



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LA RECEPCIÓN INFANTIL DE LOS NIÑOS DE EDUCACIÓN PRIMARIA SOBRE EL PROGRAMA “EL DIVÁN DE VALENTINA” CANAL 11

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A :

ILIANA HERNÁNDEZ CAMPOS

ASESORA DE TESIS: DRA. ELVIRA HERNÁNDEZ CARBALLIDO



MÉXICO, D.F.

NOVIEMBRE, 2005



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

A mis padres que con su amor y apoyo incondicional han hecho posible este día. Por todos sus esfuerzos y por creer en mí.

Mamá por tu dedicación, confianza y todas esas palabras de aliento que me has dado en cada momento de mi vida.

Papá por brindarme siempre la confianza, el cariño y la libertad para ser una mujer de bien y elegir mi camino.

Con todo mi amor y gratitud, los amo.

Oscar por permitirme valorar tu presencia soy muy afortunada al contar contigo, gracias por estar siempre y mostrarme tu cariño, te quiero hermano.

A todos mis seres queridos que en algún momento de mi vida me han mostrado su afecto y apoyo incondicional. Gracias por sus palabras de aliento y por estar tan cerca de mí.

Por compartir conmigo grandes e irrepetibles momentos, por tu amor, apoyo y cariño. Y ser a pesar del tiempo una parte muy importante de mí. Gracias *Said*.

Gracias *a mis amigos y compañeros*, que me han mostrado siempre su afecto, por todas esas bonitas vivencias que hoy continúan.

A los que hoy ya no están conmigo y me brindan luz para continuar mi camino; *Abuelita* gracias por tus bendiciones, *Angy* se que compartes conmigo esta alegría.

Mi admiración y especial agradecimiento a la *Doctora Elvira Carballido*, por sus enseñanzas y por el tiempo dedicado a esta tesis.

Agradezco a los profesores que revisaron y enriquecieron con sus comentarios el contenido de este trabajo, Rubén Santamaría, Georgina Zarate, Napoleón Glockner y Rolando Chávez.

Gracias a Canal Once por el apoyo otorgado en la realización de este proyecto, especialmente a Rafael Illescas, Enriqueta Calderón y Rubén Gómez por su tiempo y disposición.

Asimismo doy gracias a los niños de la Escuela Primaria Acayucan y a la profesora Elisa Villada por permitirme realizar esta investigación y por todo el apoyo brindado.

INDICE

Introducción	6
Capítulo 1	
LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN	9
1.1 Antecedentes	11
1.2 Teoría y metodología de los procesos de recepción televisiva	18
1.3 La recepción como un proceso mediado	25
Capítulo 2	
LA TELEVISIÓN Y LOS NIÑOS	36
2.1 Influencia de la televisión	38
2.2 Patrones de actuación y estereotipos	45
2.3 Agresividad y violencia	47
2.4 Agente socializador	60
2.5 Aprendizaje y recepción infantil	62
2.6 Desarrollo cognoscitivo y aprendizaje social	63
2.7 Apropiación de los mensajes	69
2.8 Usos y funciones de la TV para los niños	70
Capítulo 3	
LOS VALORES Y LOS NIÑOS	75
3.1 Formación de los valores	76
3.1.2 Los valores	78
3.2 Desarrollo moral en los niños	82
3.3 Educación en valores	87
Capítulo 4	
Estudio de Recepción: El Diván de Valentina como promotor de los valores, estudio de caso.	91
4.1 Creación de la serie	91
4. 2 Reporte Focal: El Diván de Valentina como promotor de los valores, estudio de caso: Niños del 3er. grado de primaria de la Escuela Acayúcan.	96

4.2.1 Desarrollo metodológico	97
4.2.2 Resultados de recepción	104
Conclusiones	110
Anexos	115
Fuentes consultadas	120

INTRODUCCIÓN

La televisión hoy en día es un medio que está presente en todos los aspectos de la vida diaria, es un medio que informa, debate, entretiene y divierte. Desde su inicio la televisión generó grandes expectativas acerca de sus ventajas y desventajas. Así los primeros estudios de la televisión centraron su interés en los efectos que ésta podría provocar en las audiencias. Entre ellos se habla principalmente de la teoría de efectos, de usos y gratificaciones, estudios que fueron pioneros de los estudios de televisión.

En la actualidad el poder y alcance de la televisión va más allá de informar y divertir, hoy los mensajes y contenidos tienen la capacidad de transmitir, proponer y promover modelos de conductas, valores, estilos de vida, modas y estereotipos. Donde los niños y jóvenes son las audiencias más influenciadas por los contenidos y mensajes televisivos.

De esta manera los estudios de recepción ocupan un papel importante en el estudio de la televisión y sus audiencias. La recepción televisiva es un campo que continua en exploración, se han dado importantes avances, pues de ver a los sujetos receptores como pasivos hoy los mecanismos de la recepción no son concebidos sin el papel activo del receptor. Los estudios de recepción recurren principalmente a métodos cualitativos y empíricos, que sin duda proporcionan buenos resultados en el análisis y efectos de los mensajes televisivos en las audiencias receptoras.

La recepción es un proceso que involucra diversos elementos, entre ellos se habla del contexto social y cultural de los sujetos receptores, donde intervienen mediaciones que influyen en la percepción de las audiencias. Entre ellas se habla de las mediaciones individuales, las situacionales, institucionales y las tecnológicas que inciden de manera directa en el proceso y resultado de la recepción.

El capítulo denominado la televisión y los niños aborda el interés por conocer los efectos que la televisión genera en ellos, se exponen así perspectivas pedagógicas, conductuales, cognoscitivas y sociales, que dan una explicación de las consecuencias que provocan en esta audiencia. Los niños son especialmente vulnerables a los mensajes televisivos debido a que se encuentran en una etapa de formación; sus reacciones respecto a lo que observan en la televisión son diversas, y están en función de más elementos que inciden en su propio contexto.

Hoy en día la televisión expone a los niños un sin número de temas dentro de la programación que presenta, donde la violencia pareciera ser el ingrediente principal. Así se hace referencia a los principales estudios y efectos que hablan de las secuelas que se generan en el público infantil ante los contenidos violentos.

Los niños tienen una reacción diferente ante la violencia expuesta en la televisión, la personalidad, vivencias y madurez cognitiva son algunos factores que inciden en la respuesta que tienen ante la violencia que transmite la TV.

Es importante señalar también los aspectos positivos de la televisión y sus efectos, sin duda es un medio que muestra conocimientos generales, diversión y entretenimiento. La TV es vista como un medio que permite socializar al público infantil y como una importante fuente de aprendizaje. Donde el niño se apropia e identifica con los contenidos y mensajes, siendo así una fuerte y positiva influencia en su desarrollo.

La televisión ocupa un lugar privilegiado en la vida de los niños, donde su interés primordial es encontrar un espacio de diversión y ocio, más allá del propósito de conocimiento. De esta manera se señalan los usos que los infantes dan y buscan en la pantalla chica.

Debido a la influencia que tiene la televisión en el público infantil; el tercer capítulo hace referencia al poder y alcance que tiene en la promoción de los valores y

conductas prosociales. De esta manera se habla de la importancia de la familia como responsable principal, en la enseñanza de valías a los niños. En este sentido se integra el papel de la escuela, por ser el escenario donde se da fe de los valores, hábitos y costumbres que los niños viven en su entorno familiar y que los definen como personas. Así se exponen algunas teorías que explican la formación de la moral en los niños, indispensable para el desarrollo conciente de los valores.

Finalmente el último capítulo expone el estudio de recepción realizado en un grupo focal conformado por cinco niños y cinco niñas. El objetivo central de este estudio consistió en analizar, interpretar y medir la influencia del programa *El Diván de Valentina* como promotor de valores.

