ni siquiera comprendan lo que significa una cadena o empresa televisora, y los que lo entienden, quizá no le den mayor importancia. Los pequeños, probablemente, no poseen un claro concepto de lo que estas transmisoras implican y por tanto su presencia y uso en el pensamiento, aún son muy difusos.

De ahí posiblemente que se dé este contraste con los demás logotipos de la televisión considerados en la encuesta, en donde el porcentaje de aciertos fue muy alto. (98%).

Asimismo, es de considerar que muchos de estos los logotipos no solo están presentes en la televisión, si no también en una gran variedad de productos que se ofrecen en el mercado, y que justo en la época en que se aplicó la encuesta estaban "de moda". Lo que evidentemente facilitó el proceso de abstracción que requiere realizar el niño para dar la respuesta correcta sobre estos reactivos en particular.

Además, estos logotipos se difunden con mucha frecuencia, en colores vivos y llamativos, y constantemente se les asocia por medio de música, de imágenes o de efectos especiales al objeto u concepto que representan.

Lo que no sucede con los símbolos nacionales, en donde los puntajes de acierto fueron considerablemente más bajos: el 90% reconoció el mapa de la República Mexicana, el 70% el Escudo Nacional, el 68% el estandarte de la Virgen de Guadalupe, el 37% el calendario Azteca y el 33% la cabeza Olmeca. (v. 46 a 50)

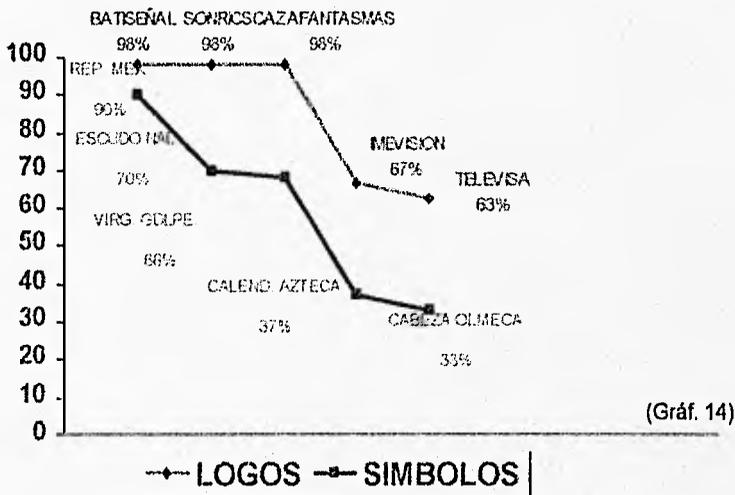
Como era de suponerse, los símbolos nacionales que más identifican los niños son el mapa de la República Mexicana y el Escudo Nacional. Sin embargo, obtuvieron un porcentaje más bajo de lo que se podría esperar, si se considera que forman parte fundamental de la cultura cívica nacional. Especialmente el Escudo que, además, está presente en la bandera y en todas las monedas.

Ahora, los demás símbolos que se consideraron en esta categoría tuvieron puntajes de reconocimiento considerablemente más bajos, especialmente los que se refieren a la cultura prehispánica: el Calendario Azteca (37%) y la Cabeza Olmeca (33%).

Lo cual, de algún modo indica que los niños se interesan y se identifican poco con las raíces mesoamericanas que conforman nuestra cultura, nuestra nacionalidad.

La siguiente gráfica muestra las puntuaciones alcanzadas por los niños en ambos aspectos:

#### LOGOTIPOS DE LA TV (85%) VS SÍMBOLOS NACIONALES (69%)



En esta gráfica, se observa que los resultados de ambas realidades se empalman parcialmente. De hecho tres preguntas de la realidad nacional tienen porcentajes similares a los de la realidad de la televisión. No obstante dos restantes tienen un puntaje notoriamente más bajo que las demás.

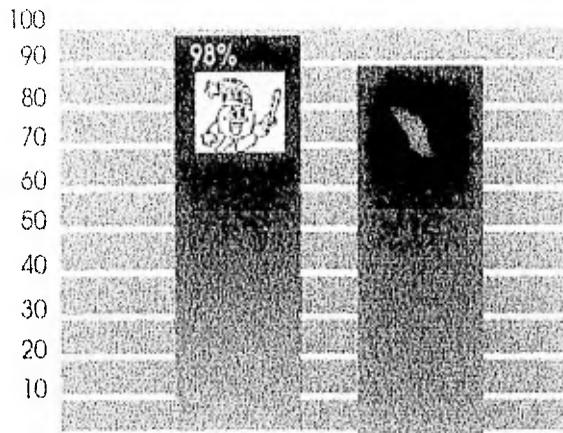
De ahí se deduce que el conocimiento de símbolos es más fácil en tanto más cercano y concreto es el objeto o idea que representan, lo que simplifica su uso e integración en la estructura cognoscitiva infantil, gracias a la relación tan frecuente que guardan los niños con ellos al enfrentarse con ellos en la vida cotidiana. Al mismo tiempo, es más sencillo para ellos manejar esquemas e imágenes que representan ideas concretas.

Los símbolos nacionales, por tanto, les son, con frecuencia, más difíciles de manejar, porque son más abstractos, más lejanos y distantes de la idea o del objeto que representan, y, por tanto, más ajenos a la realidad en la que se desenvuelven los niños.

Aunque también es de considerar otros factores como los apoyos visuales y auditivos que se utilizan para facilitar el proceso de abstracción que se requiere para comprenderlos, así como el interés que tienen los niños en lo que significan.

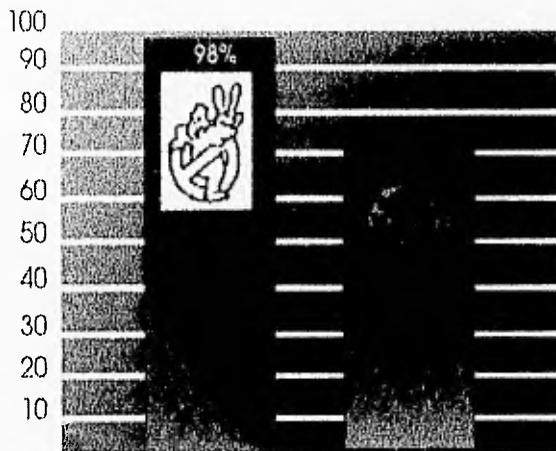
Un factor importante del manejo de la información televisiva es que recibe mucho reforzamiento de tipo social. El interés, en este caso en los logotipos de la televisión, se incrementa cada vez que en el grupo de amigos se comenta sobre ellos, ya que "obliga" al pequeño a "saber" lo que en el medio se maneja no sólo para estar al día, sino también para poder establecer una relación más gratificante con los demás.

Todos estos factores seguramente propician que se den estas comparaciones:



(Gráf. 16)

El logotipo de sonrics es mas conocido 98% que la siluetita del mapa de la República Mexicana 90%

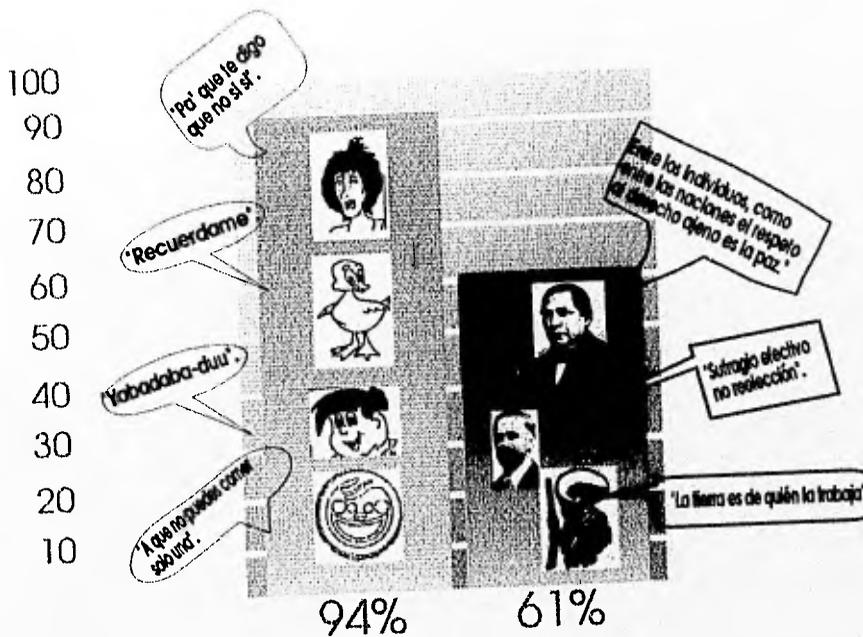


(Gráf. 17)

Casi todos los niños (98%) identifican el simbolo de los cazafantasmas y solo el 70% el escudo nacional.

### FRASES DE LA TELEVISIÓN Y FRASES CELEBRES.

El 94% de los niños entrevistados identificó las frases típicas de la televisión y sólo el 61% reconoció a los autores de las frases célebres. Es decir, acertaron 33% mejor a las preguntas relativas a la televisión, que a las preguntas sobre realidad nacional.



Los niños tienen mayor conocimiento de las frases típicas de la televisión que de las frases célebres

(Gráfica 19)

Es así que el 96% de los entrevistados indicó que Pedro Picapiedra es quien exclama "Yabadaba- duu"; el 95% asocio la súplica: "Recuérdame" con los anuncios de Gansito Maninela y señaló que la expresión: "Pa' que te digo que no, si sí" es de la Chimoltrufia; el 93% que la frase "A que no puedes comer solo una" sale en los anuncios de Sabritas y el 91% que Jaime Palillo dice: "Me hierve la cabeza".

Es interesante que las frases que más recuerdan los niños sean precisamente las que tienen el contenido más emotivo; "¡ Yabadaba - duu!", que expresa la eufonía del personaje cuando logra lo que se propone. Y "Recuérdame", que manejada con un tono suplicante y afectivo, apela al sentimentalismo infantil, además asociada directamente con el tiempo patito que aparece en los anuncios del producto produce un fuerte impacto en los sentimientos de los niños. Estas dos frases también son las más cortas, de hecho cuentan con un solo vocablo, lo que posiblemente también facilita su memorización.

Posteriormente, los niños indicaron que la Chimoltrufia dice: " Pa' que te digo que no sí sí", esta es una frase que ofrece una salida "chusca" a situaciones concretas. Las posibilidades de juego de con esta frase, probablemente elevan y fomentan su recuerdo. Otra de las frases que los niños identificaron fue el lema de los anuncios de Sabritas: "A que no puedes comer sólo una", , que en su estructura incorpora un reto e invita al espectador a afrontarlo.

Finalmente, los niños señalaron que es Jaime Palillo, quien dice: " Me hierve la cabeza", una exclamación que de manera eufemística denota enojo y fastidio, un sentimiento negativo que se contrapone a los que expresan las frases de Pedro Picapiedra y los anuncios de gansito, que tuvieron mejores puntajes de reconocimientos.

Es interesante que los niños identifiquen en proporción similar las frases de los personajes y los lemas publicitarios. Podría pensarse que los "slogans" de los anuncios, por su estructura y frecuencia de difusión, tendrían más impacto. No obstante, las otras se asocian directamente con el personaje y es probable que los pequeños, a manera de imitación, las repitan cuando experimenten un estado de ánimo o una situación similar al de su protagonista. Es un hecho que el ser humano aprende más y en menor tiempo, cuando emplea su instinto lúdico.

Las frases célebres, por su parte, tuvieron puntajes de acierto considerablemente más bajos: el 85% señaló que " Dejad que los niños se acerquen a mí " es una expresión de Cristo; el 74% que "El respeto al derecho ajeno, es la paz" es una frase de Benito Juárez; el 64% que Francisco González Bocanegra es el autor de el Himno Nacional; el 43% que Francisco I Madero dejó "Sufragio Efectivo, No Reelección" y el 41% que Emiliano Zapata es el autor de la frase "La Tierra es de Quien la Trabaja".  
(v: 33 a 37 )

En primera instancia se observa que la frase de Cristo, la única que involucra directamente a los niños, es precisamente la que más se recuerda. Aunque, también es de considerar la importancia del personaje. La figura de Cristo es fundamental en nuestra cultura religiosa.

La relevancia del personaje también influyó en el reconocimiento de las demás frases. En segundo lugar los niños identificaron la expresión de Benito Juárez, el

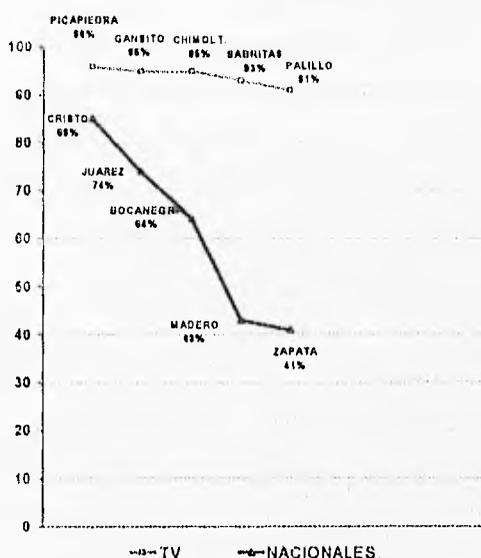
héroe que tiene más importancia en los textos escolares, de los considerados en esta sección de la encuesta. Acertaron con mayor frecuencia a esta pregunta, que a la relativa al autor del himno nacional, que aprenden de memoria y cantan con frecuencia en la escuela.

Estos resultados indican que el reconocimiento de las frases célebres, en términos generales, más que depender de la frase en sí, depende del personaje que las expresa y de la importancia que se le dé en la escuela.

Además, no se observa ninguna relación entre la estructura y complejidad de la frase y el conocimiento de los niños. La expresión más sencilla: «La tierra es de quien la trabaja», es la que obtuvo el último lugar. La identificaron menos que la de Juárez y la de Francisco y Madero que incluyen conceptos más abstractos y difíciles de comprender, como «derecho ajeno» y «sufragio efectivo»

De aquí se deduce que los niños memorizan las frases célebres, sin comprender realmente lo que significan o representan. Lo que no sucede con las frases de televisión, que aplican directamente en sus juegos. Y de ahí, posiblemente que se den estas grandes diferencias.

### FRASES DE LA TV 94% VS FRASES NACIONALES 61%



En la gráfica anterior se observa que los porcentajes de acierto de la realidad nacional comienza en donde terminan los de la realidad de la televisión. Es decir, la pregunta con menor número de aciertos de las frases de televisión (91%) supera a aquella con mayor número de aciertos de las frases célebres (85%).

En este sentido, es importante considerar que las frases de televisión se apoyan en la imagen, lo que permite que el niño las asocie más fácilmente con el producto en el caso de la publicidad, o con el personaje en el de los programas. Ya que, como señala Hollenbeck: "Existe una primacía de la visión sobre el habla que ha de explotar la televisión... Hay datos demostrativos de que así lo hace. A edad temprana como la de los seis meses, los lactantes presentan más atención a un televisor con imagen pero sin sonido, que a otro que emita sonido sin imagen" (11)

Sin embargo, para los niños de cinco años en adelante, la atención en la imagen no reduce la atención en la información auditiva. A esta edad, la información verbal es igualmente comprensible y recordable. Las investigaciones de Beagles-Ross y de Merks Greenfield llegaron a la siguiente conclusión sobre este tema: " Cuando los niños van creciendo, van siendo asimismo capaces de recordar la información verbal pura" (12)

De ahí que sea importante considerar, también, la estructura y el contenido de ambos tipos de frases.

Las frases de televisión están elaboradas expresamente para impactar a la población y, por consiguiente, obedecen a una estructura breve, sonora, sencilla y musical; que facilita enormemente su recuerdo:

De hecho, el poder del ritmo de las palabras se ha usado durante siglos en lemas de propaganda política y en este siglo se ha aplicado a la publicidad, para que se les asocie directamente con el producto, y en los programas de televisión, en donde los personajes las pronuncian a manera de interjección o muletilla, y con ello fomentan la imitación de los pequeños.

Las frases célebres, por el contrario, aunque involucran un contenido filosófico importante, obedecen a una estructura más compleja y no presentan el ritmo y la musicalidad de las palabras, que provoca la repetición casi involuntaria por parte de la persona que las escucha. De ahí que los niños tengan que aprenderlas de memoria, para poder recordarlas y asociarlas con el autor correspondiente.

Es posible que los pequeños memoricen las frases célebres sin comprender el contexto histórico en el que se dan, sin relacionarlas directamente con los sucesos en los que se pronunciaron, es decir, es probable que las aprenden de manera aislada y parcial; lo que, como se señaló anteriormente, dificulta aún más el aprendizaje.

Además, las frases célebres pertenecen a una realidad ajena y distante a las necesidades inmediatas de la población infantil. Y para Freire: "Disertar sobre algo completamente ajeno a la experiencia existencial de los educandos es uno de los principales problemas de la educación tradicional" (13); porque la información, al no tener mayor utilidad en la vida cotidiana, se olvida fácilmente.

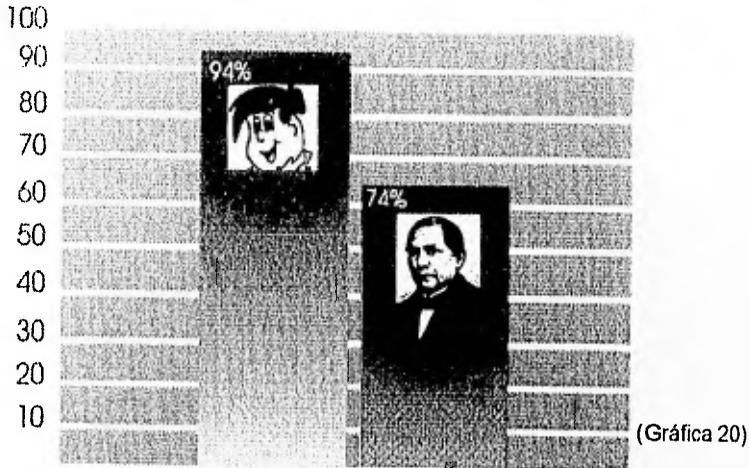
Todos estos factores seguramente propicien que existan grandes diferencias:

(11) HOLLENBECK Y SLABY. Citado en MARKS GREENFIELD, Op. Cit., p. 121

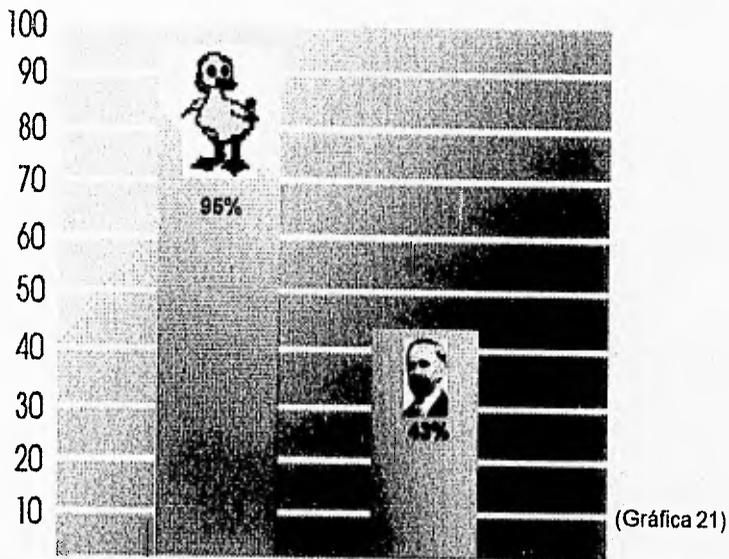
(12) MARKS GREENFIELD, Op. Cit., p. 122

(13) Freire, Op. Cit., p. 76.