Se recurrió a la aplicación de cuestionarios, a la observación, registro e interpretación de datos, así como al intercambio de ideas entre los miembros del grupo focal, quienes observaron tres episodios de la serie *El Diván de Valentina*.

De igual forma se habla de los antecedentes de la serie, y de las características que implica para Canal Once crear, realizar y sacar al aire un contenido dirigido a niños.

CAPITULO 1

LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN

En este capítulo se aborda la importancia que ha tenido la televisión en las audiencias y por tanto en los efectos que ha generado por medio de sus contenidos a través del tiempo. Para lograr una mejor comprensión de los efectos que ha provocado, es indispensable hacer referencia a los primeros estudios sobre los efectos de la televisión, llegando así a los precedentes de la recepción en países europeos y latinoamericanos principalmente. En donde las investigaciones se han centrado primordialmente en el análisis de la recepción televisiva, existiendo muy poco sobre la recepción de otros medios.

Dentro del auge de los estudios de recepción en Latinoamérica se dieron importantes avances en la década de los noventa, resultando así postulados importantes de autores como Martín Barbero con la mediación cultural, y la teoría de las mediciones o enfoque integral de las audiencias de Guillermo Orozco por mencionar algunas.

Por otra parte también se destaca la importancia de la televisión como medio generador de conocimientos y promotor de conductas, que se refuerzan con frecuencia en la familia y la escuela, siendo el entorno social un elemento indispensable en los estudios de recepción. En este contexto se menciona la importancia que ha cobrado la audiencia dentro del proceso de la recepción televisiva, pues de ser el sujeto receptor inicialmente pasivo asume un papel protagónico en la recepción tornándose un sujeto activo, capaz de realizar una selección y apropiación de lo que ve en la televisión.

Posteriormente se abordan los mecanismos de estudio que han dado pauta al desarrollo de la recepción, de los cuales la mayoría pertenecen a estudios empíricos y cualitativos, surgiendo con ello algunos postulados que han generado

reflexiones, aportaciones y controversias entre los investigadores en el tema. De esta manera se asume que la recepción es un campo de estudio muy vasto, que requiere la integración de variables y elementos diversos para su análisis. Destacando así la integración de elementos cualitativos en la investigación, entre ellos se habla del método etnográfico, que desataca la responsabilidad del investigador para recolectar los datos que se dan principalmente por medio de la observación de los sujetos y de su entorno.

En este contexto se encuentran los estudios realizados por Guillermo Orozco quien hace una importante referencia a las teorías del aprendizaje para el estudio de la recepción infantil y la televisión. En donde destaca la presencia de elementos que inciden directamente en el proceso de recepción, a lo que denomina mediaciones, que provienen del entorno social y cultural del receptor.

Así se hace referencia de las mediaciones individuales entre ellas se encuentran el género, edad, y la etnia; las situacionales referidas a los escenarios del sujeto receptor; las institucionales, donde destacan la familia y la escuela, y por último se mencionan las mediaciones tecnológicas, que señalan los recursos principalmente técnicos de los que se vale, en este caso de las técnicas de la televisión para llegar a las audiencias receptoras.

Finalmente este capítulo habla de la importancia que tienen las diversas mediaciones en el proceso de recepción televisiva y el efecto que provoca en las audiencias, en este caso en el público infantil. En el cual se centra esta investigación, y que será expuesta en el capítulo siguiente, referido a la televisión y los niños. En donde se hablara de la influencia que este medio ejerce en la conducta, aprendizaje y socialización del público infantil.

1.1 Antecedentes

Para hablar de la importancia que tiene la televisión y los efectos que ésta genera en las audiencias, es indispensable analizar a la recepción como un proceso complejo que involucra diversos factores para su estudio. De esta manera las primeras teorías sobre los efectos de los medios brindan importantes aportaciones para el estudio de la recepción, entre ellas se encuentran la teoría de la bala mágica o aguja hipodérmica, los estudios críticos de los medios, los usos y gratificaciones y el análisis de las audiencias por mencionar algunas, que son tema necesario en el desarrollo de esta investigación. Así se llega a los inicios de la recepción, de los factores que la integran, las metodologías y teorías que se desprenden de ella, y de las críticas y postulados de autores que otorgan más elementos para el estudio de la recepción de los contenidos televisivos y los efectos que genera en las audiencias.

Debido al desarrollo constante de los medios masivos de comunicación, la televisión específicamente ha cobrado mayor importancia entre los investigadores, comunicadores, pedagogos y educadores. Cada vez son más los estudios que sobre ella se hacen pues se ha convertido no solo en un pasatiempo diario o en un modo de distracción, la televisión cobra importancia por ser un instrumento de penetración, en la medida que expone significaciones y sentidos, informaciones, acontecimientos, modos de vida, costumbres, ficciones y realidades. La televisión y todo lo que ella implica es hoy un referente indispensable en el intercambio social y en la significación de la vida diaria.

En la actualidad se requiere de un acercamiento integral al estudio de la televisión que abarque la emisión y recepción, así como el proceso y resultado de estar expuestos habitualmente a ella y sus mensajes. De ahí que la recepción o percepción de lo que la televisión emite, deje de ser una etapa o un momento del

proceso de comunicación y se transforme en un espacio desde el cual se pueda reconsiderar el estatuto de la comunicación.

Dentro de la investigación sobre el impacto que tiene la televisión se da por supuesto que la recepción es sólo el lapso de tiempo que se esta frente a ella, en donde el receptor esta expuesto a la influencia directa o indirecta de la programación y del tiempo que dedica a ver el televisor. Sin embargo con el tiempo han variado las formas de ver al receptor, se le ha estudiado de diversas perspectivas que han generado polémicas entre los estudios de la comunicación y sus efectos. No hay nada concreto las teorías y posturas son cambiantes día a día, pues cada vez son más elementos que forman parte de los estudios de recepción.

Aproximadamente en la década de 1930 se inician en Estados Unidos los primeros estudios sobre los efectos de la comunicación en las audiencias receptoras. En donde el receptor era planteado en términos cuantitativos y en generalidades, de igual manera se hablaba de la comunicación como un mecanismo lineal de contenidos a mostrar, no como un proceso, de ello habla la teoría de la *bala mágica o aguja hipodérmica*, estableciendo así que la exposición constante del receptor a ciertos medios ocasionaría en él efectos nocivos.

Posteriormente esta convicción se modifico por una postura más critica donde se pensó a la recepción como un fenómeno mucho más complejo, de tal forma había que incorporar más elementos para su estudio y por tanto optar por nuevas metodologías. Ya en la década de los 60 y 70 el estudio crítico de los medios de comunicación integra diversos elementos que forman el proceso de comunicación, al emisor, mensaje y receptor, así el proceso de recepción se centra en el conocimiento de los hábitos de exposición a los medios de comunicación y los usos sociales, se deja de pensar en el receptor como sujeto pasivo y se establece al receptor como sujeto activo capaz de hacer uso del mensaje recibido y apropiarse de él con base a sus vivencias.

En algunos países europeos los primeros estudios en cuanto a la recepción se remontan a más de dos décadas, donde la sicología y la pedagogía toman la iniciativa considerando a la recepción como un componente determinante en la educación. En Francia la *pedagogía del lenguaje* total influyó para que la sociedad en general y los educadores en particular tomaran conciencia de la necesidad de una educación frente a los medios, en Inglaterra la nueva sociología destaca que “los medios de comunicación necesariamente median la relación entre receptores y realidad, que sus mensajes no son transparentes ni unívocos y que... los medios de comunicación son significantes de la realidad”.¹

En Inglaterra Roger Silverstone y David Morley han desarrollado una línea de investigación sobre el tema de la recepción y consumo de medios; en donde alguno de estos trabajos han tenido inferencia etnográfica, buscando así inferir en la vida cotidiana de los grupos que han estudiado, pues establecen que es ahí en donde se asigna el significado a lo percibido.