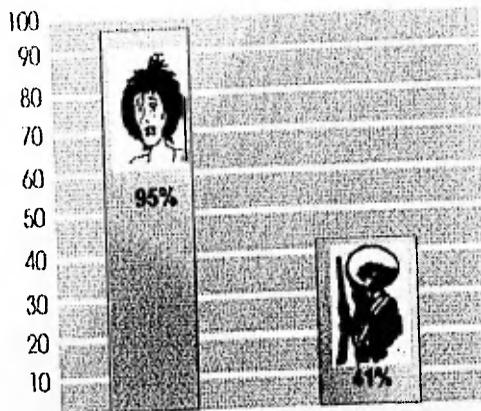
## FRASES DE T.V. Y FRASES CELEBRES



Casi todos los niños (96%) saben que Pedro Picapiedra exclama "yabadaba-duu" y solo el 74% que Benito Juárez dijo "El respeto al derecho ajeno es la paz".



El 95% de la muestra asoció la palabra "RECUERDAME" con los anuncios de Gansitos y ni siquiera la mitad 43% recordó que "SUFRAGIO EFECTIVO" es una frase de Francisco I. Madero

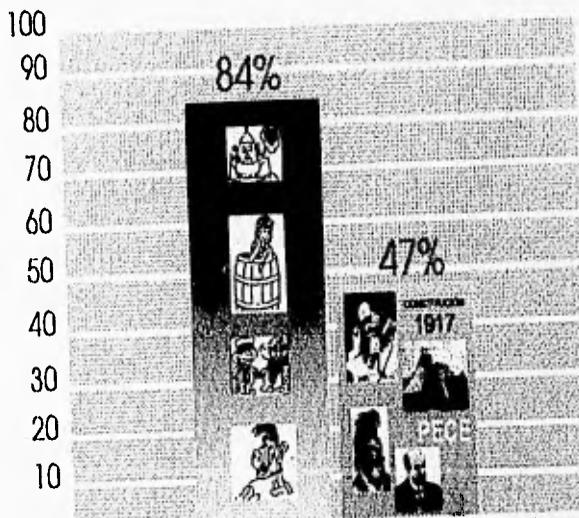


(Gráfica 22)

El 95% de los niños indicó que la expresión "Pa que te digo que no, si, si" es de la Chimoltrufía, mientras solo el 41% que la frase "La tierra es de quién la trabaja" es lema de Emiliano Zapata.

#### CONDUCTAS DE LOS PERSONAJES DE TELEVISIÓN Y CONDUCTAS DE LOS PERSONAJES DE LA HISTORIA Y LA POLÍTICA DE MÉXICO.

En cuanto a las conductas, la investigación demostró que el 84% de los niños identifica las conductas típicas de los personajes de televisión y sólo el 47% reconoce las de los personajes de la historia y la política de México. Es decir, los niños acertaron 37% mejor a las preguntas sobre la televisión, que a las preguntas sobre realidad nacional.



(Gráfica 23)

Los niños tienen mayor conocimiento de las conductas típicas de los personajes de televisión que de los hechos históricos

Es así que el 95% de los entrevistados indicó que el Chavo se mete en su berril cuando está triste o enojado; el 92% que Cinlo está enamorado de Meria Joaquina; el 82% que el hombre de Hojalata fue al Reino de Oz en busca de un corazón; el 81% que Peggy está enamorada de Renó y el 69% que Alf viene de Melmac. (v: 41 a 45).

En este sentido, se observa que las conductas que más identifican los niños son las que se repiten con mayor frecuencia en las series, y las que corresponden a programas con un índice de audiencia más alto.

Ahora, es interesante que la conducta que más recordaron es la que se refiere a que el Chavo se mete en su berril cuando está triste o enojado. Es decir, la conducta que tiene el contenido menos positivo. Aunque, no se puede llegar a ninguna conclusión definitiva, porque es sólo una pregunta y son muchas las variables que pueden incidir en el conocimiento de los niños. Incluso, es la única pregunta que plantea una relación causa efecto: el Chavo está triste o enojado, entonces se mete en su berril. Posiblemente, para los pequeños es más fácil comprender, y por tanto recordar, este tipo de planteamientos.

De hecho, la teoría cognoscitiva de Piaget indica que la noción de causalidad tiene un papel fundamental en el desarrollo de la función simbólica, es decir, en la medida en que el niño pueda establecer relaciones entre eventos que parecen aislados, le será más fácil la comprensión de conceptos.

Al respecto, se observa que la pregunta que obtuvo menor puntaje es la que se refiere al lugar de origen de Alf, que de hecho más que presentar una conducta con sus respectivas consecuencias, plantea una circunstancia: viene de Melmac. No obstante, aún el porcentaje de aciertos a esta pregunta es alto (69%). Lo cual indica que la población infantil percibe y aprehende con suma facilidad los contenidos de la televisión.

En este sentido, es de señalar que el realismo de la televisión les hace difícil, a los niños, distinguir entre la vida real y la ficción. Diversos estudios han comprobado que los pequeños toman por realidad lo que ven en la pantalla, incluso los patrones de conducta, estilos de comportamiento, valores morales, normas sociales... que, de manera novelada, aparecen en los programas de corte narrativo. Y, para algunos autores, como Marks Greenfield, "la creencia en la realidad del mundo televisado hace que los niños de todos los grupos de edad sean vulnerables a los mensajes sociales de la televisión". (14)

Esta vulnerabilidad, de acuerdo a diferentes teóricos de la comunicación, implica que el medio electrónico incide en las creencias, actitudes y en ocasiones hasta en las conductas de los niños.

Para Mousseau, por ejemplo, la televisión no sólo propicia que los jóvenes adquieran una imagen deformada de la realidad, "los esquemas de comportamiento difundidos por este medio son recibidos como esquemas de comportamiento a imitar en ciertas situaciones" (15)

(14) MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.*, p. 85

(15) MOUSSEAU, *Op. Cit.*, p. 208

De hecho, las conductas de los personajes de televisión que el niño recuerda son, en términos piagetianos, esquemas para la acción que el niño puede utilizar en sus juegos como parte del proceso de imitación que caracteriza su aprendizaje social.

Al respecto, cabe preguntarse ¿que efectos puede tener el que los niños recuerden estas conductas de los personajes de televisión?. Máxime que, como los resultados de la encuesta revelan, otras fuentes de información como la escuela han perdido influencia.

De hecho, las preguntas relativas a las conductas de los héroes y personajes nacionales obtuvieron porcentajes notoriamente más bajos: El 71% señaló que Santa Anna vendió la mitad del territorio mexicano; el 61% que Salinas de Gortari firmó el Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico; el 50% que Cuauhtémoc fue el último emperador azteca; el 29% que Benito Juárez expropió las propiedades de la Iglesia y el 27% que Venustiano Carranza firmó la Constitución que actualmente nos rige. (v: 51 a 55)

Es interesante que también en este caso, la conducta que más recordaron los niños sea, precisamente, la que tiene repercusiones más negativas: Santa Anna vendió la mitad del territorio mexicano. Aunque, como se señaló anteriormente, para llegar a una conclusión definitiva, se requeriría realizar una investigación que se centrara específicamente en este tema.

En segundo lugar, los niños señalaron que Salinas de Gortari firmó el Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico; lo que quizá, más que reflejar una cierta conciencia cívica, indicó que los niños -gracias a los mismos medios de comunicación y al desarrollo de la política nacional- tienen una imagen del presidente muy fuerte, que los lleva a considerar que él es quien tomó prácticamente todas las decisiones importantes del país.

Especialmente, si se considera que en la pregunta relativa a la Constitución, que obtuvo el puntaje de aciertos más bajo (27%), un número considerable de entrevistados se confundió e indicó que la firmó el presidente en ese momento.

Otra de las preguntas con bajo puntaje fue la relativa a la expropiación de los bienes de la Iglesia, sólo el 29% supo que Benito Juárez tomó esta iniciativa, a pesar de que los niños reconocen con gran frecuencia la imagen y la frase célebre de este héroe.

Ahora, es interesante que en estas categorías el grado de abstracción de la pregunta no tuviera una clara injerencia en el conocimiento de la respuesta. En todos los casos, la identificación de los hechos y conductas nacionales fue bajo, especialmente si se las compara con las conductas típicas de los personajes de televisión.

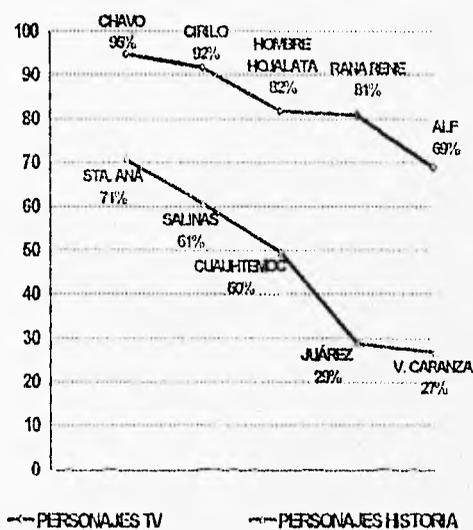
En la gráfica siguiente también observamos que los porcentajes de acierto de la realidad nacional comienzan donde terminan los de la realidad de la televisión. Es decir, la pregunta con menor número de aciertos a la realidad de televisión (69%), tuvo un puntaje similar a la de mayor aciertos en realidad nacional (71%).

Lo que confirma que los niños están más interesados en lo que sucede en la pantalla y por consiguiente, aprenden con mayor facilidad los contenidos que difunde este medio de comunicación.

En este sentido, es importante considerar que los niños se involucran fácilmente con lo que sucede en los programas de televisión, porque el contenido está centrado en la imagen y generalmente se utiliza el género narrativo, es decir, se hacen narraciones o relatos con imágenes, que permiten que el niño se involucre emocionalmente con los personajes y las historias que se «están contando».

A diferencia de los contenidos escolares, en los que los pequeños no se interesan espontáneamente y por «obligación», lo que les produce pocas satisfacciones emocionales y les hace sentir menos involucrados con lo que les están enseñando.

### CONDUCTAS DE PERSONAJES DE TV 84% CONDUCTAS DE PERSONAJES DE LA HISTORIA 47%



Además, los contenidos de la televisión son más sencillos y con una historia en la cual cambian los personajes, pero la trama siempre es la misma, los pequeños no necesitan analizar ni cuestionar lo que ven, pues ante el conflicto, solo tienen que esperar a que la historia del programa llegue a su desenlace, en el cual, los buenos siempre triunfan aún a costa de matar a los malos.

Al aprendizaje de la Historia, por el contrario, requiere conocer y analizar el período histórico, el contexto en el que ocurrieron los hechos y las fuerzas políticas que determinaron que cierta conducta fuera importante, para poder realmente comprenderla y así recordarla.

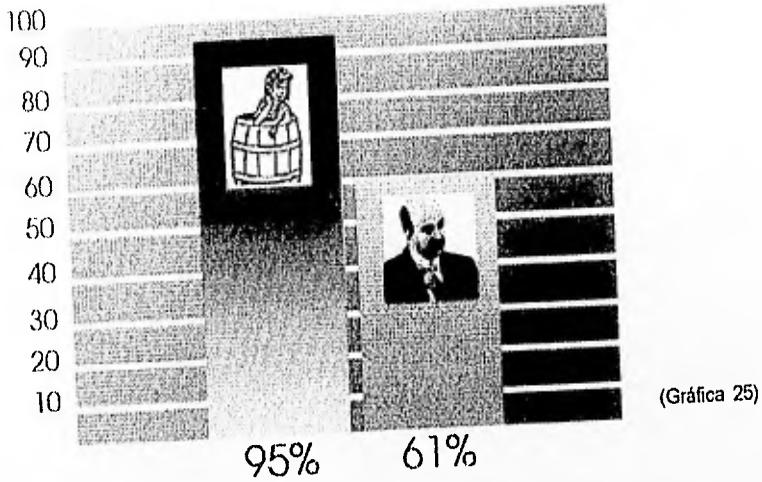
Sin embargo, la educación en muchas ocasiones se percibe como la acumulación de datos, cifras, hechos y conocimientos, sin que se estimule mayormente el análisis, la reflexión y la conciencia crítica. Los alumnos generalmente aprenden a responder de memoria las preguntas que les formula el maestro y esto hace difícil analizar y asociar un hecho con otro, como requeriría un verdadero aprendizaje de la historia nacional.

Es altamente probable que los niños estén aprendiendo la historia de su país como una secuencia de hechos inconexos, como una serie de datos que tienen que memorizar y repetir, sin que para ellos tengan ningún significado afectivo; lo que les produce poca motivación, tedio, aburrimiento y fácil olvido, esto produce que el aprendizaje no sea verdaderamente significativo, sino una memorización a corto plazo para pasar los exámenes, pero que en poco tiempo pasará el olvido y por lo tanto a la no comprensión del hecho histórico y a la pérdida de la identidad nacional.

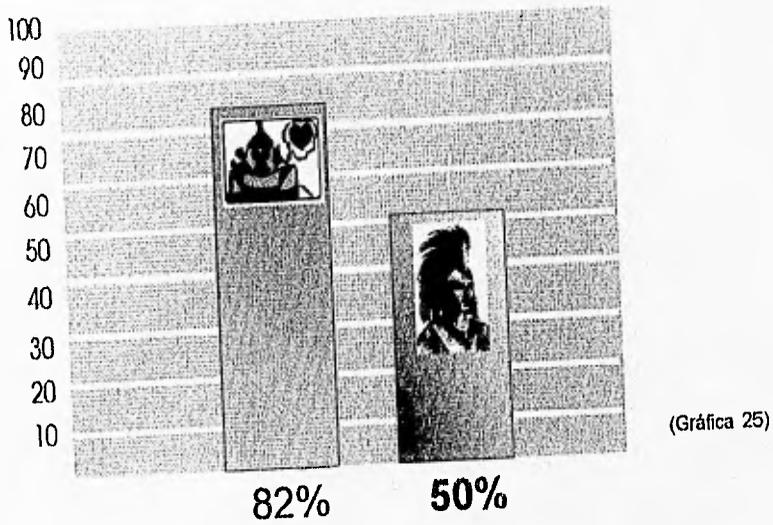
Para que se de el proceso de decodificación, también se debe tomar en cuenta la diferencia existente entre el método didáctico usado por el profesor en el aula, para facilitar el conocimiento de las conductas nacionales, en contraposición con la estructura de la retórica audiovisual cinética que funciona como un eficiente potencializador para la memorización de las conductas de los personajes de la televisión. El espacio televisivo, de acuerdo a Aranguren, se apoya en el teatral y en el fotográfico, y por consiguiente no se necesita un mayor esfuerzo por parte del niño para comprender lo que se está diciendo. Mientras que el espacio escolar requiere de una gran habilidad del maestro para poder estimular la imaginación de los alumnos sólo con los ojos de la imaginación, a situaciones y contextos del pasado que no conocen (16)

Todos estos factores seguramente propician que los niños tengan mayor conocimiento de las conductas típicas de los personajes de televisión, que de los principales hechos y conductas de los héroes nacionales, como se observa en las siguientes gráficas comparativas:

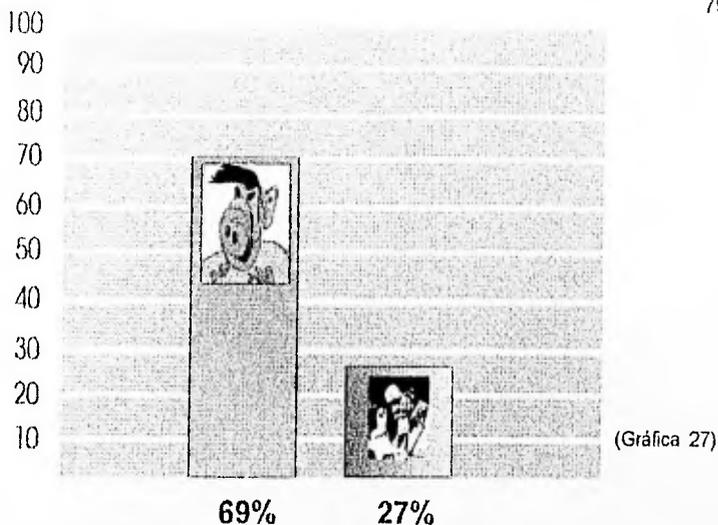
(16) ARANGUREN José Luis "El espacio televisivo y el espacio pedagógico" en La Ventana electrónica, TV y Comunicación, p 180



El 95% de los niños sabía que "el Chavo" se mete a su barril cuando esta triste y solo el 61% que el entonces presidente Salinas firmó el PECE.



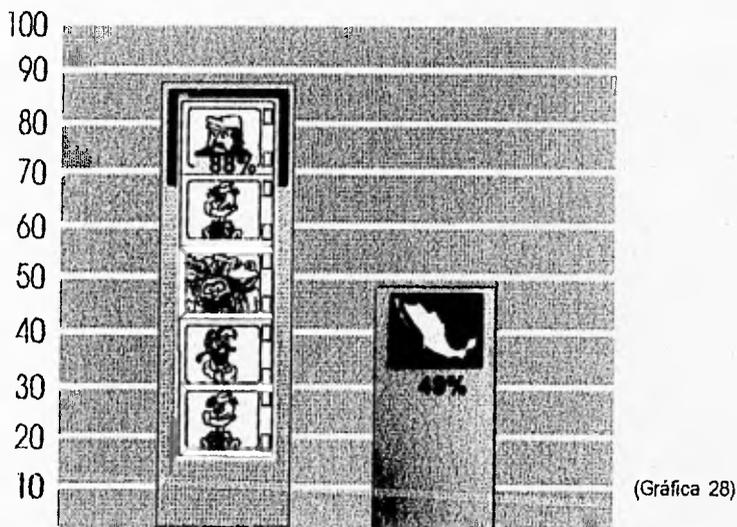
El 82% de la muestra identificó que el Hombre de Hojalata fue al Reino de Oz buscando un corazón y solo el 50% que Cuauhtemoc fue el último emperador azteca.



El 65% de los niños indicó que Alf viene de Melmac y ni siquiera la tercera parte 27%, que V. Carranza firmó la Constitución que nos rige.

#### **UBICACIÓN DE LOS PERSONAJES Y GEOGRAFÍA**

Los resultados de la investigación indican que los niños tienen mayor conocimiento de los personajes que aparecen en cada programa (88%), que de geografía nacional (49%), ya que acertaron en un 39% más las preguntas relacionadas con la televisión



**ESTA TESIS NO DEBE  
SAIR DE LA BIBLIOTECA**

En cuanto a la "ubicación de los personajes en los programas": el 96% de los pequeños sabe que René es un personaje de los Muppets; el 95% que Botija aparece en Chespirito; el 90% que Mac Cuac sale en las Patoaventuras; el 87% que Brutus es un personaje del programa Popeye, y el 69% que Porky aparece en las caricaturas de Bugs Bunny. (v: 61 a 65)

Como era de suponerse, existe una relación directa entre la frecuencia con la que aparece el personaje en el programa y el reconocimiento de los niños. Así, René, Botija y Mac Cuac que salen en prácticamente todos los programas de la serie alcanzaron un mayor porcentaje, que Bluto y Porky que aparecen ocasionalmente.

Además, se observa que los dos personajes que obtuvieron el menor puntaje de identificación: Bluto y Porky, salen en programas que llevan el nombre del personaje principal (Popeye y Bugs Bunny, respectivamente). Por lo que se puede deducir que si el programa tiene el nombre de un personaje, la atención de los pequeños se centra precisamente en ese personaje y los demás se recuerdan menos.

Aunque, quizá la variable que tenga mayor incidencia en cuanto al nivel de recordación de los niños es la preferencia por el programa. De hecho, Chespirito, Los Muppets y Las Patoaventuras alcanzan un mayor puntaje de rating que Popeye y Bugs Bunny.

Los aciertos en Geografía, en cambio, tuvieron un puntaje notoriamente más bajo: el 73% de los entrevistados indicó que el río que sirve de frontera entre México y Estados Unidos es el Río Bravo; el 55% que la capital de Quintana Roo es Chetumal; el 55% que el Golfo de México baña las costas de Tamaulipas; el 36% que Chilpancingo es la capital de Guerrero y solo el 29% que la cadena montañosa que atraviesa el estado de Sinaloa es la Sierra Madre Occidental. (v: 69 a 73)

Estos resultados indican que los conocimientos de los niños, en este caso de geografía, dependen en gran medida del significado o trascendencia que tengan en relación con su contexto inmediato, siendo este el que permite que se vinculen con la realidad social.

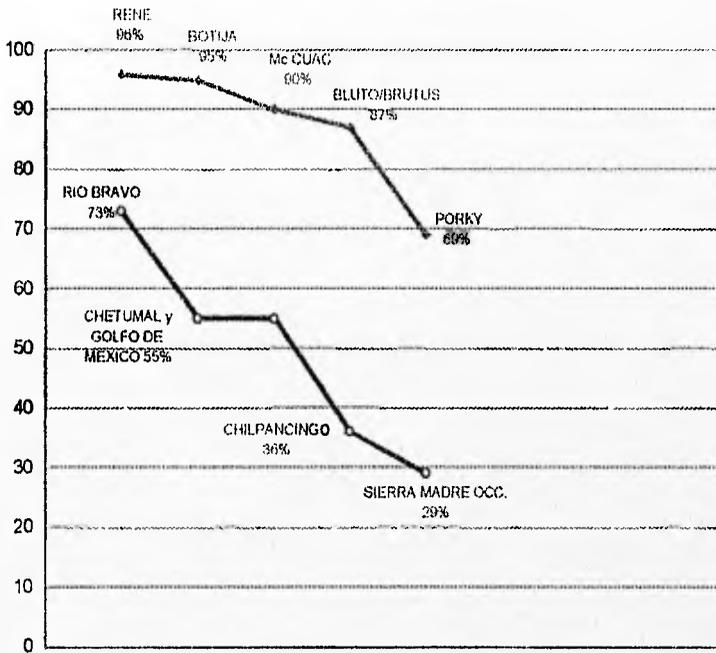
Así, la pregunta que alcanzó el mayor puntaje de aciertos dentro del rubro, fue la relativa al Río Bravo que posiblemente tiene un mayor significado para los pequeños, por la importancia de ser precisamente la frontera con Estados Unidos y por consiguiente la principal vía de acceso a la primera potencia mundial, mencionada con gran frecuencia en noticiero, películas y situaciones de la realidad en donde se sabe que se va a trabajar para ganar en dólares.

Las demás preguntas obtuvieron puntajes notoriamente más bajos. En el caso de las capitales, es posible que para los niños no tenga mayor importancia el reconocer los centros políticos de otros estados. Además, el que precisamente en esos estados existan centros turísticos tan populares, como Cancún y Acapulco, posiblemente los confundió en el momento de dar su respuesta.

En cuanto a las preguntas relativas al Golfo de México y a la Sierra Madre Occidental, es probable que esta información tenga poca importancia para los niños, porque no se refiere específicamente a algo que les sea cercano. Además, la forma de plantear la pregunta quizá dificultó más la respuesta; ya que se requería ubicar por separado los dos aspectos contenidos en la pregunta y después integrar ambas localizaciones geográficas para dar la respuesta.

Todos estos factores seguramente propician que los niños tengan un mayor conocimiento de los personajes que salen en cada programa, que de geografía nacional.

### UBICACIÓN DE LOS PERSONAJES 88% VS. GEOGRAFÍA 49%



(Gráfica 29)

Esta gráfica también nos indica que los porcentajes de acierto a las preguntas sobre realidad nacional comienzan en donde terminan los de la realidad de la televisión. Es decir, la pregunta con mayor número de aciertos a la realidad nacional (73%) tiene un puntaje similar a la menor aciertos de la realidad de la televisión (69%).

La gran diferencia en el conocimiento de ambas materias, quizá se deba a que el aprendizaje de Geografía es más complejo, porque requiere, no sólo razonar sobre la parte y el todo, sino también realizar una ubicación espacial, que en ocasiones es difícil para el pequeño, porque se lleva a cabo sobre modelos de una realidad distante, representaciones a muy pequeña escala, que resumen extensiones fuera del alcance del ojo humano.

En la enseñanza de la geografía, el niño para comprender lo que le enseña el maestro, necesita transformar los conceptos de la materia y realizar un esfuerzo para transportarse con la imaginación a diferentes lugares y espacios geográficos, un proceso de abstracción mucho más complejo.

Además, los niños aprenden esta materia de manera memorística, con las pocas imágenes de los libros y las descripciones del maestro, pero sin considerar el contexto social, político y económico con el que se relaciona y al no encontrarles mayor significado en su vida cotidiana, los olvidan con suma facilidad.

La ubicación de los personajes en los programas, por su parte, aunque también implica razonar sobre la parte y el todo, es un proceso más simple y cotidiano ya que la televisión difunde imágenes concretas de los personajes y el pequeño no las tiene que transformar, tan sólo ubicar en el programa en el que se están difundiendo. En este sentido Marie Winn señala que: "La televisión emana imágenes que no requieren transformaciones complejas, son fuertes, más fuertes que las que se conjuran mentalmente al leer". (17)

Pero, también es importante considerar que en el caso de la realidad de la televisión se trataba de ubicar personajes, lo que resulta más fácil y atractivo para los pequeños, ya que, como se explicó anteriormente, el niño identifica y reconoce a sus semejantes más que cualquier otra situación.

Ahora, el que se obtuvieron puntajes tan altos en esta categoría, indica que los niños están involucrados con lo que sucede en la pantalla. Por que de otra manera, no podrían reconocer tan claramente los personajes que aparecen en cada serie de televisión

En este sentido, Waters considera que el niño pasa horas frente al aparato, porque la televisión le crea la ilusión de haber ido a algún lugar y haber visto y hecho algo, cuando en realidad ha estado cómodamente sentado en casa (18)

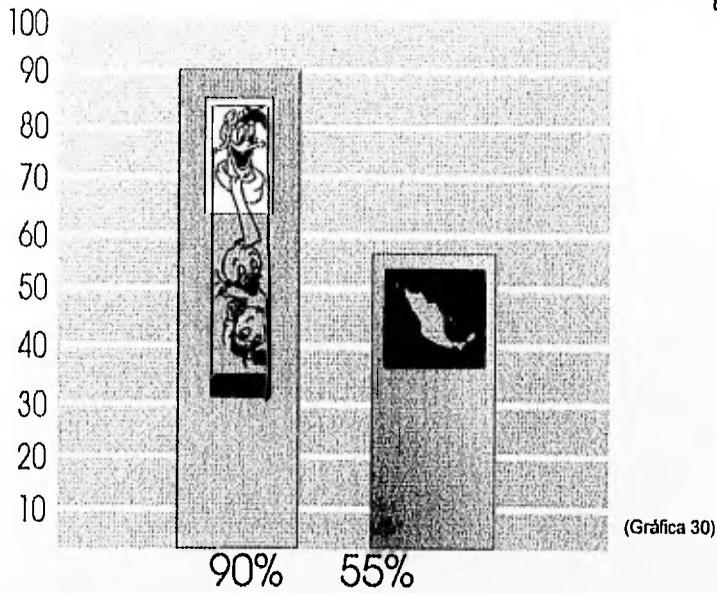
Además, es posible que los niños sientan la necesidad de saber de personajes y programas, para sentir que forman parte de su grupo en donde todos comentan lo que sucede en la pantalla.

La televisión en muchos casos es un agente socializante para el pequeño, pues le permite sentirse participante activo de los juegos y experiencias de otros niños a quienes percibe como semejantes a él mismo. Así, el niño desea conocer y dominar los contenidos televisivos, para compartir sus impresiones con sus compañeros y sentirse ligado afectivamente a ellos.

Todos estos factores posiblemente explican la gran diferencia que existe entre el reconocimiento de los personajes que aparecen en cada programa y la geografía nacional:

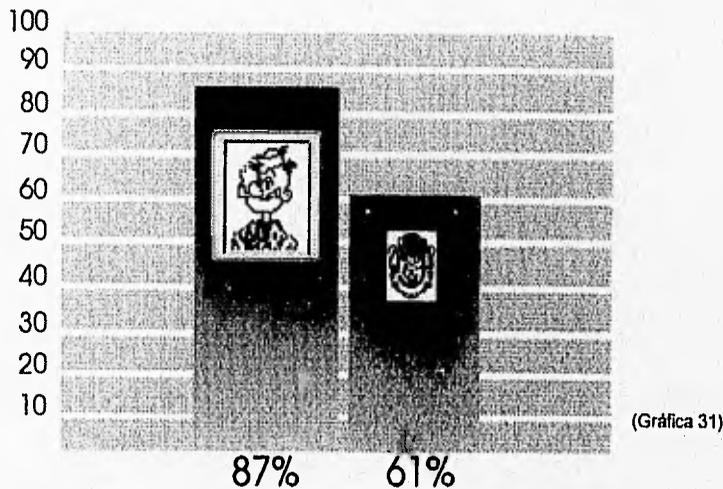
(17) WINN, Op. Cit., p. 81.

(18) WATERS, Op. Cit. p.p. 63-70



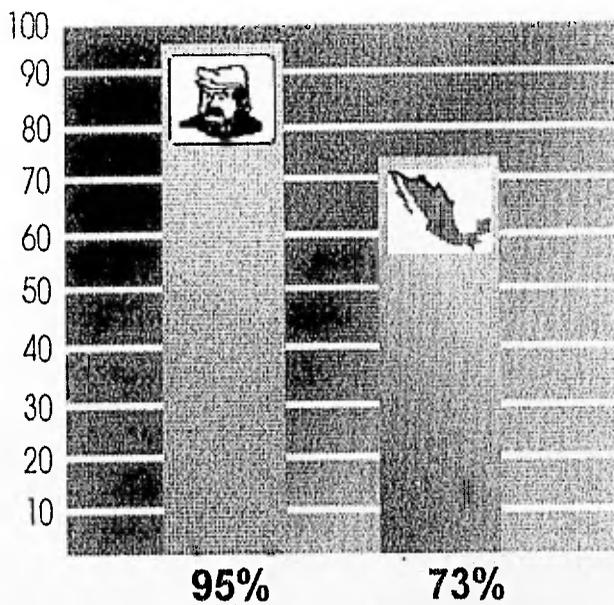
(Gráfica 30)

El 90% de la muestra identificó a Mac Cuac como un personaje de las Patoaventuras y solo el 55% que el Golfo de México baña las costas de Tamaulipas.



(Gráfica 31)

Mientras que el 87% señaló que Bluto es un personaje de la serie de Popeye solamente el 36% identificó a Chilpancingo como la capital del Edo. de Guerrero,



**Casi todos los niños, 95%, identificaron que Botija es un personaje del programa de Chespirito y solo el 73% identificó que el Rio Bravo esta en la frontera norte de nuestro país**

**CONOCIMIENTOS DE LA TELEVISIÓN  
VS  
CONOCIMIENTOS DE LA ESCUELA**

### DIFERENCIAS EN EL CONOCIMIENTO POR SEXO

En lo relativo a los conocimientos sobre la televisión, se encontró una pequeña diferencia pues las niñas identificaron en un 1.00% mejor los aspectos relacionados con la socialización: frases (M 85.0% - H 83.1%), conductas (M 84.4% - H 83.4%) y personajes (M 90.2% - H 89.1%), mientras que, los varones superaron a las niñas en 3.02% en las preguntas que se relacionan con la función simbólica como la ubicación de los personajes dentro de los programas (M 86.3 % - H 89.1%) e identificación de logotipos (M 83.0% - H 86.3%). En cuanto a los conocimientos escolares, los niños superaron en 1.9% a las niñas en todas las categorías (61.37% VS. 59.47%), (19) (20)

#### COMPARACIÓN DE LOS ACIERTOS POR SEXO. FRECUENCIAS, PORCENTAJES, VALOR DE $\chi^2$ Y PROBABILIDAD.

MUJERES N= 3672 HOMBRES N= 3556.

CATEGORÍA	MUJERES		HOMBRES		$\chi^2$	O
	F	%	F	%		
Frases de TV	17450	95.00	16553	83.1	61.34	<.001
Personajes de TV	33134	90.2	31913	89.1	4.80	>.01
Ubicación de personajes TV	15851	86.30	15839	86.30	63.17	<.001
Símbolos de TV	15247	83.00	15351	86.3	75.45	<.001
Conductas de TV	15503	84.4	1428	83.4	7.25	>.01
Personajes Nac.	26722	72.8	26604	74.8	38.92	<.001
Horarios de TV	13579	74.00	13113	73.8	.18	>.05
Frases Nac.	11136	60.70	11009	61.9	6.06	>.01
Símbolos Nac.	10723	58.4	10801	60.7	20.58	<.001
Fechas Nac.	10636	57.9	10153	57.1	2.50	>.05
Geografía	8850	48.2	9026	50.8	23.69	<.001
Conductas Nac.	8367	45.6	8792	49.4	53.03	<.001

(19) Las diferencias en el conocimiento de la Realidad de la Televisión fueron estadísticamente significativas en todos los casos, excepto en hombres de los programas

(20) Las diferencias fueron estadísticamente significativas en todos los casos, excepto fechas nacionales

Esta situación lleva a reflexionar sobre la educación que se le da a las niñas y a los niños. Diversos teóricos han coincidido en que el grado de estimulación recibido en la escuela, el núcleo familiar y otros medios, afecta la tasa de desarrollo de los niños.

La diferencias cognitivas entre ambos sexos posiblemente se deben a que las mujeres son estimuladas en aspectos relacionados con el comportamiento social.

Tradicionalmente, se considera que la mujer debe responsabilizarse de las tareas del hogar y de la atención a los hijos, de ahí, posiblemente, que en su educación se enfatice en todos los aspectos relacionados con la socialización, no sólo con el trato y los consejos de los padres, sino también con los estereotipos femeninos que presentan los medios de comunicación y con juguetes como muñecas, juegos de té, cocinitas... que la van preparando para el papel que se espera desempeñe cuando sea mayor.

A los hombres, en cambio, probablemente se les insiste más en que desarrollen sus habilidades intelectuales y en que cumplan con los requerimientos escolares, ya que se espera que tengan la preparación necesaria para desenvolverse en sociedad y ser económicamente autosuficientes.

### DIFERENCIAS EN EL CONOCIMIENTO POR GRADO ESCOLAR.

Los niños de sexto, como era de suponerse, supieron más que los de quinto, tanto de los contenidos escolares (63.18% VS 57.52%), como de los de la Televisión (86.45% VS 85.76%) (21)

FRECUENCIA, PORCENTAJES, VALOR DE  $\chi^2$  Y PROBABILIDAD  
QUINTO AÑO N= 3497, SEXTO AÑO N= 3718

CATEGORÍA	QUINTO AÑO		SEXTO AÑO			
	F	%	F	%	$\chi^2$	O
Frases de TV	16415	93.90	17534	94.30	3.10	>.05*
Personajes de TV	31459	90.00	33467	90.00	0.04	>.05*
Ubicación de Personajes TV	15249	87.20	15887	88.10	6.56	<.025
Símbolos de la TV	14585	83.40	15950	85.80	39.38	<.001
Conductas de TV	14552	83.20	15723	84.80	12.19	<.001
Personajes Nac.	24622	70.40	28633	77.00	406.37	<.001
Horarios de TV	12702	72.60	13931	74.90	127.11	<.001
Frases Nac.	10345	59.20	11775	63.3	66.21	<.001
Símbolos Nac.	9901	56.60	11597	62.40	123.99	<.001
Fechas Nac.	9534	54.50	11220	60.40	127.11	<.001
Geografía	8238	47.10	9613	51.70	76.11	<.001
Conductas Nac.	7756	44.40	9378	50.40	133.88	<.001

*\*(21) Las diferencias fueron estadísticamente significativas en todos los casos, excepto en frases y personajes de televisión*

Estos resultados reflejan el grado de desarrollo intelectual y de conocimientos que adquieren los niños en tan solo un año. Ya que, aún en lo que se refiere a la televisión, los niños de sexto (12 años aproximadamente) superaron a los de quinto (11 años promedio).

Al respecto, Piaget plantea que el niño posee la capacidad de desarrollarse continuamente, tanto en aspectos físicos como en el área del pensamiento. El progreso intelectual empieza desde que el recién nacido hace conscientes las sensaciones inmediatas que le proporcionan sus sentidos y continua de manera activa en todas las etapas de su crecimiento. (22).

*(22)PIAGET, Jean. Seis estudios de psicología.*

### DIFERENCIAS EN EL CONOCIMIENTO POR TIPO DE ESCUELA.

Los niños de escuelas particulares superaron en conocimientos a los de escuelas oficiales, tanto en lo que se refiere a conocimientos escolares en 4.20% como de la televisión 3.10%. (23)

#### FRECUENCIAS, PORCENTAJES, VALOR DE $\chi^2$ Y PROBABILIDAD ESCUELA OFICIAL N= 3681, ESCUELA PRIVADA N= 3553

Categoría	Oficial		Privada		X <sup>2</sup>	0
	F	%	F	%		
Frases de TV	17240	83.7	16788	94.5	11.15	<.001
Personajes de TV	32540	88.4	32551	91.6	207.26	<.001
Ubicación del personaje TV	15823	86.0	15887	89.4	99.93	<.001
Símbolos de la TV	15014	81.6	15603	87.8	272.01	<.001
Conductas de TV	15119	82.1	15231	85.7	86.25	<.001
Horarios de TV	13486	73.3	13220	74.4	6.09	>. 01
Personajes Nac.	26682	72.5	26684	75.1	63.96	<.001
Frases Nacionales	10797	58.7	11362	64.0	106.71	<.001
Símbolos Nac.	10258	55.7	11281	63.5	226.30	<.001
Fechas Nacionales	10187	55.3	10618	59.8	72.23	<.001
Geografía	8538	46.4	9349	52.6	140.60	<.001
Conductas Nacionales	8705	47.3	8472	47.7	0.53	>. 05*

*\*(23) Las diferencias fueron estadísticamente significativas en todos los casos, excepto en conductas de la Realidad Educativa.*

En este punto es de considerar que entre los factores que influyen en el desarrollo general del niño y que determinan las diferencias individuales, se encuentra el ambiente social y cultural en el que se desenvuelven.