En países desarrollados el estudio de la recepción cuenta con mayor infraestructura y apoyo social, y en países no tan desarrollados la situación es otra, muchos de estos estudios y programas de recepción son más bien marginales o se desarrollan en condiciones precarias. Por ello la creciente tendencia de institucionalizar a la Educación para la Recepción.

Como resultado de los distintos orígenes y desarrollo de la Educación para la Recepción (ER), el debate actual en muchos países europeos se centra en la integración de los programas de la ER por los sistemas y autoridades educativas, en la preparación de los docentes y en los enfoques pedagógicos para educar a los sujetos en la percepción de los mensajes.

¹ Charles, Mercedes y Orozco Gómez. Educación para la recepción. Ed. Trillas, México, 1990, p. 24.

Así mismo en Canadá, la Asociación Nacional de Telespectadores busca incidir en el proceso de recepción por medio de la orientación especializada a maestros y padres de familia acerca de la programación televisiva y del análisis de los aspectos tales como la violencia, los estereotipos sexuales y la moral, esta asociación también tiene la tarea de promover y organizar congresos y debates públicos en torno a los temas sobre la televisión y su recepción.

En cuanto a los estudios de recepción en América Latina y México la atención se centra en los diversos sectores de la sociedad e investigadores interesados en establecer la importancia de la televisión como un medio de poder, ideológico, social, cultural y educativo, ellos coinciden en la búsqueda de estrategias eficaces para el estudio de la recepción televisiva y sus efectos en los receptores.

Así los programas sobre recepción se desarrollan fundamentalmente en el ámbito educativo, en donde existe una preocupación por la creciente presencia de los medios, especialmente de la televisión y las reacciones e influencias que generan en la vida diaria de los receptores.

En países como Chile y Costa Rica se han involucrado a los padres de familia en los procesos de recepción televisiva, con el objetivo de aprovechar la penetración que tiene la televisión para mejorar la comunicación familiar.

Existen diversas investigaciones sociales que buscan respuestas y avances en el terreno de la recepción, así una de las contribuciones más importantes de estudios críticos en América Latina sobre la interacción entre televisor y televidentes es mostrar como esa interacción no queda reducida al momento explícito de estar frente a la pantalla del televisor. La relación es mucho más compleja e incluye otros factores que condicionan y mediatizan la recepción de los sujetos desde un particular punto de vista, en donde las instituciones sociales y familiares de cada receptor determinan y modifican de manera importante el proceso de recepción.

En México el estudio de la recepción ha generado propuestas importantes, el trabajo específico de Guillermo Orozco plantea un análisis de la relación televisión y niños, y destaca la importancia de establecer y desarrollar mecanismos de recepción principalmente en la audiencia infantil. Orozco destaca que la recepción debe ser vista a la luz de un proceso atravesado por mediaciones, que permiten comprender la interacción de los niños con la televisión, y por y tanto los efectos que ésta tiene sobre ellos.

Los estudios de la comunicación de masas históricamente se han realizado desde diferentes posturas teóricas que tratan de entender el fenómeno. A lo largo de años de investigación sobre la recepción y las audiencias, han brindado aportes y avances importantes en estos polémicos temas. De ello dan cuenta: los efectos de los medios, de usos y gratificaciones, los estudios culturales y el análisis de las audiencias entre otros.

Efecto de los medios. La preocupación principal es conocer que es lo que hacen los medios de comunicación con las audiencias, esta corriente se desarrollo en la década de los años 30, a medida que todos los medios de comunicación tenían cada vez más importancia y se abandera bajo el estatuto a mayor exposición del mensaje mayor es entonces el efecto. En esta perspectiva ver la televisión empezaba cuando el individuo encendía el televisor y terminaba cuando este lo apagaba o se alejaba de él.

Hacia los años 50 el estudio de los efectos de la televisión se insertan en la sociedad básicamente como un medio de información y entretenimiento, por lo que su interés de estudio va dirigido hacia los consumidores. Hoy en día el debate continúa cuestionando si se pueden medir realmente estos efectos y de que tipo son, y con ello se genera polémica, pues no se habla de una metodología definitiva.

En la actualidad la corriente de efectos de los medios es considerada obsoleta, aunque sigue teniendo cierta importancia debido al interés de educadores y padres de familia que buscan conocer los efectos que la televisión genera en sus niños y jóvenes.

De usos y gratificaciones. Esta postura sostiene que los individuos son lo suficientemente hábiles como para tomar de los mensajes televisivos sólo lo que les puede ser útil o necesario, desechando lo que ellos consideran perjudicial. De tal manera que la audiencia es activa y busca obtener del medio la satisfacción de una necesidad o una gratificación, de ahí que en este modelo se ha buscado un dictamen sobre las necesidades de consumo de los receptores. Este modelo entiende a los receptores como individuos activos en los procesos de exposición, consumo, decodificación y usos sociales de los medios de comunicación.

Estudios culturales. En estos estudios la prioridad es determinar el papel de la cultura con relación al medio, el mensaje y la audiencia, es decir la manera en que la cultura influye en los medios de comunicación. Los estudios culturales reconocen que existe la promoción y expansión de las ideologías dominantes por parte de los grupos que las producen, aclara que el receptor puede aceptar, rechazar o negociar el mensaje según sus diferentes mediaciones a las que esté expuesto y a las percepciones que él mismo formule basado en la realidad en que se encuentra.

Análisis de las audiencias. La audiencia es considerada como un sujeto activo condicionado individual y colectivamente, y su participación es fundamental. Guillermo Orozco sostiene que “la audiencia no nace sino se hace”² En este contexto los receptores crean los marcos idóneos dentro de los cuales los mensajes adquirirán sentido. En su tesis doctoral este autor sostiene que ante el televisor los miembros de la audiencia entran en una secuencia interactiva que

² Orozco, Guillermo. Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Ediciones de la Torre. UIA. México. 1996. p. 32.

implica varios grados de involucramiento y procesamiento de contenido televisivo. Identifica las etapas principales de esta secuencia, que inicia con la atención, pasa por la comprensión, la selección, la valoración de eso percibido, el almacenamiento e integración con informaciones anteriores y, finalmente, se realiza una apropiación y una producción de sentido, también reconoce que se puede realizar de formas distintas. Sin embargo, en cualquier caso se trata de un proceso fundamentalmente sociocultural.

Uno de los planteamientos básicos de esta corriente en el orden metodológico es el emplear elementos cualitativos y cuantitativos, ambos son de importancia para la obtención de datos que permitan un análisis real.

Así lo interesante de los estudios de recepción es que su base es sumamente compleja al integrar contextos culturales, sociales e históricos de las audiencias, además de factores institucionales y de producción de los medios masivos dentro del análisis de la construcción de significados. El hecho es ver a la recepción más allá del tiempo que un sujeto está expuesto a ella, la recepción va a estar determinada por múltiples factores que inciden en el proceso mismo. Estos factores conocidos en el ámbito de la recepción como mediaciones, entre las que destacan la familia, escuela, instituciones, grupo de amigos que serán tratadas en el siguiente apartado.

Martín Barbero a realizado trabajos importantes de la recepción desde el ámbito de la cultura, el busca en sus trabajos comprender de forma más precisa a la televisión, así ha incursionado en el melodrama, en donde trató aspectos como la competitividad industrial, las rutinas de producción, las estrategias comerciales y hasta los usos sociales del melodrama. De este estudio desprende tres elementos con sus implicaciones metodológicas: hábitos de consumo y rutinas familiares, espacios de circulación y resemantización, y competencias culturales e imaginarios colectivos.