Los resultados obtenidos en esta investigación, hacen suponer que las escuelas particulares cuentan con determinadas condiciones (grupos más pequeños, maestros especializados, materiales didácticos..) que permiten mayor estimulación del aprendizaje.

En la mayoría de los grupos de escuelas oficiales, el número de alumnos es muy grande, como consecuencia, la enseñanza adquiere un efecto de anonimato, pues es difícil que exista una relación personalizada del niño con su maestro. Además, en muchos casos, en grupos saturados el profesor necesita recurrir a una disciplina estricta para tener control sobre los alumnos, y esta situación se refleja en el aprendizaje.

Sin embargo, la escuela, los maestros y los programas de estudio no son los únicos responsables del bajo rendimiento escolar, el ámbito familiar tiene vital importancia en el desarrollo del niño: la alimentación; las condiciones del hogar (lugares bien ventilados y con ambiente de silencio para realizar las tareas) y la debida atención por parte de los padres, seguramente propician que el niño tenga un mejor desempeño escolar.

#### DIFERENCIAS EN LOS CONOCIMIENTOS ESCOLARES Y DE LA TELEVISIÓN, POR FRECUENCIA DE EXPOSICIÓN A ESTE MEDIO.

El 37% de los niños, entrevistados, indicó que el día anterior pasó menos de dos horas frente al televisor, por lo que se consideró que sus exposición fue baja. El 34% señaló que vio de dos a tres horas la televisión, lo que se tomó como una exposición media. Y el 29% restante, que destinó más de tres horas a este medio de comunicación, por lo que se les clasificó dentro de una exposición alta (24).

Al agrupar los resultados específicos a esta pregunta, se obtuvo que los niños ven un promedio de dos horas y media diarias la televisión.

Esta frecuencia de exposición es un poco más baja que la que obtuvieron algunas investigaciones realizadas en Estados Unidos, como la de Nielsen que señala que los niños "ven un promedio de 23.5 horas semanales" (25) y la de Mousseau que concluye que "la mayoría ve un mínimo de dos horas diarias" (26).

No obstante, dos horas y media diarias frente al televisor sigue siendo un promedio alto. En este sentido, Marie Winn explica que desde los primeros años de vida los padres fomentan el hábito de ver televisión; porque mantiene ocupados a los pequeños y evita que los padres, cansados después del trabajo, tenga que ver con los gritos y peleas que acompañan muchas de las conductas infantiles (27).

Pero, ¿hasta dónde influye la frecuencia de exposición a la televisión en el conocimiento de los niños?

(24) Se les preguntó el horario en el que estuvieron frente al televisor, así como los programas que vieron. Y se cotizaron ambas respuestas para obtener un dato más exacto.

(25) NIELSEN, citado en WATERS Op. Cit. p.p. 83f-70

(26) MOUSSEAU, Op. Cit. p. 206

(27) WINN, Op., Cit. p. 202

## COMPARACIÓN DE ACIERTOS POR EXPOSICIÓN A LA TV

ALTA = 2,084

MEDIA = 2.398

BAJA = 2,652

CATEGORÍA	ALTA		MEDIA		BAJA		X <sub>2</sub>
	F	%	F	%	F	%	
Frases TV	9981	95.78	11324	94.44	12265	92.50	120.7
Personajes de TV	19043	91.37	21660	90.32	23534	88.74	96.13
Ubicación de personajes TV	9315	89.39	10523	87.76	11446	86.32	52.28
Símbolos de TV	8857	85.00	10210	85.15	11132	83.95	8.73
Conductas TV	6975	86.13	10090	84.15	10875	82.01	75.11
Horarios TV	7916	75.96	8956	74.69	9502	71.66	62.42
Personajes Nac.	15273	73.28	17632	74.36	19582	73.84	8.66
Frases Nac.	6288	60.34	7366	61.43	8231	82.07	7.18
Fechas Nac.	5841	56.05	6996	58.34	7685	57.96	13.41
Símbolo Nac.	6119	58.72	7208	60.11	7934	59.83	4.88
Geografía	5055	48.51	8027	50.26	8599	49.77	7.12
Conductas Nac.	4906	47.08	5791	48.29	6279	47.35	3.81

Como era de suponerse, los niños que pasan más tiempo frente al televisor tienen mayores conocimientos de la Televisión. Así, los que tuvieron una alta exposición alcanzaron un mayor puntaje (87.86%), que los que tuvieron una exposición media (86.69%) y una exposición baja (84.85%).

Esta circunstancia se observó en todas las categorías que conforman la realidad televisiva. Y en todos los casos se registraron diferencias estadísticamente significativas.

Pero, ¿qué sucede con los conocimientos de la realidad escolar?

Los resultados de la investigación indican que los niños que presentan una alta exposición a la televisión, tienen menos conocimientos (59.61%), que los que tienen una exposición media o baja (60.99% promedio). Sin embargo, no se registraron diferencias entre los que tienen una exposición media y una exposición baja, en donde incluso los primeros superaron a los segundos en casi todas las categorías (61.03% y 60.67%).

Ahora, en todos los casos, excepto en conductas y símbolos nacionales, se registraron diferencias estadísticamente significativas.

Lo cual de algún modo indica que el ver excesivamente la televisión (más de tres horas diarias, según la investigación), incide en forma negativa en el aprendizaje escolar.

Lo que resulta lógico si se considera que estos niños seguramente intentan hacer su tarea, al mismo tiempo que ven alguno de sus programas favoritos.

Sin embargo, para algunos autores el destinar tantas horas a este medio de comunicación tiene repercusiones más serias.

Para Susan Freinber, "gracias a la televisión, la capacidad de los estudiantes para poder concentrarse se ha reducido a períodos de 8 a 12 minutos" (28)

Asimismo, indica la autora, la televisión enseña que todos los problemas pueden ser resueltos en 30 ó 60 minutos y, por tanto, los alumnos tienen poca tolerancia a la frustración y a la paciencia asociada con el aprendizaje escolar (29). Esto resulta sumamente peligroso al no tener los niños una idea clara del tiempo y el esfuerzo reales que se requieren para lograr las metas de la vida.

(28) FREINBERG "El salón de clases ya no es tiempo triple A, en *The Educational Digest*, diciembre 1977, p.p. 78 y 79.

(29) *Ibid.*

### DIFERENCIAS EN EL CONOCIMIENTO POR EDO. DE LA REPÚBLICA.

Los conocimientos sobre la Televisión, en los diferentes estados, oscilaron de 83% a 90%. La diferencia fue estadísticamente significativa en todas las categorías. El estado que alcanzó el mayor puntaje sólo superó en 7% al que obtuvo el menor porcentaje.

De ahí se deduce que la televisión, en cierto modo, ha logrado homogeneizar los conocimientos -e indirectamente los intereses y quizá las actitudes- de los niños mexicanos. Ya que, a pesar de las grandes diferencias socioculturales que existen entre las distintas regiones del país, los conocimientos televisivos, entre un niño que vive en el norte, en el sur, en el oriente o en el occidente, varían muy poco.

#### DIFERENCIAS POR ESTADO.

ESTADO	REALIDAD DE LA TV %	REALIDAD NACIONAL %	DIFERENCIA
EDO. MEX. (N=612)	85.88	64.59	21.29
OAX. (N=626)	85.87	64.23	21.64
AGS. (N=623)	83.85	61.45	22.40
B. C. N. (N=624)	84.73	61.12	23.61
VER. (n=625)	84.00	60.30	23.70
MICH. (N=618)	86.29	61.46	24.83
JAL. (N=625)	88.09	62.32	28.77
D.F. (N=1003)	89.58	60.46	29.12
GTO. (N=628)	83.03	52.88	30.15
YUC. (N=626)	85.11	54.76	30.35
N.L. (N=624)	86.00	49.78	36.22
GLOBAL (N=7,234)	86.29	80.66	25.63

Ahora, las localidades que obtuvieron mayores puntajes en lo que a Realidad de Televisión se refiere, fueron: el Distrito Federal (90%) y Jalisco (88%). Lo cual resulta lógico, si se considera que la encuesta se aplicó en ciudades y que en estas ciudades, por ser tan grandes, es más difícil que los niños jueguen en los parques o en las calles; lo que probablemente los lleva a estar más tiempo frente al televisor.

Para Schneider, ver televisión se convierte en una de las actividades favoritas del niño, porque es más accesible que otro tipo de entretenimientos, como los parques de diversiones o el cine. (30) Y se puede agregar, que dado el índice tan alto de violencia en las calles, los pequeños sienten mayor seguridad dentro de su casa viendo el televisor, aunque este le muestra constantemente toda clase de escenas violentas, que le fomentan sus miedos o le demuestran como llevar a cabo toda clase de delitos

En segundo lugar, con 86% de aciertos, estuvieron: Michoacán, Nuevo León, Estado de México y Oaxaca. Posteriormente, con 85%, Yucatán y Baja California Norte. Finalmente, Veracruz (84%), Aguascalientes (84%) y Guanajuato (83%), en donde, posiblemente, los pequeños tienen otras alternativas de diversión.

No obstante, en todos los estados el conocimiento televisivo de los niños alcanzó puntajes muy altos. Lo cual indica que los pequeños están muy involucrados con lo que sucede en la pantalla.

En este sentido, algunos autores opinan que ver televisión es una adicción. "En forma no muy diferente de las drogas o el alcohol, la experiencia de la televisión le permite al participante borrar el mundo real y penetrar en un estado mental pasivo y agradable" (31)

Además, es importante considerar que la televisión permite que el niño se sienta ligado efectivamente a sus compañeros, ya que le permite compartir juegos, pláticas y experiencias con ellos, habría que plantear una nueva investigación a partir del fenómeno de los Power Rangers.

Pero, ¿que sucede con los conocimientos escolares?. Los puntajes de acierto fueron considerablemente más bajos, oscilaron de 50% a 65%. Asimismo, se registró una mayor diferencia (15%) entre los estados que obtuvieron el porcentaje más alto y más bajo, que también fue estadísticamente significativa en todas las categorías.

De aquí se deduce que la televisión ha logrado homogeneizar más los conocimientos de la población infantil que la escuela, a pesar de que la enseñanza primaria se apoya en los libros de texto y en programas uniformes para toda la república.

Los estados en los que se registró un mayor puntaje de conocimientos fueron: Estado de México (65%), Oaxaca (64%) y Jalisco (62%). En segundo término, con 61%, estuvieron Michoacán, Aguascalientes y Baja California Norte. Posteriormente, con 60% el Distrito Federal y Veracruz. Finalmente, Yucatán (55%), Guanajuato (53%) y Nuevo León (50%)

Aunque sólo son tres estados los que, utilizando un término escolar, "reprobaron"; los demás apenas obtuvieron una calificación de "suficiente" (61% global).

(30) SCHNEIDER, *Children's Television*, p. 72  
 (31) WANN, *Op. Cit.*, p.p. 43 y 44

El conocimiento sobre televisión es considerablemente superior el conocimiento sobre la historia y la política de México. En todas las categorías y en todos los estados, los niños tuvieron un mayor número de aciertos en las preguntas sobre la televisión que en sus correspondientes sobre la escuela. La única excepción se dio en Aguascalientes, en donde los horarios de televisión obtuvieron 56.05% y las fechas nacionales 59.52%.

En este sentido, se puede afirmar, de forma contundente, que la televisión se ha convertido en uno de los principales agentes de la educación informal y sistemática.

Ahora, no sólo influye en la percepción infantil, también en su desarrollo, dado que reduce el tiempo que el niño debería destinar a actividades como leer, conversar e incluso jugar y los niños "aprendan más manipulando, tocando y haciendo que cuando simplemente ve algo con actitud pasiva" (32)

Además, como se concluyó en el capítulo anterior, los niños que pasan más de tres horas frente al televisor tienen más dificultades en el aprendizaje escolar.

Independientemente de estos factores, el ver excesivamente televisión, aunque puede ayudar al niño e integrarse con sus compañeros, también puede distanciarlo de la familia y de sus amiguitos del barrio. Para algunos autores: "la televisión sumerge al niño en un mundo en el que está solo. La madre o el padre no están a su lado para guiarlo y ayudarlo a dominar los aspectos inquietantes" (33). De ahí que sea conveniente que los padres participen con sus hijos cuando ven la televisión.

(32) *Ibid.*, p. 23

(33) MOUSSEAU, *Op. Cit.* p. 208.

**INTERPRETACION**

## INTERPRETACIÓN

La importancia de la televisión reside, en gran medida, en que se relaciona directamente con las "imágenes de realidad" que tienen los niños.

En este sentido, Marie Winn explica que para ellos ver televisión es una experiencia primaria, es decir, no disponen de muchas experiencias reales y personajes con las cuales contrastar lo que se les propone desde la pantalla (34)

El medio electrónico, entonces, les ofrece imágenes de situaciones que ellos no han vivido. Y muchas veces esas imágenes se convierten en su propia experiencia o vivencia de la realidad.

Esta situación tiene particular importancia cuando de personajes se trata. Ya que, como se analizó anteriormente, los seres humanos tienen un papel fundamental en la socialización infantil. Los pequeños, por lo general, aprenden las normas de la sociedad en la que viven y los patrones que se espera tengan cuando sean adultos, a través del comportamiento de las personas y no tanto de hechos o situaciones en las que no hay un protagonista.

Es tan fuerte el reconocimiento de los niños con algunos personajes, que para algunos autores: "La televisión ha afectado profundamente la forma como los miembros de la raza humana aprenden a ser humanos" (35)

De ahí que se haya considerado de gran interés definir los personajes la historia nacional, la política actual y la televisión que los niños espontáneamente recuerdan.

En este sentido se diseñó un cuestionario abierto, en el que se les pidió que mencionaran 10 personajes de la televisión, 10 personajes de la historia de México y 5 políticos que consideraran importantes (36)

Este cuestionario obligaba al recuerdo o reconstrucción total del personaje, a diferencia de la 1a. parte de esta investigación, en la cual sólo se les indicó que reconocieran la imagen del héroe o del personaje en cuestión. Y de ahí, que los resultados de esta otra fase de la investigación de algún modo representen "imágenes de la realidad" que existen en la mente infantil.

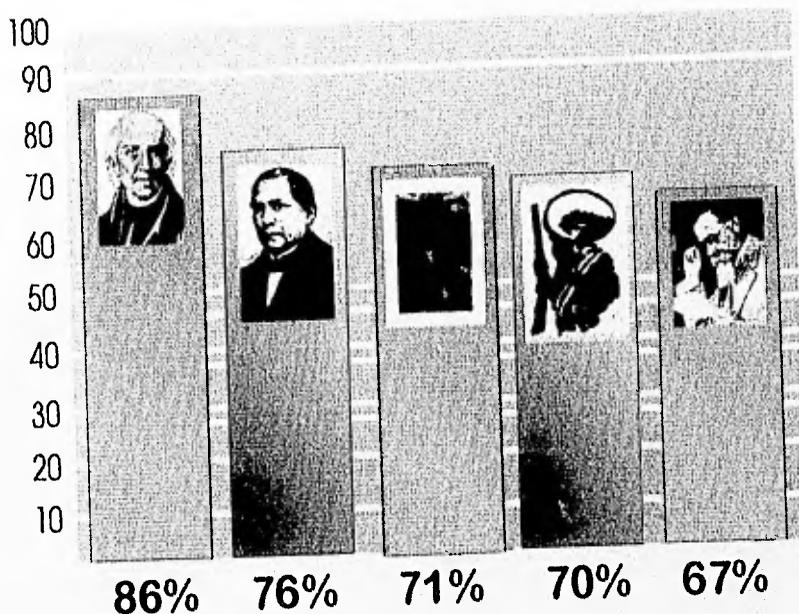
(34) WINN, Op. Cit., p. 26

(35) WATERS, Op. Cit., p. 63-7

(36) Esta fase de la investigación se aplicó a una muestra diferente (844 niños) de las mismas escuelas consideradas en la etapa anterior.

## PERSONAJES DE LA HISTORIA NACIONAL

Los héroes de la historia nacional que más recuerdan los niños son: Miguel Hidalgo, Benito Juárez, José Ma. Morelos, Emiliano Zapata y Venustiano Carranza. (v. 7)



En primera instancia, se observa que, excepto Juárez, todos estos personajes participaron en enfrentamientos armados. A diferencia del cuestionario anterior, en donde identificaron con mayor frecuencia a los personajes que no participaron en este tipo de movimientos.

Lo que lleva a suponer que los niños, aunque reconocen la imagen de uno y otro tipo de personajes, posiblemente asocian el concepto de héroe o de personajes histórico importante, con la participación en batallas o guerras, con la violencia y el acabar con los enemigos de la nación.

Ahora, en cuanto a los movimientos históricos en los que colaboraron, se observa que los niños mencionaron dos héroes de la Independencia, dos héroes de la revolución y uno de la Reforma.

Pero ¿qué es lo que conocen de estos personajes?. Los resultados del cuestionario anterior, indican lo siguiente:

### COMPARACION ENTRE LOS CUESTIONARIOS ABIERTO Y CERRADO

<i>PERSONAJES QUE ESPONTANEAMENTE RECUERDAN LOS NIÑOS (n= 844)</i>	<i>CONOCIMIENTOS DE LA ESCUELA Y DE LA TELEVISIÓN (n=7,234)</i>
HIDALGO (86%)	Identificación de la imagen (93%) La Independencia inició en 1810 (82%)
JUÁREZ (76%)	Identificación de la imagen (96%) "El respeto al derecho ajeno es la paz" (74%).
MORELOS (71%)	Identificación de la imagen (83%). La Independencia inició en 1810 (82%)
ZAPATA (70%)	Identificación de la imagen (61%) La revolución inició en 1910 (54%) "La tierra es de quien la trabaja" (41%).
CARRANZA (67%)	Firmó la Constitución (27%). En 1917 se firmó la Constitución (32%)

Estos resultados demuestran que el evento histórico que más conocen los niños es la Independencia. Además de que recordaron con muy alta frecuencia a Hidalgo y a Morelos, los conocimientos sobre estos personajes alcanzaron puntajes considerablemente más altos (86% promedio), que los de Benito Juárez de la Reforma (66% promedio) y que los de Zapata y Carranza de la Revolución (43% promedio).

Posiblemente, es el suceso histórico que más enfatizan los textos y programas escolares. Además, el 15 de septiembre es la fecha nacional por excelencia y la sociedad festeja este día de diversas maneras que van desde el tradicional "Grito" hasta el desfile y las banderas.

Asimismo, es importante considerar que la Independencia es el movimiento histórico más concreto: una guerra para liberar al país del dominio de los españoles, y por consiguiente es más fácil que los niños lo comprendan y lo puedan recordar. De acuerdo diferentes teóricos, la recuperación informativa se facilita si se pueden establecer asociaciones causa-efecto.

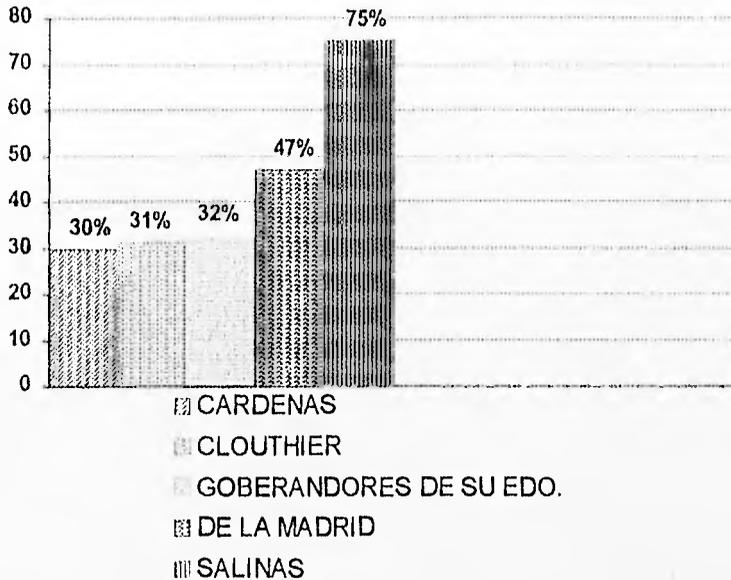
Sin embargo, estos resultados señalan la conveniencia de que se enfatizara también en otros sucesos históricos, como la Revolución, que es fundamental para comprender los ideales sociales y la estructura sociopolítica de nuestra nación actual.

Para lo cual el niño debe establecer una asociación entre lo que implica el movimiento revolucionario y las consecuencias que a largo plazo trae consigo, y así poder comprender la situación del entorno en el que se desarrolla.

Independientemente de estos elementos, la comparación de resultados entre los dos cuestionarios indica que los niños tienen una imagen muy vaga e imprecisa de algunos héroes nacionales, que los identifican y los pueden recordar, pero que no saben exactamente que fue lo que hicieron, ni comprenden con claridad por qué trascendieron en la historia nacional. Por lo que es poco probable que incidan en su percepción de la realidad social.

### PERSONAJES DE LA POLÍTICA ACTUAL

Los personajes de la política actual que más recuerdan los niños son: Carlos Salinas de Gortari, Miguel de la Madrid Hurtado, gobernadores de los estados, Manuel J. Clouthier y Cuauhtémoc Cárdenas. (v.8).



Estos resultados indican que, para el niño, el político más importante es el Presidente de la República. De hecho Salinas de Gortari obtuvo un puntaje considerablemente más alto que los demás (75%) y Miguel de la Madrid Hurtado, el anterior presidente, estuvo en segundo lugar (47%).

Pero, ¿hasta donde conocen los niños las funciones, los hechos o los eventos relacionados con el presidente?

Los resultados del cuestionario anterior indican que el 98% de los entrevistados identifica la imagen de Carlos Salinas de Gortari, pero sólo el 61% supo que él firmó el Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico, y apenas el 41% precisó que el Informe Presidencial es el 1 de noviembre (a pesar de que la encuesta se realizó a finales de noviembre, poco después de esta fecha).

De aquí se deduce que la imagen presidencial es muy fuerte, pero que carece de una estructura sólida en la mente infantil. Ya que son pocos los que realmente conocen los hechos relacionados con el presidente.

El segundo término, los niños mencionaron a los gobernadores, que de hecho representan una extensión del poder ejecutivo en sus estados. Y aunque en la fase anterior no se les preguntó nada al respecto, posiblemente tampoco conocen los sucesos relativos a estos personajes.

Posteriormente, los pequeños nombraron a los candidatos presidenciales de los partidos de oposición, concretamente a Manuel J. Clouthier y a Cuauhtémoc Cárdenas.

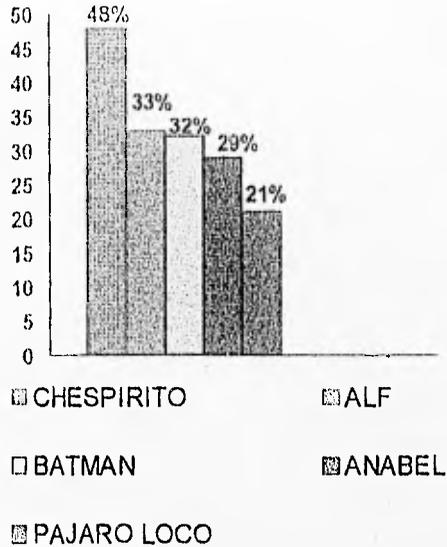
En el cuestionario sobre conocimientos, los niños no identificaron su imagen con tanta frecuencia como la de otros personajes (61% y 44%, respectivamente).

Sin embargo, es interesante que en esta fase los niños les dieran más importancia que a otros políticos, ya que -entre otros aspectos- esta situación refleja que los pequeños estuvieron conscientes del importante proceso electoral de 1988.

Proceso que, como todos sabemos, fue ampliamente difundido por los medios de comunicación, y de ahí posiblemente que los niños estuvieran involucrados en él como espectadores, aún cuando, quizá algunos de ellos no tengan una clara idea de lo que la contienda electoral entre partidos políticos implica.

## PERSONAJES DE LA TELEVISIÓN

Los personajes de televisión que más recuerdan los niños son: Chespirito, Alf, Batman, Anabel y el Pájaro Loco (37), (v.9).



**PERSONAJES QUE ESPONTANEAMENTE RECUERDAN LOS NIÑOS (N= 844)**

CHESPIRITO (48%)

ALF (33%)

BATMAN (32%)

ANABEL (29%)

PÁJARO LOCO (20%)

**CONOCIMIENTOS DE LA REALIDAD NACIONAL Y DE LA TV (N= 7,234).**

Identificación de la imagen (98%)  
 El Chavo se mete en su barril cuando está triste o enojado (95%).  
 El horario del programa (82%)

Identificación de la imagen (96%)  
 Viene de Melmac (69%)  
 Los días de difusión del programa (47%)  
 Los días de difusión del programa (47%)

Identificación de la imagen (99%)  
 Identificación de la batiseñal (98%)

El canal que transmite el programa (94%)

Identificación de la imagen (97%).

La comparación de ambos cuestionarios demuestra que los niños tienen una imagen más clara, durable y exacta de los personajes de televisión, que de los políticos y los héroes nacionales. Ya que, recordaron con bastante precisión los aspectos relacionados con ellos. De hecho siete de las diez preguntas que se tomaron en cuenta, alcanzaron puntajes superiores al 94%.

En este sentido, es importante reiterar que existe una relación muy estrecha entre el conocimiento o recuerdo de un personaje y la socialización de los niños. Ya que los pequeños, al observar ciertas actitudes y conductas que difunde la televisión, tienden a repetirlas en sus juegos, como parte de su aprendizaje social.

En este sentido, Marks Greenfield indica que "los niños consideran a los personajes televisivos que les son bien conocidos como ejemplos a imitar" (38)

Ahora, para otros autores, los niños incluso se llegan a identificar con los personajes, es decir, no sólo imitan las conductas del modelo, también desean ser como él y creen tener sus mismas características.

Al respecto, Grant Noble explica que los niños asemejan a los personajes televisivos con personas que ellos conocen y en ocasiones se identifican ellos mismos con los protagonistas, es decir, se convierten ellos mismos en el personaje y tratan de compartir sus experiencias en el filme o en el programa. "Esta mayor implicación personal les lleva a considerar al programa más dotado de realidad". Y les permite "interactuar por vía indirecta, a través del personaje, con todo su mundo social" (39)

De ahí que sea importante analizar con detenimiento las características específicas de los personajes que mencionaron los niños con mayor frecuencia.

En primera instancia está Chespirito (48%), cuyo principal papel posiblemente sea el de El Chavo, un personaje que en la serie televisiva pertenece a un grupo de niños-adultos que "hacen de las suyas" en la vecindad donde viven; provocando, con sus constantes travesuras y trifulcuelas, la rabia de las personas mayores que habitan con ellos.

En el programa, los personajes infantiles son más inteligentes y sagaces que los adultos, e los que de algún modo se caracteriza como "tontos", por lo que los pequeños con suma facilidad los enfrentan y evidencian su torpeza.

Además, los niños le exigen a sus mayores que cumplan estrictamente con los preceptos y valores sociales que ellos mismos les han enseñado. Y como esto no siempre es posible, el protagonista infantil disfruta al convertirse en el principal inquisidor de la conducta adulta, al ser algo así como su conciencia.

Este tipo de enfrentamientos también caracterizan al personaje Alf (33%), un extraterrestre venido de Melmac que parece un oso homíguero de peluche y está acostumbrado a comer gatos, porque esos animales constituyen el principal alimento en su planeta.

(38) MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.* p.p. 77 y 78

(39) GRANT NOBLE, citado en MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.* p. 78

Alf, vive con una familia estadounidense a la que ocasiona y libera de mil problemas, por ser irreverente, impulsivo y sarcástico.

El principal enfrentamiento es con el jefe de la familia, que de algún modo representa y esgrime los valores de la sociedad y la moral, que el pequeño extraterrestre no acaba de comprender y aceptar. Su gusto por los felinos, por ejemplo, lo lleva constantemente a intentar atrapar a la mascota de la familia, lo que le ocasiona serias reprimendas.

No obstante, Alf es el centro de atención y foco de unión familiar, incluso pareciera que gracias a él los miembros de la familia son más comprensivos y unidos.

En el Pájaro Loco (20%) también se observa este tipo de rebeldía. En la serie, el protagonista se opone, por medio de la violencia física y verbal, a personajes que por lo general son más fuertes que él. Sin embargo, siempre derrota y aniquila a su contrincante, porque es más astuto y sabe burlar las estrategias simples y rutinarias de sus oponentes.

En este sentido, se observa que Chaspirito, Alf y el Pájaro Loco se caracterizan por mantener un constante enfrentamiento con las figuras de autoridad, en donde -como sucede en la mayoría de los mensajes o contenidos para niños- "los pequeños son astutos, inteligentes e ingeniosos; mientras que los adultos resultan ser inflexibles, desconsiderados y hasta mentirosos" (40)

Al respecto, la teoría psicoanalítica explica que, por medio de los programas infantiles, los pequeños van reflejado su enfrentamiento con la autoridad.

Ahora, cuando los personajes son animales se simboliza también esta contraposición. Para Mousseau, la identificación infantil con los animales "es un símbolo que representa frecuentemente la rebelión contra los adultos" (41)

Este mundo televisivo puede llegar a significar casi un edén para los pequeños, un lugar en donde son ellos los que gobernan y ejercen su libre albedrío, algo así como "la Isla de los Juegos", aquel paraíso al que Pinocho anhelaba llegar: un sitio en donde todo lo que hacen los adultos les es permitido, con la ventaja de que las consecuencias de sus actos no les acarrearán ninguna responsabilidad. De ahí, posiblemente que estos personajes sean tan atractivos para los niños.

Por otro lado, los entrevistados mencionaron con gran frecuencia a Batman (32%) y a Anabel (29%), que de algún modo representan los estereotipos del hombre y la mujer ideales de la televisión.

Batman es un héroe que, aunque más humano y vulnerable que otros como Superman, no dejan de ser el poseedor de las habilidades, inteligencia y sagacidad del superhéroe de la televisión.

(40) DORFMAN Y MATTELART. *Para leer al Pato Donald*. p. 32

(41) MOUSSEAU, *Op. Cit.*, p. 207

De hecho, es un hombre racional, planificador, reflexivo, autotario..., pero sobre todo un hombre valiente, que enfrenta a sus enemigos con ayuda de sus brillantes y vanguardistas inventos como el "batimóvil", el "baticinturón", el "baticóptero" y demás "batiaditamentos" de la más avanzada tecnología.

Sin embargo, cuando se ve despojado de estos instrumentos o cuando llegan a fallar, sobreviene la inevitable golpiza en la que invariablemente sale triunfante y victorioso.

Esta descripción del héroe millonario y filantrópico coincide con los estereotipos que obtuvo Santoro en su investigación: "El héroe es al hombre opuesto, blanco, norteamericano y rico, que va por el mundo sembrando paz y justicia" (42)

Asimismo, es de señalar que en este programa todos los personajes que ejecutan la acción o llevan el papel principal son hombres, "las mujeres son presentadas como adornos de los villanos o simples acompañantes que además resultan ser "tontas", poco prácticas y a la larga se convierten en un estorbo para el malhachor"

Por otra parte, Anabel (29%), una mujer atractiva, de rubio cabello y sensual porte, responde en cierto modo a la imagen televisiva de la mujer "ideal". En ella se conjugan muchas de las cualidades que se consideran femeninas: es atractiva, intuitiva, impulsiva, ocumete y muy graciosa.

A diferencia de la mayoría de los programas en donde "las mujeres aparecen como débiles y pasivos satélites de los potentes y eficaces varones" (44); Anabel puede ser la jefa de una banda de ladrones o la eficiente detective a quienes todos admiran, no sólo porque siempre resuelve lo que se la encomienda, sino porque además es una provocativa y sensual policía.

En sus "skatches", presenta constantes enfrentamientos con el sexo masculino, en los que ella sale victoriosa y triunfante, y de ahí posiblemente que capte la atención del público infantil, especialmente de las niñas.

Independientemente de estos aspectos, es de señalar que la mayoría de estos personajes salen en programas de corte cómico, por lo que se podría pensar que su actitud y comportamiento es "inocente".

Sin embargo, generalmente manejan un tipo de humor que se sustenta en ridiculizar al débil, al "tonto" o al ignorante, es decir, con frecuencia recurren a la "burla", a la agresión verbal y en ocasiones hasta a la violencia física, para lograr lo que se proponen o para sobresalir y ser aceptados por los demás.

De hecho, todos estos personajes que recordaron los niños con mayor frecuencia, se valen de la agresión física o verbal para resolver algunos de los problemas que se les presenta.

(42) SANTORO, citado en BELTRAN Y FOX DE CARDONA. *Comunicación dominada, Estados Unidos en los Medios de América Latina*, p. 84

(43) INCO, "Análisis de Contenido de Programas Infantiles", p. 88

(44) GERBNER, citado en MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.*, p. 83.

PERSONAJES	CONDUCTAS NEGATIVAS
CHESPIRITO	Agresión física y verbal
ALF	Agresión verbal
BATMAN	Agresión física
ANABEL	Agresión verbal
PÁJARO LOCO	Agresión física y verbal.

Esta situación, como se señaló anteriormente, puede tener repercusiones negativas en el desarrollo infantil, que van desde una apatía e impermeabilidad ante la violencia en la vida real o bien un incremento de las conductas y actitudes agresivas hasta reacciones de miedo y angustia al percibir que se vive en un mundo tan hostil.

Especialmente, si se considera que en la televisión generalmente se acepta que los "buenos" utilicen la violencia porque luchan por una causa "justa" y en este sentido prevalecen la filosofía de "el fin justifica los medios". Lo que puede tener repercusiones negativas en los valores del niño, en especial del niño pequeño que tiende a juzgar un comportamiento más por sus consecuencias que por sus motivos; ya que al reconocerse con el héroe, justificará sus conductas violentas y agresivas, sin reflexionar sobre el hecho de que se está comportando de la misma manera que los maleantes.

De hecho, el niño a través de los programas de televisión está constantemente percibiendo que los conflictos se pueden solucionar por medio de la violencia física o verbal y en determinadas circunstancias puede llegar a adoptar él mismo este tipo de comportamiento. Los niños pequeños, señala Cohen, "toman literalmente el mensaje de que la violencia es el método principal para resolver todo tipo de problemas" (45)

#### DIFERENCIAS EN LOS PERSONAJES QUE MENCIONARON LOS NIÑOS, POR SEXO

##### RESULTADOS CON DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS DEBIDAS A SEXO.

Mujeres N= 416

Hombres N= 427

HÉROES NACIONALES	Mujeres		Hombres		X <sup>2</sup>	P
	F	%	F	%		
Josefa Ortiz de Domínguez	209	50.24	154	36.07	9.83	<.005
Francisco Villa	244	58.65	299	70.02	4.32	<.05
PERSONAJES DE TV						
Batman	89	21.39	179	41.92	27.93	<.001
Anabel	138	33.17	106	24.82	5.07	<.025

(45) COHEN, Op. Cit. p.p. 10 e 13

En la tabla anterior sólo se muestran las diferencias estadísticamente significativas que hubo entre los personajes que más mencionaron los niños (10 de televisión, 10 de la historia nacional y 5 de la política actual). Ya que las diferencias entre personajes que nombraron con muy poca frecuencia, no se consideraron relevantes.

En cuanto a los héroes nacionales, se observa que las niñas mencionaron un mayor número de veces a Doña Josefa Ortiz de Domínguez, que los niños (50% y 36%, respectivamente), Y que los varones mostraron una mayor preferencia por Francisco Villa, que las mujeres (70% y 59%).

Estos datos en cierto modo confirman la opinión de diferentes autores, que señalan que los seres humanos tienden a reconocerse en personas de su mismo sexo.

De hecho, la Corregidora de Querétaro es una de las pocas heroínas de la historia nacional que enfatizan en la escuela. Y de ahí posiblemente que capte la atención femenina.

Sin embargo, es de señalar que las mismas mujeres nombraron con mayor frecuencia a personajes del sexo masculino. Concretamente a Hidalgo (84%), Juárez (78%), Zapata (68%), Morelos (64%), Carranza (63%) y al mismo Villa (59%). Doña Josefa, en realidad, ocupó el séptimo lugar en las menciones femeninas.

El que la mayoría de los héroes nacionales sean hombres, seguramente propicia que los niños identifiquen al héroe nacional con el sexo masculino.

Ahora, en cuanto a Francisco Villa, es de señalar que, independientemente de su participación en la Revolución Mexicana, es un personaje al que se caracteriza como audaz, intrépido, valiente y quizá hasta temerario, un estereotipo netamente masculino. Y de ahí, posiblemente que capte más la atención de los hombres.

En los personajes de televisión se observó la misma situación. Los niños mencionaron con mayor frecuencia a Batman que las niñas (42% y 21%, respectivamente). Y las mujeres, por su parte, nombraron un mayor número de veces a Anabel (33% y 25%).

Este reconocimiento, como se analizó anteriormente, lleva a cuestionar el tipo de patrones y roles sexuales que están aprehendiendo los niños a través de la televisión.