Estos planteamientos han propiciado que otros investigadores consideren a la familia como pilar de la audiencia. De tal manera que dentro de ella es donde ocurren las primeras apropiaciones de los mensajes, aquí el receptor se enfrenta a varios antecedentes, es decir a gran cantidad de información no solo cultural que está presente antes y después de interactuar con la televisión y que ejerce una forma de mediación entre lo visto en la televisión y el receptor. A esto Guillermo Orozco le denomina proceso de apropiación con mediaciones múltiples. Y señala que “ en un esfuerzo por rescatar la mediación para el terreno de la televidencia propone que se le entienda como un proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con la TV como la creación por ellos del sentido de esa interacción”.³

El poner a la familia como un elemento fundamental en donde se lleva a cabo el proceso de recepción y apropiación del mensaje televisivo, abrió una nueva línea de investigación que interesó a los estudiosos de la recepción en Latinoamérica. Así la familia como institución educativa y socializante tiene la capacidad de influir directamente en la manera de ver y responder a los mensajes de la televisión, específicamente en la audiencia infantil. Audiencia muy vulnerable a los contenidos de la programación televisiva.

1.2 Teoría y metodología de los procesos de recepción televisiva

El estudio de la recepción es un tema que al lo largo del tiempo ha generado propuestas y discrepancias entre los investigadores de los medios, no hay nada escrito, existen diferencias teóricas, y a pesar de esto, los estudios sobre la recepción continúan en desarrollo, debido a la importancia que tiene la televisión en la vida cotidiana, en los procesos sociales, políticos, culturales y educativos.

³ Orozco, Guillermo. Op. cit. p. 84.

Orientados por la influyente noción de contexto de recepción, muchos de los trabajos pioneros comparten el criterio de restringir la óptica sobre el problema de la televisión y su consumo, ante ello Sergio Caletti apunta que no existe una teoría en términos de comunicación de la recepción, ni tampoco los suficientes soportes teóricos de la misma.

De igual forma afirma que el escenario actual de la comunicación en Latinoamérica se caracteriza por presentar una serie de turbulencias teóricas y destaca que en las teorías de recepción no existe un rigor, debido a que estas no tuvieron que combatir contra otros enfoques teóricos, al contrario vinieron a cubrir relativamente un vacío aprovechando la cuesta abajo de otras posturas teóricas.

Por tanto este autor se cuestiona ¿a qué se refieren los estudiosos cuando hablan de las teorías de recepción? y apunta, “las teorías de recepción aluden a una enorme variedad de estudios cuyo común denominador es la ruptura de los planeamientos teóricos anteriores... Por esta razón las teorías de recepción no son un desarrollo orgánico de tesis, más bien responden a un fuego cruzado de lecturas que se arman con lo que pueden para batirse contra las grandes referencias que dominaron por décadas el conocimiento social”.⁴

La crítica más importante que realiza Sergio Caletti a las teorías de recepción destaca la problemática de convertir en respuestas lo que solo eran cuestionamientos por parte de los académicos. Así habla también de los usos blandos o ideológicos de la recepción, los cuales coinciden en asumir las reflexiones actuales de la comunicación como una maduración interna del campo, que suponen tanto una indiscriminación y desconocimiento del tema, plantea finalmente la importancia de hacer avances teóricos significantes que permitan

⁴ Herrán, Monedo Claudia. Un salto no dado: De las mediaciones al sentido, Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva. Cuadernos de comunicación y prácticas sociales No. 6. UIA. México. p. 32.

pensar en el papel que juega la comunicación dentro de una producción social de las significaciones.

Reflexionar sobre los procedimientos metodológicos de la recepción invita a mencionar los estudios principalmente empíricos realizados por (Jacks, 1993) en Brasil en el cual exploró y destacó la importancia del contexto cultural y su influencia entre la relación audiencia y televisión, y cómo estas audiencias elaboran sus prácticas de recepción frente a los contenidos televisivos. A este autor se le suma la reflexión de Elizabeth Lozano⁵ quien argumenta la necesidad de reconocer los fenómenos culturales que amplían el terreno de acción al receptor. Así plantea que hay que dejar de pensar solo en una audiencia uniforme para abordar a las audiencias plurales, y pasar del momento en que se da la comunicación a las prácticas culturales, es decir estudiar a los medios de comunicación desde la cultura y todo lo que ella integra incluyendo así al vivir diario, para entender de esta manera a la recepción como un espacio de negociación y apropiación de muchos significados y elementos.

Hay que hacer hincapié en que actualmente no podemos concebir a las audiencias como simples grupos de consumidores o espectadores de los medios, sino como espacios donde se generan hechos socialmente significativos: allí se construyen identidades, se comparten significados colectivos, se generan nuevas ideas, se crean estilos de vida.

Al hablar de audiencias plurales implica la existencia de varias formas de relación, atención, lectura y oposición con respecto a los textos o mensajes emitidos, las audiencias son la pieza clave en el proceso de recepción. Ante ello hay que establecer interrogantes fundamentales al hablar de audiencia, saber como pasar de la mente individual a la mente colectiva, ¿cómo se trabaja con las audiencias? ¿cómo influye la cultura en estas audiencias?, etc.

⁵ Lozano, Elizabeth. El sujeto cautivo a los consumidores nomádico, en Diálogos de la Comunicación. No. 30. Lima. p. 25-26

De esta manera se establecen algunos supuestos teóricos que orientaron la investigación en la relación audiencia y contexto cultural, específicamente para ver como los miembros de la audiencia elaboran sus prácticas de recepción frente a los contenidos masivos producidos con otras referencias simbólicas.

Nilda Jacks⁶ establece como primer supuesto: a la comunicación como un proceso cultural, lo que implica admitir la naturaleza comunicativa de la cultura y la naturaleza cultural de la comunicación, hay una relación específica entre ambas, uno sin otra no serían posibles.

El segundo supuesto: La identidad cultural fue concebida más como un fenómeno relacional/comunicacional que como la mera percepción de los usos y costumbres fijados por una tradición. Es decir se dejó a un lado el concepto de identidad cultural relacionado con la idea de lo autentico y de lo puro.

Los medios de información tienen la capacidad de ser agentes que dinamicen y fortalezcan identidades culturales, sean éstas locales o regionales, tercer supuesto.

Y por último coincide con García Canclini al mencionar que la identidad tiene que pensarse ahora como la capacidad de interactuar con las múltiples ofertas simbólicas internacionales desde las propias posiciones.

Así el proceso de recepción fue considerado como: Un fenómeno complejo y contradictorio que va más allá del acto de ver televisión, un factor interactivo y de negociación entre el emisor y receptor, un proceso mediado por muchos agentes y situaciones y por último un factor de producción de sentido por parte de los receptores a partir de sus propios referentes.

⁶ Jacks, Nilda. Televisión e identidad en los estudios de recepción. En Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva. Cuadernos de comunicación y practicas sociales No. 6. UIA. p. 55

En cuanto los aspectos metodológicos de la recepción se han desarrollado prácticas y estudios principalmente cualitativos de investigación social todos con la intención básica de dar cuenta de la actividad de los sujetos receptores y de sus percepciones que tiene de los medios, en este caso de la televisión.

Entre ellos se encuentra el modelo de Estudios Críticos de la Audiencia (Critical Audience Research). Este modelo se ha conformado a partir de una comprensión integral del proceso de recepción, y tiene como objetivo principal diseñar y aplicar estrategias de análisis acordes con esa nueva formulación del objeto de estudio. James Lull (1991) uno de los pioneros dentro de esta corriente, ha empleado métodos etnográficos (cualitativos) para dar cuenta del proceso de recepción televisiva, así ha señalado la importancia sobre la constitución e interacción de la audiencia televisiva sugiriendo una teorización sociocomunicacional que permite integran niveles macro y micro sociales en la conformación de la interacciones de la audiencia con el medio televisivo.

En cuanto al método etnográfico James Lull subraya la importancia y responsabilidad de los investigadores al aplicar este método para el estudio de la audiencia, y destaca los siguientes parámetros:

- Observar y señalar la conducta rutinaria de todos los tipos de características de aquellos que están siendo estudiados.
- Hacerlo en los escenarios naturales en los que se produce la conducta.
- Interpretar tras considerar los detalles de la conducta de comunicación, poniendo atención especial a las modalidades frecuentemente sutiles, aunque reveladoras , en que los diferentes aspectos del contexto se informan entre sí.⁷

⁷ Lull, James citado por Santaga, Miguel Ángel. Los estudios de comunicación y la etnografía de audiencias. En revista Latina de comunicación Social No. 10. Octubre 1998. <http://lazarillo.com>

Así la investigación etnográfica se describe como un método de investigación estructurado en una gran diversidad de fuentes de información en torno al sujeto o los sujetos inmiscuidos en la recepción o percepción de los medios de comunicación y sus efectos, siendo el etnógrafo el interprete de todos los datos que recolecta dentro del medio en el que se desenvuelve el sujeto, por medio de pláticas, entrevistas y observación.

Morley y Silverstone (1993) señalan: “ pesar de los frecuentes pánicos morales acerca de la televisión y la familia, todavía es muy poco lo que sabemos acerca de cómo las familias consideradas como algo distinto de los individuos (...) interactúan con la televisión y hacen uso de ella en sus vidas cotidianas”.⁸

Orozco ha realizado numerosos trabajos de recepción, principalmente empíricos, en los cuales se ha respaldado con el diseño y aplicación de cuestionarios (Orozco 1987, Segura 1992); guías de observación participante (Uribe, Covarrubias, González 1993); entrevistas profundas (Uribe 1992); entrevistas semiestructuradas (Renero 1992); técnicas de psicodrama (Cornejo 1992); grupos focales (Aguilar 1995); llenado de bitácoras (Márquez 1997) procesos de recolección de información que inciden propiamente en la etnografía de las audiencias.

En las técnicas específicas de recolección de información privilegia tres métodos, el primero hace mención a los estudios de caso, que dan pauta para abordar el contexto sociocultural de los receptores y obtener así información de la interacción que se genera con los mensajes televisivos. El análisis de contenido que consiste en desentrañar los guiones (los cuales se aprenden mediante la interacción social de los sujetos receptores) y los ámbitos de significación de las instituciones sociales estudiadas. Y por último el ya mencionado método etnográfico.

⁸ Ibíd.

Por su parte Guillermo Orozco apunta que es necesaria una adecuada metodología que permita hablar del relativismo como del determinismo en el análisis de los procesos relacionados con los medios. De esta forma su propuesta enmarca el juego de diferentes mediaciones (macro, micro e intermedias) lo que el llama dialéctica de la recepción, la cual trata de integrar la teoría de la estructuración de Giddens (1984), la mediación cultural de Martín Barbero (1986) y su trabajo principalmente empírico con teleaudiencias. Sin embargo en los planteamientos de Orozco algunos autores mencionan la imprecisión del autor al referirse a lo *social* y por el otro lado que no se piense en los problemas en términos relacionales.

La propuesta de Orozco en lo que se refiere a las teorías del aprendizaje y de la acción social para el estudio de la recepción infantil se basan en los siguientes tres puntos:

- Considera a los niños como *aprendices sociales activos*.
- Considera que el desarrollo de la habilidades cognitivas fija los límites de lo que los niños pueden aprender.
- Y la relevancia de lo aprendido es determinada social y culturalmente.

En su teoría de la acción social, el aprendizaje de los niños es el resultado de una actuación intencionada (agency). La actuación del niño no es una acción o reacción mecánica a ciertos estímulos, es una secuencia reflexiva de acciones que busca cumplir un objetivo. Y a la vez la acción social está mediada cognoscitiva y socialmente. Sin embargo la crítica a su postura es que la acción social termina restringiéndose a lo que reflexiva y racionalmente decida el sujeto, es decir, el sujeto finalmente decide sobre su acción a pesar de las mediaciones sociales.

Este autor no analiza cómo el niño -como agente social- genera ciertas representaciones del mundo; un mundo simbólico que es el que el niño pone en juego cuando se sienta a ver el televisor. Lo que si subraya el autor, es que en la

relación audiencia y televisión existen una serie de influencias directas o indirectas que alteran el proceso de recepción, especialmente en los niños a lo que él llama mediaciones, las cuales estructuran el proceso de aprendizaje del sujeto, proveniente del contexto sociocultural y de la propia mente del sujeto.

1.3 La recepción como un proceso mediado

La recepción televisiva va más allá del momento específico de mirar el televisor, la relación que se entabla entre la audiencia y la televisión está influenciada por múltiples elementos a lo que Guillermo Orozco le llama mediaciones. Este autor define a la mediación como un conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje principalmente de los niños, con quienes ha realizado diversos estudios en México, él analiza las diferentes mediaciones desde la comunidad infantil y estudia por ende a las diferentes instituciones sociales, principalmente a la familia y la escuela en su interacción con la Televisión y los niños.

Desde este particular punto de vista propone categorías de análisis, entre ellas la de *televidencia* por recepción televisiva y los guiones mentales, que son tema del siguiente capítulo. Desde el concepto llamado televidencia, Orozco aborda a las diferentes mediaciones que intervienen en el proceso de recepción televisiva. Y así establece que la recepción es un proceso múltiple y contradictorio, donde entra en juego una variedad de mediaciones determinadas tanto por las relaciones sociales en las que está inserto el sujeto, como por su posición social, cultural e histórica.

“La mediación como concepto analítico para abordar la interacción TV-audiencia está ganando ímpetu en la investigación latinoamericana de la TV. Los modelos reduccionistas de los Efectos de los Medios o de los Usos y Gratificaciones se están quedando rezagados (Orozco,1992)...la mediación se ha aceptado ya sea como filtro (McQuail, 1983) y como intervención explícita entre un sujeto y un

fragmento de información (Kettner, 1987) o como resultante del control social en la reproducción de lo real para la audiencia por los medios (Martín, Serrano 1987).”⁹

La mediación originalmente también se asociaba a la identidad cultural de los sujetos y con la producción diaria de la cultura, Martín Barbero (1990) ha relacionado el concepto de mediación con las prácticas comunicativas características de la audiencia, como un proceso estructurante y a la vez involucrado en tres dimensiones: socialidad, ritualidad y tecnicidad. Sin embargo este autor no ha elaborado el concepto de mediación de una manera más definida.

Guillermo Orozco en su trabajo *Televisión y audiencias* subraya que la mediación en el contexto de televidencia o recepción se debe entender como un *proceso estructurante* que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con la TV como la creación por ellos del sentido de esa interacción.

De este modo el autor distingue una tipología que permite elaborar diferentes categorías de mediaciones distinguiendo así lo siguiente:

- Las mediaciones como procesos de estructuración derivados de acciones concretas o intervenciones en la televidencia.
- Diferencia a las mediaciones de las fuentes de mediación, o lugar en donde se originan estos procesos estructurantes.
- Así la mediación se manifiesta por medio de acciones y del discurso, pero ninguna acción singular o significado particular constituye una mediación propiamente.