#### DIFERENCIAS EN LOS PERSONAJES QUE MENCIONARON LOS NIÑOS POR GRADO ESCOLAR

RESULTADOS CON DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS, DEBIDAS A GRADO ESCOLAR  
QUINTO AÑO = 419, SEXTO AÑO = 422

HÉROES NACIONALES	Quinto		Sexto		X <sup>2</sup>	P
	F	%	F	%		
Vicente Guerrero	102	24.34	162	38.39	13.21	<.001
<b>PERSONAJES DE LA POLÍTICA</b>						
José López Portillo	45	10.74	89	21.09	14.14	<.001

## PERSONAJES DE T.V.

Gato GC	81	20.76	49	11.61	10.89	<.001
Sebastián	18	4.30	7	1.66	4.92	<.05

\* En esta tabla sólo se muestran las diferencias estadísticamente significativas que hubo entre los personajes que más mencionaron los niños (10 de televisión, 10 de la historia nacional y 5 de la política actual). Ya que las diferencias entre personajes que nombraron con muy poca frecuencia, no se consideraron relevantes.

En la tabla anterior se observa que los niños de sexto año mencionaron con mayor frecuencia a José López Portillo (21%) que los de quinto (11%).

este dato reitera la importancia que le dan los niños al presidente de México, ya que de hecho eran muy pequeños (4 y 5 años, respectivamente), cuando concluyó el sexenio de este mandatario.

Ahora, el que los de sexto lo recuerden más que los de quinto, de algún modo confirma que al desarrollo y maduración intelectual se relacionan directamente con la edad.

Este mismo desarrollo y maduración se observa en los personajes de televisión, en donde los alumnos de quinto nombraron con mayor frecuencia que los de sexto, al Gato GC (21% y 12%) y a Sebastián (4% y 2%), dos personajes con características y actitudes natamente infantiles.

DIFERENCIAS EN LOS PERSONAJES QUE MENCIONARON LOS NIÑOS, POR TIPO DE ESCUELA.

RESULTADOS CON DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS

Oficial N= 424, Privada N= 420

	OFICIAL		PRIVADA		X <sup>2</sup>	P
	F	%	F	%		
HÉROES NACIONALES						
Vicente Guerrero	153	36.08	112	26.67	5.96	<.025

PERSONAJES DE LA POLÍTICA

Manuel J. Clouthier	99	23.35	163	38.81	16.25	<.001
---------------------	----	-------	-----	-------	-------	-------

PROGRAMAS DE T.V.

Aif	114	26.89	168	40.0	10.86	.001
Pájaro Loco	98	23.11	70	16.67	4.41	<.05
Gonzo	36	8.49	73	17.38	12.91	<.001

\* En esta tabla sólo se muestran las diferencias estadísticamente significativas que hubo entre los personajes que más mencionaron los niños (10 de televisión, 10 de la historia nacional y 5 de la política actual). Ya que las diferencias entre personajes que nombraron con muy poca frecuencia, no se consideraron relevantes.

La principal diferencia entre los niños que asisten a primarias oficiales y privadas, se observó en los personajes de la política actual.

Los niños de las escuelas particulares nombraron con mayor frecuencia a Manuel J. Clouthier (39%), que sus compañeros de escuelas oficiales (23%).

Lo que en cierto modo confirma que el Partido de Acción Nacional tiene más simpatizantes entre la clase media y media alta (que pueden cubrir los costos de colegiatura de una escuela particular), que entre los sectores más populares.

#### **DIFERENCIAS EN LOS PERSONAJES QUE MENCIONARON LOS NIÑOS, POR FRECUENCIA DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN.**

El 36% de los niños entrevistados en esta fase de la encuesta indicó que el día anterior estuvo menos de dos horas frente al televisor, por lo que se consideró que su exposición fue baja. El 34% señaló que vio de dos a tres horas la televisión, lo que se tomó como una exposición media. Y el 30% restante afirmó que destinó más de tres horas a los programas de televisión, por lo que se les clasificó dentro de una exposición alta (46).

El análisis y la concentración de las respuestas específicas indican que los niños que conformaron esta muestra, al igual que los de la muestra de la etapa anterior, ven un promedio de dos horas y media diarias de televisión.

sin embargo, la frecuencia de exposición a la televisión no tuvo ninguna injerencia en los personajes de la historia nacional, la política actual y la televisión que mencionaron los niños, en ningún caso se registraron diferencias estadísticamente significativas.

*(46) Al igual que en el cuestionario anterior, se les preguntó el horario en el que se expusieron a la televisión y los programas que vieron. Se cotejaron ambas respuestas para obtener un dato más exacto.*

**DIFERENCIAS EN LOS PERSONAJES QUE MENCIONARON LOS NIÑOS,  
POR ESTADO DE LA REPÚBLICA.**

Como se mencionó anteriormente, los héroes nacionales que más mencionaron los niños fueron: Miguel Hidalgo (86%), Benito Juárez (76%), José Ma. Morelos (71%), Emiliano Zapata (70%) y Venustiano Carranza (67%), pero con diferencias estadísticamente significativas en relación con la importancia que tuvo cada uno de estos personajes, en los distintos estados.

**DIFERENCIAS EN LOS PERSONAJES DE LA HISTORIA NACIONAL QUE MAS  
MENCIONARON LOS NIÑOS, POR ESTADO.**

	HIDALGO	JUAREZ	MORELOS	ZAPATA	CARRANZA
AGUASCALIENTES n = 72	88%	78%	75%	72%	75%
BAJA CALIF. NTE. n = 73	86%	82%	75%	77%	78%
EDO. DE MÉXICO n = 72	89%	89%	64%	68%	65%
D.F. n = 120	83%	73%	71%	63%	78%
JALISCO n = 72	82%	72%	64%	65%	81%
GUANAJUATO n = 72	86%	82%	81%	67%	75%
MICHOACÁN n = 74	83%	89%	74%	64%	57%
NUEVO LEÓN n = 72	81%	74%	89%	75%	89%
OAXACA n = 72	82%	71%	84%	78%	81%
VERACRUZ n = 73	81%	71%	70%	83%	56%
YUCATAN n = 72	83%	67%	63%	61%	63%

Este cuadro, para tener un parámetro de comparación, presenta los porcentajes que obtuvieron los personajes que, en forma global, más mencionaron los niños. Sin embargo, en algunos estados los niños nombraron con mayor frecuencia a otros personajes, como se puede observar en los informes descriptivos de cada entidad federativa.

En cuanto a Miguel Hidalgo, se observa que en todos los estados más del 80% de los niños lo nombraron. De lo que se deduce que es el héroe nacional por excelencia, más si se considera que el movimiento de Independencia es precisamente el hecho histórico del que tienen mayor conocimiento.

Posteriormente estuvo Benito Juárez que alcanzó puntajes superiores al 70% en todas las entidades federativas, excepto en Yucatán en donde obtuvo 67%.

En los demás personajes es en donde se observan las mayores diferencias. Sin embargo, todos fueron nombrados al menos por el 50% de los entrevistados de cada localidad.

De hecho, estos héroes, con mayor o menor puntaje, quedaron en los seis primeros lugares en todos los estados. Y en todos los casos el sexto personaje en cuestión fue Francisco Villa.

Esta situación, de algún modo indica que los niños mexicanos tienen una imagen hasta cierto punto homogénea de los personajes de la historia que se consideran héroes nacionales, aunque esto no significa de ningún modo que sepan por qué fueron importantes. De hecho, los resultados del cuestionario anterior indican que los niños tienen poco conocimiento sobre los principales hechos y actividades de estos héroes.

Además, es de notar que estos personajes no cuentan con mayor arraigo regional. Juárez, por ejemplo, fue más nombrado en el estado de México (89%), que en Oaxaca (71%). Hidalgo obtuvo más menciones en Yucatán (93%), que en Guanajuato (86%). Tampoco se observa una clara identificación con los ideales que representan, Zapata, por ejemplo, que simboliza la lucha agrarista y los ideales campesinos, obtuvo mejores puntajes en ciudades netamente industriales, como el Distrito Federal, que en entidades con una estructura socioeconómica con características más rurales.

En cuanto a los personajes de la política actual, los que más recordaron los niños fueron: Carlos Salinas de Gortari (75%), Miguel de la Madrid Hurtado (47%), Gobernadores de los estados (32%), Manuel J. Clouthier (31%) y Cuauhtémoc Cárdenas (30%).

También en esta categoría se registraron diferencias estadísticamente significativas entre los diferentes estados.

**DIFERENCIAS EN LOS PERSONAJES DE LA POLÍTICA ACTUAL QUE MAS  
MENCIONARON LOS NIÑOS, POR ESTADO.**

	CARLOS SALINAS	DE LA MADRID	GOBERNADOR DEL EDO.	MANUEL CLOUTHIER	CUAUHTEMOC CARDENAS
AGUASCALIENTES n = 72	83%	51%	40%	19%	11%
BAJA CALIF. NTE. n = 73	68%	37%	18%	23%	26%
EDO. DE MÉXICO n = 72	82%	76%	21%	19%	22%
D.F. n = 120	62%	43%	—	48%	53%
JALISCO n = 72	76%	50%	32%	49%	18%
GUANAJUATO n = 72	79%	49%	4%	40%	10%
MICHOACÁN n = 74	81%	32%	16%	42%	65%
NUEVO LEÓN n = 72	81%	44%	39%	22%	19%
OAXACA n = 72	74%	46%	26%	15%	35%
VERACRUZ n = 73	70%	38%	36%	14%	27%
YUCATAN n = 72	76%	49%	47%	38%	11%

\* El cuadro, para tener un parámetro de comparación, presenta los porcentajes que obtuvieron los personajes que, en forma global, más mencionaron los niños. Sin embargo, en algunos estados los niños nombraron con mayor frecuencia a otros personajes, como se puede observar en los informes descriptivos de cada entidad federativa.

En la tabla se observa que el presidente Salinas de Gortari obtuvo el primer lugar en todos los casos, con una frecuencia notoriamente más alta que la de los demás personajes. Lo que confirma que los niños tienen una fuerte imagen presidencial.

En segundo lugar correspondió a Miguel de la Madrid Hurtado. Sin embargo se observó una mayor dispersión en las respuestas. Mientras que en el Estado de México alcanzó un puntaje superior al 75%, en Michoacán apenas llegó al 32%.

En cuanto a los gobernadores, en la mayoría de los estados obtuvieron más del 30%. Las excepciones serían Oaxaca (26%), Estado de México (21%), Michoacán (16%) y Guanajuato en donde este mandatario ocupó un lugar totalmente secundario (4%).

En los candidatos de la oposición a la presidencia en las pasadas elecciones, también se observaron grandes diferencias. Manuel J. Clouthier, por ejemplo, obtuvo puntajes superiores al 40% en Jalisco, Distrito Federal, Michoacán y Guanajuato. Mientras que en otras entidades, como Oaxaca, apenas alcanzó el 15%.

Lo mismo sucede con Cuauhtémoc Cárdenas, que fue nombrado por más del 50% de los niños entrevistados en Michoacán y en el Distrito Federal, y tan sólo por el 10% de los que viven en Guanajuato.

Otros políticos que nombraron con frecuencia los niños fueron los presidentes municipales de varias ciudades; algunos exgobernadores como Mario Ramón Beteta en el estado de México y Gutiérrez Barrios en Veracruz, y algunos candidatos a puestos de elección popular como Margarita Ortega en Baja California Norte y Fausto Vallejo en Michoacán.

Esta mayor dispersión de respuestas indica que el concepto que tienen los niños de político es menos uniforme que el de héroe nacional.

En relación a los personajes de televisión, los que alcanzaron una mayor frecuencia fueron : Chespirito (48%), Alf (33%), Batman (32%), Anabel (29%) y el Pájaro Loco (20%).

Pero, también en esta categoría se registraron diferencias estadísticamente significativas entre los diferentes estados.

**DIFERENCIAS EN LOS PERSONAJES DE LA TELEVISIÓN QUE MAS  
MENCIONARON LOS NIÑOS, POR ESTADO.**

	CHESPIRITO	ALF	BATMAN	ANABEL	PAJARO LOCO
AGUASCALIENTES n = 72	60%	39%	39%	22%	29%
BAJA CALIF. NTE. n = 73	70%	30%	18%	37%	3%
EDO. DE MÉXICO n = 72	28%	21%	31%	26%	13%
D.F. n = 120	34%	39%	40%	26%	44%
JALISCO n = 72	54%	28%	40%	17%	21%
GUANAJUATD n = 72	46%	42%	24%	42%	3%
MICHOACÁN n = 74	64%	27%	35%	39%	7%
NUEVO LEÓN n = 72	22%	22%	24%	31%	14%
OAXACA n = 72	53%	33%	25%	40%	-
VERACRUZ n = 73	41%	36%	47%	16%	14%
YUCATAN n = 72	65%	49%	19%	24%	7%

\* En el cuadro, para tener un parámetro de comparación, se presentan los porcentajes que obtuvieron los personajes que, en forma global, más mencionaron los niños. Sin embargo, en algunos personajes, como se puede observar en los Informes descriptivos de cada estado.

En relación a Chespirito, se observa que en la mayoría de los estados obtuvo puntajes superiores al 40%. Lo cual, aunado a los resultados de la encuesta anterior, confirma la popularidad del personaje.

Alf, por su parte, superó el 25% en todos los casos, excepto en Nuevo León y el Estado de México, en donde obtuvo 22% y 21%.

La situación de Batman es similar, fue nombrado por más del 25% de los niños en todos los estados, excepto Guanajuato (24%), Nuevo León (24%), Yucatán (19%) y Baja California Norte (18%).

Anabel también supero este porcentaje en la mayoría de las entidades. Sin embargo, también hubo algunas excepciones: Yucatán (24%), Jalisco (17%) y Veracruz (16%).

En las menciones del Pájaro Loco es en donde se registraron mayores diferencias. Mientras que en el Distrito Federal alcanzó mayores diferencias. Mientras que el Distrito Federal alcanzó 44%, en Aguascalientes obtuvo 29%, en Jalisco 21%, en los demás no alcanzó ni el 15% y en Oaxaca ni siquiera lo nombraron.

Estos resultados indican que existe una cierta uniformidad en los personajes que mencionaron los niños de los distintos estados; dado que el universo de la televisión es considerablemente amplio y podría esperarse una mayor dispersión de las respuestas.

De ahí que sea importante reiterar en la conveniencia de considerar los patrones de conducta que promueven estos personajes, ya que, como Marks Greenfield explica: "A través del reconocimiento de personajes, los niños adquieren nociones de pautas predecibles de comportamiento humano en el mundo real. El conocimiento de dichas pautas puede ser luego aplicado tanto fuera como dentro de la ficción. Los niños pueden utilizar las similitudes entre los personajes cinematográficos y las personas reales, para establecer generalizaciones sobre las reglas y las regularidades del comportamiento humano" (47).

(47) MARKS GREENFIELD, *Op. Cit.*, p. 77

## CONCLUSIONES

El conocimiento que tienen los niños sobre televisión es considerablemente superior a su conocimiento sobre la historia y la política de México. En todas las categorías y en todas las entidades federativas, los niños tuvieron un mayor número de aciertos a las preguntas sobre los conocimientos de la televisión que en sus correspondientes sobre los escolares; la única excepción se dio en Aguascalientes, en donde las fechas nacionales obtuvieron un puntaje ligeramente más alto que los horarios de televisión. Incluso, al agrupar las categorías de manera global, se observa que el mayor porcentaje de las respuestas nacionales y escolares no alcanza al menor la televisión. Lo que demuestra contundentemente el impacto de este medio de comunicación como fuente de información para la población infantil.

En este sentido, es importante considerar que para los niños ver televisión es una forma de entretenimiento, es decir, emplean su instinto lúdico en el aprendizaje y por consiguiente adquieren mayores conocimientos en menor tiempo. Además, las características mismas de la televisión facilitan el aprendizaje infantil, ya que los mensajes se repiten con mayor frecuencia; la comunicación es más efectiva porque se combina la retórica de la palabra con la retórica de la imagen; la información es más sencilla y por consiguiente requiere de un menor procesamiento simbólico; los argumentos involucran emocionalmente al espectador porque se centran en la imagen y tienden a ser de carácter narrativo.

En algunas categorías como personajes, horarios-fechas y símbolos-logotipos, la diferencia entre el conocimiento de la Realidad Nacional y de la Realidad de la Televisión es menor; lo que de algún modo indica que las operaciones intelectuales tienen mayor importancia en el conocimiento infantil de estos rubros. A diferencia de otras categorías como frases, conductas y ubicación de personajes-geografía, en donde existe una mayor diferencia en el conocimiento de ambas materias.

No obstante, en todos los casos el desarrollo de las habilidades intelectuales y los elementos que conforman el proceso de comunicación que se establece en la escuela y con la televisión, se mezclan y se interrelacionan en la adquisición de la información.

Así, en lo que a PERSONAJES se refiere, la importancia de las personas en el proceso de socialización infantil, fundamentado en la conciencia de especie, raza, nacionalidad, religión o cualquier otro aspecto que permita al niño reconocerse, imitar e identificarse con sus semejantes, posiblemente propicia que los pequeños identifiquen con alta frecuencia tanto las imágenes de los personajes de televisión, como las de los personajes de la historia y la política de México.

Sin embargo, los programas resaltan de tal manera algunas cualidades de sus protagonistas, que resultan ser sumamente atractivos para los pequeños como modelos de imitación, y de ahí probablemente que el reconocimiento de los personajes televisivos sea mayor.

En este sentido, los niños identificaron con mayor frecuencia a los personajes humanos, a los personajes reales y a los que presentan roles infantiles, es decir, a los que son más similares a ellos mismos, posiblemente por que esto facilita el proceso de imitación.

Aunque, también adoptan a algunos personajes como modelos de referencia y de ahí probablemente que los personajes extranjeros obtuvieron un mayor puntaje que los personajes de origen nacional. Lo cual, según diversos estudios, puede propiciar conflictos de identidad en los niños, porque el pequeño muchas veces no desea reconocerse con características diferentes a las de sus "héroes" de televisión.

Ahora, en lo que a actitudes y conductas se refiere, los entrevistados recordaron con mayor frecuencia a los personajes que recurren a la agresión física y verbal, que a los que presentan otro tipo de comportamiento. Lo que, según la opinión de diversos autores, puede tener repercusiones negativas en el desarrollo infantil, que van desde una apatía ante la violencia en la vida real, hasta un incremento en las conductas y actitudes agresivas de los niños.

En relación al conocimiento de HORARIOS DE TELEVISIÓN VS FECHAS NACIONALES, la dificultad de los niños para entender, combinar y memorizar números posiblemente propicia que los puntajes de acierto sean más bajos, tanto en Realidad Nacional como en Realidad de la Televisión.

Sin embargo, la memorización de la información es más fácil si es de interés y relevancia para el auditorio infantil, y de ahí probablemente que el reconocimiento de los horarios de televisión sea más alto que el de fechas de la Realidad Nacional.

Ahora, los resultados de la encuesta revelan que es más fácil para los niños recordar el canal, que el horario de difusión; lo que posiblemente se deba a que las televisoras cambian constantemente los horarios de su programación, aunque también es de considerar que para identificar el canal los niños necesitan memorizar un solo número, lo que obviamente les resulta más fácil.

La identificación de LOGOTIPOS DE LA TELEVISIÓN Y DE SÍMBOLOS NACIONALES implica una operación intelectual más compleja, porque requiere de un proceso de abstracción, por parte del niño, para transformar objetos, conceptos o ideas.

Sin embargo, el proceso es más sencillo en tanto más cercano, concreto y atractivo sea el objeto o idea que representan. De ahí, posiblemente, que los niños tengan un mayor conocimiento de los logotipos de la televisión que de los símbolos nacionales.

Los logotipos de televisión que más reconocieron son los que representan esquemas que pueden asociar con situaciones específicas, porque, entre otros aspectos, están presentes en una gran variedad de productos que se ofrecen en el mercado, que posiblemente les son muy atractivos. Les fue más difícil identificar los símbolos que se refieren a conceptos o ideas más abstractos, a pesar de que algunos de ellos se difunden con gran frecuencia y se apoyan en elementos como la música o efectos especiales de video.

En cuanto al conocimiento de FRASES DE TELEVISIÓN VS FRASES CELEBRES, los niños identificaron los símbolos que se refieren a conceptos o ideas más abstractos, a

pesar de que algunos de ellos se difunden con gran frecuencia y se apoyan en elementos como la música o efectos especiales de video.

En cuanto al conocimiento de FRASES DE TELEVISIÓN VS FRASES CELEBRES, los niños identificaron con una frecuencia notablemente superior a los autores de las frases de televisión que a los autores de las frases célebres.

Es probable que esto se deba a que las frases de televisión se apoyan en la imagen, lo que permite que el niño las asocie más fácilmente con el producto publicitado o con el personaje que las pronuncia. Además de que están elaboradas expresamente para impactar y por consiguiente obedecen a una estructura breve, sonora y sencilla, que facilita enormemente su recuerdo.

Las frases de televisión que más recordaron los niños son las que cuentan con un solo vocablo y presentan el contenido más emotivo. Aunque todas alcanzaron puntajes de reconocimiento muy altos.

En cuanto a las CONDUCTAS, los niños tienen un conocimiento considerablemente más alto de las conductas típicas de los personajes de televisión que de los principales hechos y conductas de los héroes nacionales.

Es posible que las características propias de este tipo de mensajes faciliten el aprendizaje de los niños. Los programas de televisión se centran en la imagen y generalmente utilizan el género narrativo, lo que permite que el niño se involucre emocionalmente con los personajes y las historias que "están contando", y de ahí probablemente que las recuerden con mayor facilidad.

Asimismo, el proceso de decodificación de los contenidos de televisión es más simple; ya que, además de que la información es más sencilla, el espacio televisivo se apoya en el teatral y en el fotográfico, y por consiguiente no se necesita mayor esfuerzo por parte del niño para comprender lo que se está diciendo.

Ahora, las conductas de televisión que más recordaron los niños son las que se repiten con mayor frecuencia en las series y las que corresponden a programas con un índice de audiencia más alto.

No obstante, también se observa que la que alcanzó el mayor puntaje es la única que plantea una relación causa-efecto. Es posible que para los niños sea más fácil comprender este tipo de planteamiento.

En UBICACIÓN DE PERSONAJES VS GEOGRAFÍA, es en donde se observaron las mayores diferencias, probablemente porque en el caso de la televisión se trataba de ubicar personas, lo que resulta más fácil y atractivo para los niños.

Además, la ubicación de los personajes, aunque implica razonar sobre la parte y el todo, es un proceso más simple que el que se requiere en el aprendizaje de geografía; porque la televisión difunde imágenes concretas de los personajes, que el pequeño no tiene que transformar, tan sólo ubicar en el programa en el que se están difundiendo.

Los personajes que más ubican los niños son los que salen en los programas con mayor audiencia y los que aparecen con mayor frecuencia en la serie. Aunque, también se observa que los niños reconocen menos a los personajes que aparecen en programas que llevan el nombre del protagonista principal.

## CONCLUSIONES FINALES Y RECOMENDACIONES

A pesar de que todos los días salen nuevos libros sobre la televisión y se publican resultados de investigaciones, generalmente de los países "desarrollados", pensamos que la importancia de este trabajo estriba en poder determinar que está pasando en nuestro país en relación con el aprendizaje informal y asistemático que tiene la población infantil a partir de la televisión, especialmente cuando las circunstancias dieron la oportunidad de llevarlo a cabo con una muestra tan considerable, de forma tal que nos permitiera llegar a conclusiones válidas.

El emprender una tarea de tal magnitud ha tenido como interés principal, hacer un llamado de atención a quienes tienen que ver tanto con la formación de psicólogos como de aquellos que trabajan en el campo de la educación y de la comunicación.

Los resultados de esta investigación no dejan lugar a dudas, los niños asimilan mucho más de la televisión que de la escuela y esto implica una gran responsabilidad en su manejo, responsabilidad que debe ser compartida por autoridades, profesionales de los medios, especialistas en educación, estudiosos de la conducta, padres de familia y publicistas. De ahí que resulta necesario tomar una actitud más activa y menos superficial en relación con lo que se ve a través de la televisión.

El modelo educativo que se viene aplicando en el sistema de educación formal dista mucho del marco social en que se desarrollan los educandos, pues mientras se enfatiza en la adquisición de habilidades para la lectura de textos, los niños están siendo bombardeados permanentemente en su entorno, por estímulos generados a partir de una tecnoretórica audio-visual-cinética, que día con día se vuelve más compleja y hacia la cual se debe estar preparando a las nuevas generaciones, para que tengan herramientas que les permitan el manejo de estos nuevos lenguajes como parte de su alfabetización audiovisual.

No cabe la menor duda que el mayor impacto sufrido por la humanidad se ha dado en este siglo y ha sido en el campo de la transmisión de información a partir de los medios masivos. En toda la historia del hombre sobre el planeta no se había generado la suma de conocimientos que se han producido en los últimos 100 años, especialmente la cantidad de información producida en la última mitad de este siglo. Esto provoca por un lado, el que sea asimilado el concepto planetario, los países se han unido por vía satelital, pero por otro, el torrente de información que proporcionan los medios es recibido acríticamente por una sociedad que generalmente tiene solo parte de la misma y que por lo tanto no tiene los elementos completos que le permitan contextualizarla.

Con los datos obtenidos, es obligado reflexionar en las consecuencias del aprendizaje de nuestra sociedad actual a partir de lo que está recibiendo de la televisión, pues lo que se produce para consumo de este medio, presenta como temática más frecuente, con el pretexto de que son determinados

programas los que generan índices de mayor audiencia, la gama mas amplia de conductas destructivas, de violencia, en donde la venganza, el odio y la intolerancia, son las formas para relacionarse con el entorno. Esto es preocupante pues... ¿que clase de valores y de modelo de ser humano es el que propone este medio?

Aunado a lo anterior esta la publicidad, que como se demostró, tiene un alto índice de recordación por los pequeños, tomando como base que el aprendizaje por asociación ha sido comprobado por múltiples autores, se explican las grandes cifras que se gastan en investigación para poder hacer mas eficaces los comerciales, de ahí la importancia que tiene el estudio y la investigación, pero no solo para saber como se puede vender más, sino con mayor énfasis por su trascendencia, plantearse ¿cuales son las consecuencias a largo plazo, a partir de lo que les enseña la televisión a los niños, de una visión tan parcializada, descontextualizada y deforme del mundo en el que viven?

Estamos viviendo una crisis que no solamente es de carácter económico, la parte más seria y que tiene repercusiones de mayor trascendencia, es la pérdida de valores por la que atraviesa nuestra sociedad, en gran parte como resultado de la ligereza, deshonestidad y desinformación con la que se manejan los medios masivos de comunicación, que con una absoluta irresponsabilidad se da como un acto cotidiano para ganar la delantera en la carrera de los puntos del rating.

No puede ser que se siga desvinculando el proceso de comunicación con el psicológico, ambos están interactuando a través de la percepción y la interpretación, por lo que resulta obligado incluir en los planes de estudio de psicólogos, comunicólogos y pedagogos, materias que profundicen en la relación que existe entre los medios y la conducta, lamentablemente en nuestro sistema educativo toma años un cambio curricular, siendo urgente percatarse y actuar en consecuencia, tomando en cuenta la necesidad de esta modificación con la misma velocidad que los propios medios de comunicación masiva nos están marcando, para que nuestro marco de análisis y de acción no se quede en la obsolescencia al resultar imposible alcanzar la dinámica que lleva el impresionante avance de la tecnotrónica que nos rebasa día con día.

Estos poderosísimos medios han rebasando gran parte de las corrientes teóricas que tomaron años en desarrollarse y que se vienen aplicando en el campo de la psicología por que fueron generadas cuando la televisión y la tecnotrónica no existían, fueron válidas en su momento, pero que han quedado fuera del contexto actual, por lo que es imperioso que se generen nuevos marcos teóricos, a partir de fomentar la investigación que nos permita explicar la conducta, tomando en cuenta la influencia que tienen los diversos medios electrónicos en la vida del hombre actual.

Aunque este trabajo se realizó hace seis años, considero que las condiciones actuales no lo modifican, por el contrario, es inobjetable que han agudizado el problema, pues la complejidad en el manejo de los lenguajes se incrementa a una velocidad inalcanzable. Las computadoras, las redes, las telecomunicaciones, los satélites y la fibra óptica están en la carrera del perfeccionamiento y abaratamiento para quienes tienen acceso a ellas.

Las grandes bases de datos facilitan el acceso a la información, poniendo a la mano un abundante acervo de conocimientos en donde la ciencia, el arte y la tecnología se vuelven entretenimiento, aprendizaje, ocio, ficción, etc.

La tecnología del finales del siglo XX ya no pone límites a la imaginación, y hace que la realidad sea substituida por una realidad virtual en la que los procesos de socialización se alejan y el principio de veracidad de la información sea cada vez mas cuestionable.

En 1996 podemos observar diariamente por los distintos canales de TV programas amarillistas, realizados a partir de los crímenes que se cometen en una sociedad tan compleja y enferma como la nuestra, en ellos recrean el delito exhibiendo hasta el mas mínimo detalle de como fue llevado a cabo, haciendo de este un acto cotidiano, sinembargo, brillan por su ausencia los programas que resalten las características de la parte bondadosa de los seres humanos.

La preocupación sobre el tema a llevado a que varios países estén adoptando como parte del curriculum académico la formación de los educandos hacia los medios, este sistema permite por un lado, que los tele-espectadores se vuelvan más críticos hacia lo que el medio presenta, pero además, les proporciona el conocimiento de la gramática de estos nuevos lenguajes, fomentando en ellos la creatividad, las habilidades para su manejo y el trabajo en equipo.

Se están dando varios movimientos que cuestionan a la TV y que están incluyendo, dentro de la enseñanza formal, técnicas para la comprensión de los medios masivos, así tenemos a los grupos "Parents TV Awarms" y "TV Critical Skills" en Estados Unidos y Canadá, "Educación para los Medios" en Costa Rica y varios países europeos.

Desde hace casi 10 años, se empezó la discusión en el Congreso de los Estados Unidos sobre la inclusión de un sistema en los televisores para que los padres puedan eliminar las secuencias violentas, obligando, a quienes producen este tipo de programas a incluir una señal que active el mecanismo, finalmente esta propuesta fue aceptada a mediados del año pasado, defendida por un grupo de psicólogos y educadores que están convencidos del aprendizaje de la violencia a través del medio.

Pero en nuestro país a pesar de que existen muchos padres de familia, maestros, sociólogos, educadores y psicólogos preocupados, por que su rol social les obliga aun análisis mas profundo sobre los contenidos de los

medios, lamentablemente varios de ellos manifiestan su impotencia ya que no se da la menor señal de preocupación por quienes detentan a los medios y por quienes llevan a cabo su reglamentación de una forma tan permisiva y superficial.

Es urgente llevar a cabo en el ámbito académico investigaciones que permitan fortalecer argumentos, para una toma de conciencia de quienes manejan los contenidos y mensajes, así como de las autoridades, sobre la importancia de estos medios en la conducta del hombre actual, así mismo instrumentar medidas que permitan la modificación curricular en todo el sistema educativo para lograr que nuestros niños y jóvenes:

- Analicen lo que ven y oyen en la TV.
- Realicen juicios sobre la información de lo que observan.
- Lleven a cabo discusiones de grupo que les permitan evaluar y socializar la información y/o los contenidos de los programas.
- Distingan a la televisión ficticia de la realidad de la vida, cuestionando los valores y las soluciones que se presentan y hacer propuestas más constructivas.
- Lleven a cabo el uso sensato de sus tiempos de observación.
- Reconozcan y analicen los elementos literarios del programa: argumento, tema, conflicto, situación y personajes, vinculando el contenido con las materias afines del programa escolar, como ciencias sociales.
- Identifiquen los elementos técnicos de la producción, incluyendo las tomas de cámara, el vestuario, la escenografía, el maquillaje, el reparto, la actuación, la iluminación, el ritmo, la edición, etc.
- Comprendan como los elementos técnicos contribuyen en la reacción del receptor hacia el contenido del programa.
- Reconozcan y evalúen los mensajes persuasivos, tanto en comerciales como en los programas de TV.
- Hacerles ver, que como consumidores de este medio deben tomar una conducta más activa para influir en los cambios de la programación televisiva.

El llevar a cabo esta enseñanza permitiría a los estudiantes que disminuyan las horas empleadas en ver la TV y cuando lo hagan, se conviertan en una experiencia positiva de aprendizaje, al cambiar su actitud de tele-espectadores pasivos y acrílicos en observadores analíticos, selectivos y exigentes.

## **BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS**

## BIBLIOGRAFIA

- ARANGUREN, José Luis. "El espacio televisivo y el espacio pedagógico" en La ventana electrónica, t.v. y comunicación. México, Ediciones Eufesa, 1983, p.p. 185 - 190.
- BANDURA, Albert y WALTERS, Richard H. Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad. Madrid, Alianza Editorial, 1985.
- BELTRAN, Luis Rámiro y FOX DE CARDONA, Elizabeth. Comunicación dominada. Estados Unidos en Los medios de América Latina. México, Nueva Imagen, 1980.
- BERLO, David. El proceso de la comunicación. Argentina, El Ateneo, 1976.
- COHEN, Dorothy H. "Televisión and the perception of reality" (Televisión y percepción de la realidad) en The education Digest. Marzo 1977, p.p. 10 - 13.
- CORTES Rocha, Camron. La Escuela y Los medios de Comunicación Masiva. (México SEP, 1986), Ediciones El Caballito
- DORFMAN, Ariel y MATTELART, Armand. Para leer al Pato Donald. México, Siglo XXI Editores, 1980.
- ERAUSQUIN, M. Alfonso, et al. Los teleniños. México, De. Fontamara, 1988.
- FEINBERG, Susan. "The classroom is no Longer prime time" (El salón de clases ya no es triple A" en The Education Digest. diciembre 1977. Publicado originalmente en Today's Education, LSVI (sep. -oct. 1977), p.p. 78 - 79.
- FREIRE, Paulo. Pedagogía del oprimido. Buenos Aires, Siglo XXI, Editores, 1972.
- INCO. "Análisis de Contenido de Programas Infantiles", México, 1991.
- INCO. Medina Pichardo, José (Coord.). "La televisión y los niños". Conocimiento de la "Realidad Televisiva vs conocimiento de la "Realidad Nacional". México, 1981.
- INCO. "Escoger un juguete no es cosa de juego" en La Revista del Consumidor. No. 10, México, 1976, p.p. 436 - 443.
- MARKS GREENFIELD, P. El niño y los medios de comunicación, Madrid, Ediciones Morata, 1985.
- MOUSSEAU, Jacques. "Los niños y la T.V." en La ventana electrónica, T.V. y Comunicación. México, Ediciones EUFESA, 1983, P.P. 203 - 212.
- MUSSEN, CONGER Y KAGAN. Aspectos esenciales del desarrollo de la personalidad del niño. México, Trillas, 1986.
- PAOLI, J. Antonio. Comunicación. México, Edicol, 1979.
- PAPALIA, Diane E. y WENDKOS Olds, Sally. Psicología. México, Mc Graw Hill, 1988.

- PIAGET, Jean. Seis Estudios de Psicología. Barcelona, Seix Barral, 1974.
- PRIETO Castillo, Daniel. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. México, Premia Editora, 1987.
- REESE, Hayne W. y LIPSITT, Lewis P. Psicología experimental infantil. México, UNAM, 1978.
- ROJAS Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México, UNAM, 1978.
- SCHNEIDER, Cy Children's Television. NTC Busines Books, Chicago, 1989.
- SEVE I., VERRET M. Y SNYDER G. El fracaso Escolar. México, Ediciones de Cultura Popular, 1978.
- VALLEJO Nájera, Alejandra. Mi hijo ya no juega, sólo ve televisión. México, Editorial Planeta, 1988.
- WATERS, Harry F. "what T.V. to Kids" (Lo que hace la televisión a los niños) en Newsweek, 21 de Febrero de 1977, p.p. 63 - 70.
- WILLIAM, J. Principios de Psicología. México, Editorial Trilla, 1982.
- WINN, Marie. La droga que se enchufa. (The plug-in drug, tr. Jaime Vázquez) México, Editorial Diana, 1981.

REALIDAD NACIONAL - REALIDAD DE LA TELEVISION  
CUESTIONARIO

POR FAVOR  
DEJA ESTOS  
ESPACIOS  
EN BLANCO

- 1.- JALISCO 1 0 4  
 2.- NOMBRE ECO. Alexis Soler 2 1 22  
 3.- ESCUELA Escuela de la Fe 3 1

A CONTINUACION TE PRESENTAMOS UNA SERIE DE PREGUNTAS, LEELAS CON ATENCION Y SUBRAYA LA RESPUESTA QUE CONSIDERES CORRECTA. SI EN LUGAR DE RESPUESTAS APARECE LA LINEA ESCRIBE TU, LA RESPUESTA

- 4.- GRADO ESCOLAR 4 2  
 1.- Quinto 2.- Sexto  
 5.- SEXO 5 2  
 1.- Mujer 2.- Hombre  
 6.- ¿DE QUE HORAS A QUE HORAS VISTE LA TELEVISION, AYER? 6 2  
3:00 a 5:50 desayuna 6:00 a 7:00  
 ¿CUANTOS PROGRAMAS VISTE? Seis  
 7.- ¿QUE CANAL TRANSMITE EL PROGRAMA "ANABEL" ? 7 1  
 1.- El Canal 2 3.- El Canal 5  
 2.- El Canal 4 4.- El Canal 13  
 8.- ¿DE QUE HORAS A QUE HORAS PASA LA TELENOVELA "CARRUSEL"? 8 4  
 1.- De 5:00 a 5:30 3.- De 6:00 a 6:30  
 2.- De 5:30 a 6:00 4.- De 6:30 a 7:00  
 9.- ¿QUE DIAS SE TRANSMITE EL PROGRAMA "ALF"? 9 2  
 1.- Lunes a Viernes 3.- Martes y Jueves  
 2.- Lunes y Miércoles 4.- Lunes y Jueves  
 10.- ¿A QUE HORAS EMPIEZA "CHESPIRITO"? 10 3  
 1.- A las 6:00 3.- A las 8:00  
 2.- A las 7:00 4.- A las 9:00  
 11.- ¿QUE CANAL TRANSMITE "LAS PATO AVENTURAS"? 11 2  
 1.- El Canal 2 3.- El Canal 7  
 2.- El Canal 9 4.- El Canal 13



12.- ¿QUIEN ES LA PERSONA QUE APARECE EN LA IMAGEN?