Con base a lo postulado anteriormente, “las mediaciones se generan en diversas fuentes: en la cultura, política, economía, en las clase social, en el género, edad,

⁹ Orozco, Guillermo. *Televisión y audiencias: Un enfoque cualitativo*. Ediciones de la Torre. UIA. México.1996. p. 83.

etnicidad, en los medios de información, en las condiciones situacionales y contextuales, en las instituciones y en los movimientos sociales”.¹⁰

Las mediaciones según Orozco provienen de diversos sitios, de donde el receptor o televidente interactúa y se relaciona, es decir muchas de ellas se generan en su entorno social, académico, familiar etc. De ahí que las mediaciones son propiamente generadas por el mismo individuo en tanto sujeto cognoscente, emocional y experimentado de sus propias vivencias, el receptor llega a ser autor de sus propias fuentes de mediaciones, que a la vez llegan a mediar a otras.

La interacción de audiencia y televisión conlleva a hablar de una mediación múltiple, en donde intervienen varias fuentes de mediación, lo que representa un rompecabezas para los investigadores. Por ello se sugieren principalmente cuatro tipos de mediación, en donde la cultura va a destacar sobre todas las demás, no pretendiendo ser determinantes pues esta clasificación no es de ninguna manera ni exhaustiva ni excluyente. De esta manera se habla de la mediación individual, situacional, de referencia y tecnológica, clasificación que ha realizado Guillermo Orozco en sus estudios sobre recepción.

Mediación individual

La medición individual surge a partir del sujeto, como individuo con un desarrollo cognoscitivo y emotivo determinado y propio, y como sujeto social miembro de una cultura. En ambas situaciones este sujeto social-individual, se desenvuelve y desarrolla en diferentes escenarios.

Dentro de las mediaciones individuales se menciona a la mediación cognoscitiva, como la principal mediación de este tipo. Esta mediación se refiere “al resultado

¹⁰ Ibíd. p. 84.

derivado de esa estructura mental por medio de la cual el sujeto conoce. Las fuentes de esta mediación pueden ser operacionalizadas como esquemas

mentales (Ben 1988), como se ha hecho en el terreno psicológico; como repertorios o textos como se ha hecho en el campo de los estudios culturales y de los estudios literarios (Morley, 1986, Fiske, 1987), o bien como guiones (Bukingham, 1986) en un intento por conceptualizar la mediación dentro de la teoría de la estructuración aplicada a la recepción televisiva (Orozco, 1990).¹¹

Dentro de la mediación individual se incluyen fuentes de estudio que son de gran utilidad en el análisis de las audiencias, el género, la edad, y la etnia. Al respecto algunos autores hacen hincapié en los aspectos biológicos, si se es hombre o mujer, pues argumentan existe una diferencia en los modos de ver la televisión y prestar atención a la pantalla y a lo que en ella observan. Existen estudios que hablan sobre estas diferencias de ver TV (Martín y Halverson, 1981) y sobre los blancos de atención entre hombres y mujeres en la pantalla.

En esta línea de investigación sobre la importancia del género, no se puede negar que en la interacción TV y audiencia, existen modos diversos de ver la televisión, según la visión femenina o masculina, y por tanto estas diferencias se reflejan en los resultados de los estudios de las teleaudiencias y sus efectos en los televidentes.

Con respecto a la edad, esta es otro factor de mediación, la edad cobra un papel destacado en la diferenciación de la interacción de los receptores con la televisión al influenciar sus preferencias, sus modos y tiempos de recepción televisiva. Las edades de la audiencias son un determinante en la elección de programación que consumen habitualmente, los niños por ejemplo basan su atención en las caricaturas y los adolescentes en las series extranjeras. De igual manera un niño

¹¹ Orozco, Guillermo. En Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva. Cuadernos de comunicación y practicas sociales No. 6. UIA. p. 75.

no pasa el mismo tiempo viendo el televisor que un adulto mayor, un adolescente o una ama de casa, pues cada uno de estos televidentes tiene ocupaciones diversas, intereses y otras actividades que de alguna manera interfieren en el tiempo que le dedican a ver el televisor.

La manera en que los televidentes ven la televisión es diversa entre ellos y por tanto cambiante, pues su capacidad de apreciación, asimilación, retención conocimiento e influencia que la televisión les genera corresponde en buena medida a la edad del auditorio.

La etnia puede ser otro criterio de mediación individual, ya que proporciona datos sobre la interacción social de diversos segmentos de audiencia. “La etnicidad se puede relativizar a las condiciones socioeconómicas y políticas, especialmente cuando esta se asocia a grupos minoritarios”.¹²

En una investigación sobre los medios realizada en Estados Unidos, en un grupo de hispanos, no se especifica si las características de la interacción medios-audiencia se deben a las diferencias étnicas genéticas o a su situación, a sus tradiciones y al desarrollo característico que conforma su hábitat.

Mediación situacional

La mediación situacional se refieren básicamente al entorno que rodea al televidente mientras ve el televisor, a su interacción con el mismo y a la realización de otras actividades simultaneas cuando se está viendo la TV. Esta mediación procede también de los escenarios en los que el receptor se desenvuelve, su entorno social, grupo de amigos, el espacio en el que socializa, tanto física y espacialmente, es decir el lugar destinado a ver el televisor, llámese sala, recámara, estudio, comedor o cocina.

¹² Orozco, Guillermo. Televisión y Audiencias: Un enfoque cualitativo. Ed. De la Torre. UIA. p. 86

Los diversos espacios o escenarios tienen diferentes posibilidades y limitaciones para el proceso de recepción televisiva, tanto a nivel espacial como a nivel interacción posible de la teleaudiencia. De esta manera el tamaño del escenario en donde se encuentra el televisor, cobra importancia en la actividad de los televidentes y la interacción con los demás miembros o con otras actividades que realizan al mismo tiempo que ven la televisión. Por ejemplo, si se acostumbra a ver la televisión en un espacio (sala, comedor o estudio) con otros miembros de la familia o si cada miembro prefiere ver en su habitación el televisor, la interacción que se genera entre el televidente o receptor y el televisor varía notablemente.

La atención que se preste al televisor es un elemento clave para generar comentarios y conversaciones sobre lo que se está viendo en la TV, ya sea que se vea en forma individual o con la participación de otros miembros de la familia o amigos. Así mismo el espacio en el que se realiza esta actividad: ver televisión permite a los receptores o receptor “escapar” o “prestar atención” al televisor. Morley llama a este proceso *Politics of the living room* (Políticas del salón de TV).

Esta política de Morley puede tomarse como una mediación situacional. El patrón de comunicación de la familia también desempeña un papel importante e influyente en la interacción directa de la audiencia la televisión.

La recepción televisiva va más allá del momento específico de ver la TV, por ello en este proceso de recepción las mediaciones situacionales cobran trascendencia, así el grupo de amigos, la escuela, la familia y otros escenarios en donde el televidente se desenvuelve y comunica forman parte del proceso de recepción. “Algunos escenarios llegan a ser más relevantes que otros como fuentes de mediación, dependiendo del segmento específico de la audiencia en cuestión... la calle y la escuela son escenarios importantes para las mediaciones situacionales

de los niños, ya que a través de sus juegos los niños realizan ahí las re-apropiaciones de la TV".¹³

Mediación institucional

La mediación institucional destaca el papel e importancia que tienen las audiencias en los estudios de TV, la audiencia está siempre presente e involucrada con diversas instituciones sociales. Estas instituciones regulan de manera clara el comportamiento y actitud de los sujetos, entre las principales instituciones que influyen directamente sobre los sujetos, se encuentran primordialmente la familia y la escuela.

La familia y escuela como instituciones sociales median la apropiación de los mensajes televisivos en los receptores, al ser mediadoras ambas: familia y escuela pueden llegar a reforzar valores, costumbres, hábitos, e ideas, o en el caso opuesto llegan a modificar la percepción de los receptores sobre el mensaje que muestra la televisión, provocando algunas contradicciones entre ambas instituciones, principales formadoras de los sujetos receptores.

Por otra parte todas las instituciones sociales median la agencia (el actuar) del sujeto de diferentes maneras. Cada institución tiene y emplea diferentes recursos para llevara a cabo su mediación. Entre estos recursos se encuentran "el poder y las reglas, así como los procedimientos de negociación; las condiciones materiales y espaciales también sirven a las metas institucionales. La autoridad moral y académica son otros recursos. La asignación de identidad y el desarrollo de clasificaciones que otorguen sentido al mundo son dos de los aspectos más importantes de las mediaciones institucionales".¹⁴

¹³ Orozco, Guillermo. En Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva. Cuadernos de comunicación y prácticas sociales. p.87

¹⁴ Ibíd. p. 79.

En esta mediación institucional se habla de la agencia del sujeto de diversas maneras. Una de ellas se refiere a la significación de los guiones o el esquema a seguir en la interacción social del niño; es decir las conductas que se aprenden por medio de los modelos, resultado de la interacción y convivencia. (Tema que se aborda en el capítulo 2)

Por ejemplo la familia como institución social tiende a realizar su mediación por medio de su autoridad moral, recurriendo al amor, gratitud y bienestar de cada uno de sus miembros. De la misma forma las escuelas basándose en su papel educativo, tienden a recurrir a su autoridad académica apoyando así generalmente a la familia en sus valores y costumbres. Ambas instituciones se reconocen como las principales fuentes de formación de los individuos (en este caso de los niños)

En estas mediaciones el poder y su distribución ocupan un papel importante, las relaciones de poder se manifiestan en todos los teleauditorios. “Las instituciones se distinguen entre sí por las diferencias en su acumulación del poder, autoridad, recursos y mecanismos de mediación. En cualquier momento dado las instituciones podrían estar compitiendo entre sí. Los sujetos sociales incluso pueden percibir las mediaciones institucionales como contradictorias o mutuamente neutralizantes”.¹⁵

Finalmente hay que considerar que cada institución social tiene objetivos específicos para sus miembros, y para lograrlos se valen de distintas reglas, dispositivos, castigos o sanciones.

Mediación tecnológica

La mediación tecnológica se refiere a los medios técnicos y al lenguaje que los medios emplean para llegar a los receptores. La televisión considerada como institución social emplea recursos propios y crea sus propias mediaciones, que

¹⁵ Op. cit. p. 80

impone a su audiencia. A diferencia de otras instituciones, la TV es un medio electrónico al mismo tiempo, lo que le otorga características especiales.

La televisión cuenta con especificaciones técnicas que permiten incorporar elementos de la realidad y reproducirlo al auditorio, en tiempo real, de manera inmediata o diferida. En este proceso la TV media su contenido a través del uso de mecanismos videotecnológicos. Un elemento de esta mediación es el género televisivo, que es definido por Barbero (1989) como una combinación específica de códigos que resultan en modos particulares tanto de estructuración del discurso de la TV como de su televidencia.

El género televisivo puede compararse con las formas culturales de la TV, a las que Williams hizo referencia (1974). “El punto importante que hay que subrayar aquí para el dispositivo múltiple de mediación no es la simple existencia de las formas culturales de la TV a considerarse en la investigación cualitativa...lo que sugiero es que la mediación propia de la TV no es un proceso estructurador derivado de las características videotecnológicas generales del medio, sino un procesos muy específico que se origina principalmente en los géneros televisivos por medio de los cuales la TV efectúa una ubicación concreta de su audiencia (Martín-Barbero,1988)”.¹⁶

De tal manera que la televisión de acuerdo a su género establece también reglas o esquemas de trabajo de lo que puede mostrar o no en su contenido, esta es una forma de mediación, pues existe un control sobre lo que trasmite a su audiencia.

Un ejemplo claro de esta mediación en los géneros televisivos se encuentra en las noticias, este género tiene un mecanismo particular, en primera instancia hace al televidente testigo presencial de los acontecimientos y con ello otorga la legitimidad del propio televidente, pues los hechos están ante sus ojos.

¹⁶ Ibid. p. 90

Finalmente la interacción TV-audiencia encierra varios tipos de mediaciones, no hay una sola mediación, su diversidad es generada desde los sujetos como seres individuales y a la vez sociales, que pertenecen a instituciones, en primera instancia a la familia, y de ahí a la escuela, grupo de amigos, iglesia etc. Y todas estas mediaciones son elementos que influyen directamente en la percepción o recepción del mensaje televisivo y de la respuesta que provoque en el público que recibe el mensaje.

Ya se habló de la importancia que el televisor tiene en la influencia sobre nuestra vida no solo como medio de información y diversión, también como objeto de estudio entre los investigadores de los mass media, interesados en la creación de nuevas metodologías que permitan un mejor entendimiento de los efectos que se generan en los receptores a partir de los contenidos que muestra la televisión.

El estudio de la recepción como se mencionó anteriormente es un proceso que va más allá del momento en que se está frente al televisor, es un proceso complejo, que tiene un lapso antes y después de observar la televisión; existe en ella una gran cantidad de información tanto en el contexto social y cultural del receptor que repercute en la recepción de los mensajes y contenidos televisivos. Por tanto la recepción requiere de varios elementos para su estudio entre ellos se encuentra el análisis de las audiencias, las mediaciones individuales, situacionales, institucionales y tecnológicas que influyen y estructuran el proceso de ver televisión, como lo son la familia, la escuela, la edad, el género, la clase social etc.

Cada una de estas mediaciones inciden en las audiencias y los resultados de la recepción y la interacción que se produce antes y después de estar frente al aparato de TV.

La recepción es un campo que continua siendo explorado y modificado, no hay una teoría que limite su estudio o que haya dicho todo en este tema. Se continúa la

búsqueda de nuevas metodologías y métodos que aporten elementos para su comprensión y estudio.

CAPITULO 2

LA TELEVISIÓN Y LOS NIÑOS

Este capítulo centra su desarrollo en la importancia y los efectos que generan los contenidos televisivos en la audiencia infantil. Se aborda el interés y la preocupación de los padres, maestros e investigadores principalmente, por la influencia que la televisión ejerce en los niños, tanto en su comportamiento como en el aprendizaje de diversos temas que obtienen de ella.

Así mismo se plantea la importancia que tiene el contexto sociocultural y el entorno de los niños, en la influencia que la televisión llega a generar en ellos a nivel conductual, emocional y afectivo. Se destacan los planteamientos de autores interesados en el tema de los efectos de la televisión y la repercusión que provoca en los niños y en su desarrollo cognoscitivo y emocional. También se mencionan diversas posturas en cuanto a lo provechoso o positivo que brinda la televisión, aspectos que se centran en los aprendizajes e informaciones que provee al público no solo infantil.

De igual manera se abordan algunas variables que inciden en el comportamiento y conducta que los niños adoptan cuando han presenciado algún programa televisivo, entre ellos se encuentra el tiempo destinado a ver la televisión, la edad del niño, su desarrollo cognoscitivo, entre otros factores que sin duda influyen en el proceso de recepción y en las secuelas que la programación deja en la audiencia infantil.

Posteriormente se habla de la influencia específica que los niños tienen de los patrones de actuación o modelos de conducta que la televisión les otorga. Se exponen los valores, las creencias, los roles sociales y los estilos de vida que son mostrados en los programas televisivos, y que forman parte del bagaje cultural, social y moral de los niños. Ante ello se señala la creciente preocupación de los

padres de familia, maestros e investigadores de los medios ante la información y contenidos que presenta la televisión. Debido a que el público infantil se encuentra en una etapa formativa, en la cual adquieren fácilmente costumbres y valores importantes para la formación de su personalidad y carácter.

En este contexto se subraya particularmente el efecto negativo de la televisión en el incremento de las conductas agresivas en los niños, al estar en contacto constante con programas violentos, que incitan y promueven deliberadamente la agresión como una alternativa a la solución de los conflictos, o como una forma de divertir a los infantes por medio de actos explícitos de violencia.