Benito Juárez

DEJAR LOS ESPACIOS EN BLANCO

12   



13.- ¿QUIEN ES LA PERSONA QUE APARECE EN LA IMAGEN?

Doña Juana de Urbaje

13   



14.- ¿QUIEN ES LA PERSONA QUE APARECE EN LA IMAGEN?

Doña María Ponce

14   



15.- ¿QUIEN ES LA PERSONA QUE APARECE EN LA IMAGEN?

Don Simón de Herrera y Castillo

15

DEJAR LOS  
ESPACIOS  
EN BLANCO

- 16.- ¿CUANDO COMENZO LA LUCHA POR LA INDEPENDENCIA? 16 2  
1.- En 1735 3.- En 1895  
2.- En 1810 4.- En 1920
- 17.- ¿QUE DIA SE FESTEJA A LA VIRGEN DE GUADALUPE? 17 4  
1.- El 19 de marzo 3.- El 15 de septiembre  
2.- El 15 de agosto 4.- El 12 de diciembre
- 18.- ¿EN QUE FECHA SE FIRMO LA CONSTITUCION QUE ACTUALMENTE NOS RIGE? 18 3  
1.- En 1840 3.- En 1917  
2.- En 1905 4.- En 1989
- 19.- ¿CUANDO INICIO LA REVOLUCION MEXICANA? 19 2  
1.- En 1815 3.- En 1917  
2.- En 1910 4.- En 1928
- 20.- ¿QUE DIA ES EL INFORME PRESIDENCIAL? 20 3  
1.- El 1 de septiembre 2.- El 1 de noviembre  
2.- El 1 de octubre 4.- El 1 de diciembre



- 21.- ¿COMO SE LLAMA EL PERSONAJE QUE APARECE EN LA IMAGEN? 21 1

MC Pato



- 22.- ¿COMO SE LLAMA EL PERSONAJE QUE APARECE EN LA IMAGEN? 22 1

Cepillín



23.- ¿COMO SE LLAMA EL PERSONAJE QUE APARECE EN LA IMAGEN?

DEJAR LOS  
ESPACIOS  
EN BLANCO

23 1

El Chavo



24.- ¿COMO SE LLAMA EL PERSONAJE QUE APARECE EN LA IMAGEN?

24 1

Pedro Pícapiedra

25.- ¿DE QUIEN ES LA FRASE: "PA'QUE TE DIGO QUE NO, SI SI"?

25 3

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| 1.- Cándido Pérez   | 3.- La Chicoltrufia |
| 2.- El Dr. Chapatín | 4.- Anabel          |

26.- ¿EN QUE ANUNCIO DICEN: ¿"A QUE NO PUEDES COMER SOLO UNA"?

26 1

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| 1.- En el de Sabritas | 3.- En el de Zucaritas  |
| 2.- En el de Barcel   | 4.- En el de la Costeña |

27.- ¿QUE PERSONAJE DE LA TELEVISION DICE: "ME HIERVE LA CABEZA"?

27 1

- |                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| 1.- <u>El Inspector Gadget</u> | 3.- Alf           |
| 2.- Robin                      | 4.- Jaime Palillo |

28.- ¿DE QUE PRODUCTO ES LA FRASE COMERCIAL: "RECUERDAME"?

28 3

- |               |                             |
|---------------|-----------------------------|
| 1.- Tin Larín | 3.- <u>Gansito Marinela</u> |
| 2.- Flippy    | 4.- Barbie                  |

29.- ¿QUE PERSONAJE DE LA TELEVISION DICE: "IYABADABA-OUUI"?

29 1

- |                             |                     |
|-----------------------------|---------------------|
| 1.- <u>Pedro Pícapiedra</u> | 3.- Speedy González |
| 2.- Bugs Bunny              | 4.- Bluto           |

DEJAR LOS  
ESPACIOS  
EN BLANCO



30.- ¿QUIEN APARECE EN LA IMAGEN?

30 1

Carlos Salinas de G.



31.- ¿QUIEN APARECE EN LA IMAGEN?

31 1

Clodovil



32.- ¿QUIEN APARECE EN LA IMAGEN?

32 1

José Ortiz de Domínguez

33.- ¿DE QUIEN ES LA FRASE: "SUFRAGIO EFECTIVO, NO REELECCION?"

33 0

- |                                |                            |
|--------------------------------|----------------------------|
| 1.- José López Portillo        | 3.- Venustiano Carranza    |
| 2.- <u>Francisco I. Madero</u> | 4.- <u>Lázaro Cárdenas</u> |

34.- ¿QUIEN DIJO "DEJAD QUE LOS NIÑOS SE ACERQUEN A MI"?

34 4

- |                     |                   |
|---------------------|-------------------|
| 1.- La Virgen Marfa | 3.- Cepillín      |
| 2.- Chabelo         | 4.- <u>Cristo</u> |

35.- ¿DE QUIEN ES LA FRASE: "EL RESPETO AL DERECHO AJENO ES LA PAZ"?

35 1

- |                          |                      |
|--------------------------|----------------------|
| 1.- <u>Benito Juárez</u> | 3.- José Ma. Morelos |
| 2.- Miguel de la Madrid  | 4.- Maximiliano      |

36.- ¿QUIEN ESCRIBIO EL HIMNO NACIONAL?

- 1.- José Revueltas                      3.- González Bocanegra  
2.- Juventino Rosas                    4.- López Velarde

36 4

37.- ¿QUIEN DIJO: "LA TIERRA ES DE QUIEN LA TRABAJA"?

- 1.- Cuauhtémoc                          3.- Emiliano Zapata  
2.- Francisco Villa                      4.- Luis Echeverría

37 3



38.- ¿QUE PERSONAJE APARECE EN LA IMAGEN?

Gonzo

38 1



39.- ¿QUE PERSONAJE APARECE EN LA IMAGEN?

Batman

39 1



40.- ¿QUE PERSONAJE APARECE EN LA IMAGEN?

Alf

40 1

41.- ¿QUIEN SE METE EN SU BARRIL CUANDO ESTA TRISTE O QUIERE ESCONDERSE?"

- 1.- Oliva                                      3.- El Chavo  
2.- La Chilindrina                        4.- Piolín

41 3

42.- ¿QUIEN ESTA ENAMORADO DE MARIA JOAQUINA?

- 1.- Cirilo                                      3.- Jaime  
2.- David                                        4.- Sebastian

42 1



DEJAR LOS  
ESPACIOS  
EN BLANCO

- 51.- ¿QUIEN VENDIO LA MITAD DEL TERRITRIO MEXICANO? 51 1  
1.- López De Santa Anna 3.- Juárez  
2.- Calles 4.- Moctezuma
- 52.- ¿QUIEN FIRMO EL PACTO PARA LA ESTABILIDAD Y EL CRECIMIENTO ECONOMICO? 52 1  
1.- Echeverría 3.- López Portillo  
2.- Díaz Ordaz 4.- Salinas de Gortari
- 53.- ¿QUIEN FUE EL ULTIMO EMPERADOR AZTECA? 53 2  
1.- Moctezuma 3.- Cuitláhuac  
2.- Cuauhtémoc 4.- Netzahualcōyotl
- 54.- ¿QUIEN PROMULGO LA CONSTITUCION QUE ACTUALMENTE NOS RIGE? 54 1  
1.- Hidalgo 3.- Carranza  
2.- Morelos 4.- Salinas de Gortari
- 55.- ¿QUIEN EXPROPIO LAS PROPIEDADES DE LA IGLESIA? 55 3  
1.- López De Santa Anna 3.- Madero  
2.- Juárez 4.- Calles



- 56.- ¿QUE REPRESENTA ESTA IMAGEN? 56 2

lado un mucillo



- 57.- ¿QUE REPRESENTA ESTA IMAGEN? 57 1

lado revolucionario



- 58.- ¿QUE REPRESENTA ESTA IMAGEN? 58 2

lado un fantasma



- 59.- ¿QUE REPRESENTA ESTA IMAGEN? 59 1

lado sonrisa

DEJAR LOS  
ESPACIOS  
EN BLANCO



60.- ¿QUE REPRESENTA ESTA IMAGEN?

60. 2

La de canal 2

61.- "BLUTO" O "BRUTUS" ES PERSONAJE DEL PROGRAMA...

61. 1

- |                      |                   |
|----------------------|-------------------|
| 1.- <u>Popeye</u>    | 3.- Kolitas       |
| 2.- Felinos C6smicos | 4.- Cazafantasmas |

62.- "EL BOTIJA" APARECE EN EL PROGRAMA ...

62. 1

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| 1.- C6ndido P6rez      | 3.- Capulina          |
| 2.- Nosotros Los G6mez | 4.- <u>Chespirito</u> |

63.- "MAC CUAC" ES UN PERSONAJE DEL PROGRAMA ...

63. 1

- |                           |                |
|---------------------------|----------------|
| 1.- <u>Pato Aventuras</u> | 3.- Bugs Bunny |
| 2.- Los Cazafantasmas     | 4.- Don Gato   |

64.- "PORKY" SALE EN EL PROGRAMA ...

64. 1

- |                            |                |
|----------------------------|----------------|
| 1.- <u>Speedy Gonz6lez</u> | 3.- Popeye     |
| 2.- Corre GC corre         | 4.- Bugs Bunny |

65.- LA "RANA RENE" ES UN PERSONAJE DE ...

65. 1

- |                                       |                     |
|---------------------------------------|---------------------|
| 1.- Los peque1os Muppets              | 3.- Alf             |
| 2.- <del>Los peque1os Picapedra</del> | 4.- Los Dinosaurios |



66.- ¿QUIEN ES LA PERSONA QUE APARECE EN LA IMAGEN?

66. 1

Hesoun Costar



67.- ¿QUIEN ES LA PERSONA QUE APARECE EN LA IMAGEN?

67. 1

Emiliano Zapata

DEJAR LOS  
ESPACIOS  
EN BLANCO



68.- ¿QUIEN ES LA PERSONA QUE APARECE EN  
LA IMAGEN?

68 1

Cuahutemoc Cardenas

69.- LA CAPITAL DEL ESTADO DE QUINTANA ROO ES...

69 2

- 1.- Quintana Roo      3.- Villahermosa  
2.- Chetumal      4.- El Carmen

70.- EL RIO QUE SIRVE DE FRONTERA ENTRE MEXICO Y ESTADOS  
UNIDOS ES ...

70 1

- 1.- Bravo      3.- Lerma Santiago  
2.- Usumacinta      4.- Grijalva

71.- LA CADENA MONTAÑOSA QUE ATRAVIESA EL ESTADO DE  
SINALOA ES ...

71 2

- 1.- Sierra Madre Oriental      3.- Sierra Madre del Sur  
2.- Sierra Madre Occidental      4.- Eje Volcánico

72.- EL MAR QUE BANA LAS COSTAS DEL ESTADO DE TAMAULIPAS  
ES ...

72 1

- 1.- Golfo de México      3.- Mar de Cortés  
2.- Océano Pacífico      4.- Mar Caribe

73.- LA CAPITAL DE GUERRERO ES ...

73 3

- 1.- Guerrero      3.- Chilpancingo  
2.- Acapulco      4.- Zihuatanejo

74.- ¿COMO SE LLAMA EL PERSONAJE QUE APARECE  
EN LA IMAGEN?

74 1



GC



75.- ¿COMO SE LLAMA EL PERSONAJE QUE APARECE  
EN LA IMAGEN?

75 1

Gabriela Rivero



76.- ¿COMO SE LLAMA EL PERSONAJE QUE APARECE  
EN LA IMAGEN?

76 1

Pajaro loco

MUCHAS GRACIAS.

ANEXO 2

CUESTIONARIO SOBRE LOS PERSONAJES DE LA HISTORIA NACIONAL, LA POLITICA  
ACTUAL Y LA TELEVISION QUE ESPONTANEAMENTE RECUERDEN.



ESCRIBE EL NOMBRE DE 10 PERSONAJES DE LA TELEVISION QUE RECUERDES,

POR FAVOR  
DEJA ESTOS  
ESPACIOS  
EN BLANCO

- |      |                             |    |            |
|------|-----------------------------|----|------------|
| 22.- | <u>Pablo Maciel</u>         | 22 | <u>19</u>  |
| 23.- | <u>Padre Escobar</u>        | 23 | <u>12</u>  |
| 24.- | <u>Julio</u>                | 24 | <u>25</u>  |
| 25.- | <u>Bati</u>                 | 25 | <u>116</u> |
| 26.- | <u>Spillín</u>              | 26 | <u>57</u>  |
| 27.- | <u>Spillín</u>              | 27 | <u>54</u>  |
| 28.- | <u>El chava</u>             | 28 | <u>60</u>  |
| 29.- | <u>El chapulín</u>          | 29 | <u>117</u> |
| 30.- | <u>El chapulín - laardi</u> | 30 | <u>94</u>  |
| 31.- | <u>El Indio</u>             | 31 | <u>66</u>  |

ANEXO 3

ESUELAS EN LAS QUE SE APLICÓ LA ENCUESTA

ANEXO  
ESCUELAS EN LAS QUE SE APLICO LA ENCUESTA

AGUASCALIENTES

ESCUELAS OFICIALES

1. 21 de Agosto
2. Héroes de Nacozari
3. Benemérito de las Américas
4. Manuel Pérez Treviño
5. Lic. Francisco Primo Verdad
6. Dr. Pedro de Alba

ESCUELAS PARTICULARES

1. Colegio La Paz
2. Colegio Alcalá
3. Colegio Portugal
4. Colegio Margil
5. Colegio Gabriela Mistral
6. Colegio Esperanza

BAJA CALIFORNIA

ESCUELAS OFICIALES

1. Cuauhtemoc
2. Corregidora de Querétaro
3. Salvador Jiménez Gómez
4. Leona Vicario
5. José G. Valenzuela
6. Rafael Ramírez

ESCUELAS PARTICULARES

1. Instituto Félix de Jesús Rougier
2. Colegio Americano de Mexicali
3. Instituto Baja California
4. Instituto Villafontana
5. Colegio Frontera
6. Colegio México

DISTRITO FEDERAL

ESCUELAS OFICIALES

1. Lázaro Cárdenas
2. República de Tanzania
3. Escuela Lidice
4. John F. Kennedy
5. Himno Nacional Mexicano
6. Josefa Ortiz de Domínguez
7. Valentín Gómez Farías
8. Francisco César Morales
9. General Juan N. Álvarez
10. Alejandro de Humboldt

ESCUELAS PARTICULARES

1. Juan Jacobo Rousseau
2. Ana Ma. Alfaro
3. Colegio Oaxaca
4. Colegio de la Reina de México
5. Colegio Princeton
6. Colegio Britania
7. Colegio Continental Americano
8. Liceo Mexicano - Japonés
9. Héroes de la Libertad
10. Colegio Partenon

ESTADO DE MEXICO

ESCUELAS OFICIALES

1. General Lázaro Cárdenas
2. General José Vicente Villada
3. José Ma. Morelos y Pavón
4. Juan Fernández Albarrán
5. Mariana R. de L.
6. Centro Escolar Lic. Miguel Alemán

ESCUELAS PARTICULARES

1. Instituto México de Toluca
2. Colegio Montessori
3. Colegio Villaseca de Toluca
4. Instituto Cultural Paideia
5. Colegio Jean Piaget
6. Colegio de los Niños

GUANAJUATO

ESCUELAS OFICIALES

1. Eufracia Pantoja No. 4
2. Miguel Hidalgo
3. Leona Vicario
4. Calixto Nieto Rojas

ESCUELAS PARTICULARES

1. Colegio Hidalgo
2. Instituto Juan Pablo II
3. Instituto A. Mayllen
4. Instituto México 68
5. Instituto La Salle
6. Instituto Lux

MICHOACAN

ESCUELAS OFICIALES

1. Manuel Avila Camacho
2. David G. V. Berlanga
3. Miguel Hidalgo
4. Madero y Pino Suárez
5. 18 de Marzo

ESCUELAS PARTICULARES

1. Instituto Pedagógico Jean Piaget
2. Instituto Lancaster
3. Colegio Anáhuac
4. Instituto Valladolid
5. Colegio Motolinia
6. Colegio Mariano Elizaga

NUEVO LEON

ESCUELAS OFICIALES

1. Elvira Sepúlveda
2. Jaime Torres Bodet
3. Benito Juárez
4. Jesús González Ortega
5. Rafael Ramírez
6. Profr. José Alvarado

ESCUELAS PARTICULARES

1. Instituto Británico Americano
2. Instituto Regiomontano A. C.
3. Colegio Excelsior
4. Instituto Bilingüe "La Silla"
5. Colegio Vista Hermosa
6. Colegio Panamericano

OAXACA

ESCUELAS OFICIALES

1. Basilio Rojas
2. Escuela España
3. Abraham Castellanos
4. General Francisco J. Mújica
5. Vicente Guerrero
6. Enrique Pestalozzi

ESCUELAS PARTICULARES

1. Centro Educativo Oaxaca
2. Colegio Científicos de Antequera
3. Solar Infantil Oaxaqueño
4. Casa de Cuna
5. Federico Froebel
6. Ing. Carlos Gracida

VERACRUZ

ESCUELAS OFICIALES

1. Adolfo López Mateos
2. Cuauhtemoc
3. Nicolás Bravo
4. Las Américas
5. Adolfo Ruiz Cortines
6. José Azueta

ESCUELAS PARTICULARES

1. Instituto Científico Motolinía
2. Colegio Pedro de Gante
3. Colegio José de Jesús Rebolledo
4. Colegio Las Hayas
5. Colegio Celestín Freinet
6. Colegio México

YUCATAN

ESCUELAS OFICIALES

1. Oficial Estatal Ma. Antonia Ancona
2. Escuela Federal Hermilo Abreu Gómez
3. Ignacio Zaragoza
4. Domingo Solís
5. Jaime Torres Bodet
6. Serapio Rendón

ESCUELAS PARTICULARES

1. Escuelas Modelo
2. Sara Buenfil
3. América Tersiano
4. Montejo
5. Instituto Cumbres
6. Colegio Joaquín Peón Azhar

JALISCO

ESCUELAS OFICIALES

1. Saúl Rodiles
2. Vicente Lombardo Toledano
3. Héroes de la Patria
4. Encarnación Rosas
5. 18 de Marzo
6. Héroes de Nacozari

ESCUELAS PARTICULARES

1. Colegio Niños Héroes
2. Colegio Medrano
3. Colegio Reforma
4. Colegio Cervantes Centro
5. Colegio del Refugio
6. Colegio Franco-Mexicano