De esta manera se habla del alto grado de violencia que presentan los programas dirigidos o “aptos” para la audiencia infantil, entre ellos se menciona a las caricaturas, género preferido por los niños. En el cual el elemento principal es la violencia y las agresiones no solo físicas, también verbales que repercuten en la conducta y comportamiento de los niños y adolescentes, provocando alteraciones emocionales, conductuales y cognoscitivas. Así lo muestran diversos estudios encaminados a conocer la relación televisión-violencia y sus secuelas en los niños.

Se exponen por lo tanto aspectos que promueven la conducta violenta de los niños al estar en contacto con contenidos violentos, entre ellos se encuentran el efecto imitación, estudiado principalmente por Bandura; el efecto desinhibición que forma parte de la socialización del niño; y el efecto de sensibilización, que argumenta que la exposición constante a la violencia produce una adaptación a la violencia, perdiendo la sensibilidad a la misma. En este mismo sentido se habla de la estimulación a la que son expuestos los niños al presenciar actos y conductas violentas en la pantalla chica, generando con ello una mayor conducta agresiva.

Posteriormente se habla de la televisión como un importante agente socializador debido a la presencia e importancia que tiene entre los niños y su estilo de vida. Se

aborda a la televisión como un elemento más de conocimiento, persuasión y manipulación, no solo como una simple forma de entretenimiento y diversión.

También se declara la importancia de lo que los niños perciben y por ende aprenden de la televisión, que los provee de conocimientos generales, modelos de conducta o roles, valores, y comportamientos sociales. Se subraya así a la televisión como un medio de conocimiento y aprovechamiento para el aprendizaje positivo de los niños.

En este aprendizaje que el niño tiene de la televisión, se aborda el tema del desarrollo cognoscitivo y las etapas que permiten el aprendizaje y la asociación de lo que el infante ve en la televisión y lo nuevo que genera a partir de lo que ha vivido en su contexto social y cultural, indispensable para que se de el aprendizaje social. Aprendizaje que ocurre en el entorno del infante, siendo el niño quien selecciona y adopta el mensaje o mensajes de algún programa televisivo para hacerlos suyos.

Finalmente el capítulo aborda el uso que los niños hacen de la televisión y de las funciones que este medio desempeña ante la percepción de los infantes, quienes otorgan principalmente a la televisión la facultad de entretenerlos y hacerlos pasar el tiempo de forma divertida.

2.1 Influencia de la televisión

En nuestros días la televisión es un medio que ha cobrado cada vez más importancia, sin duda además de informar y dar a conocer los acontecimientos más recientes del mundo, muestra formas de vida, establece estereotipos, difunde valores y actitudes, así mismo crea nuevas necesidades por medio de la publicidad generando con ello la idea “status económicos” y provoca efectos y/o influencias en los televidentes, niños, jóvenes o adultos no importando la edad.

Existen muchos estudios en cuanto a la televisión se refiere, la preocupación por los efectos que esta ejerce sobre las conductas principalmente de los niños y jóvenes continua siendo tema de interés y debate entre la comunidad investigadora de los mass media. Los investigadores han experimentado cada vez más con diversas formas cualitativas y cuantitativas para registrar los efectos de la televisión en los niños, buscando de esta manera determinar si el ver programas con cierto contenido hace que los pequeños se comporten o respondan de una manera análoga a la del mensaje difundido por la pantalla chica.

Desde los inicios de la televisión se tenían esperanzas y temores acerca de sus posibles efectos sobre los receptores; se hablaba de efectos positivos y negativos, en primer lugar se le vio como una manera de obtener mayores conocimientos, de informar y “educar” no solo a los niños, ofreciendo de esta manera otras visiones de la vida, mostrando otras costumbres y usos, difundiendo los avances de la ciencia y tecnología; y del lado opuesto se temía que la televisión alejara a los niños de sus juegos, sus amigos y los volviera seres más individuales, aislados, inactivos al estar frente a la pantalla, provocando distracción en el estudio y el aprendizaje de las materias escolares y generando conductas y comportamientos copiados de la televisión.

Para plantear los efectos que la televisión genera en los espectadores se debe tener en cuenta el contexto histórico cultural en que los receptores se encuentran inmersos. Así la influencia de la pantalla chica es diferente en cada persona, pues se toman en cuenta elementos diversos, entre ellos el nivel socio-económico, factor que permite el acceso a otras maneras de entretenimiento y diversión. Para quien cuenta con una economía desahogada la televisión sólo es una más de muchas alternativas de distracción y diversión, pues tienen acceso a otras actividades: deportivas, musicales, culturales y sociales. En cambio para las personas de pocos recursos, la televisión significa muchas veces la única fuente de ocio y diversión, especialmente para los niños.

Los niños son los principales seguidores de la televisión, el tiempo excesivo que pasan frente a ella les genera ciertas secuelas, que pueden ser de tipo conductuales, emocionales o afectivas y cognitivas, no importando el nivel económico de la audiencia infantil.

Al respecto Doerken (1983) interesado por los efectos que la televisión causara en los infantes, considera que estos se pueden reflejar en la dificultad de recordar o generar ideas nuevas, sentimientos o sensaciones y en el desarrollo afectivo y moral de los niños. A esta postura se suman otros estudios que demuestran también que ver televisión en exceso puede y llega a alterar la calidad de las interacciones sociales del niño, así como sus juegos. “En este sentido, cuando los padres no dejan que los niños vean más de 30 minutos de televisión diaria, éstos juegan más y tienen más energías y mejor humor que cuando estos mismos niños ven televisión sin límite”.¹

En este sentido es de interés mencionar y destacar un estudio realizado por Bybee, Robinson y Turow en 1982, el cual consistió en realizar una serie de cuestionamientos a 500 profesores del área de comunicación de masas sobre los efectos de la televisión en los niños. Y de acuerdo a sus resultados, los profesores indicaron que el principal efecto que genera la televisión en los niños, es en primer término “el de un mayor conocimiento sobre diversos temas, seguido por el de un incremento en la necesidad de gratificación inmediata, el refuerzo de los valores sociales, el aprendizaje de estereotipos y la disminución en la capacidad de lectura del niño”.²

De la misma manera este estudio subrayó la influencia que la televisión genera en el incremento de la agresividad y curiosidad de los niños, así como la disminución de su capacidad de atención y creatividad. Siendo variables importantes en este

¹ García, Ma. Del Carmen. Televisión, violencia e infancia. Ed. Gedisa. España, 2000. p. 80.

² Ibid. p.81

proceso el tiempo que el niño ve la televisión, la actividad mental paralela a la recepción y las creencias y valores aprendidos de sus padres.

Existen numerosos estudios que señalan a la televisión como perjudicial para el aprendizaje y conducta de los niños, que encuentran secuelas negativas en el desarrollo cognoscitivo e intelectual de los infantes y paralelamente otros autores destacan el poder de informar que tiene la televisión, absolviéndola de ser la única culpable de todas las conductas negativas de los niños, asegurando que la TV también muestra cosas positivas, prosociales y educativas, y que es capaz de generar aprendizajes positivos.

Al respecto Arthur C. Clarke, periodista menciona en un amplio reportaje que: “no le impresionan los ataques que sufre la televisión por la mediocridad de sus programas, ya que para él, toda emisión televisiva tiene cierto valor educativo y el aparato televisor es una ventana abierta al mundo y a muchos mundos...*se trata a menudo de una ventana algo turbia, pero he llegado a la conclusión de que es mejor una televisión mediocre que ninguna televisión*”.³

El hecho es que la televisión no es perjudicial si es vista como una forma más de tener información, de conocer otras culturas, costumbres, modos de vida etc. La TV no perjudica, por el contrario provee de mucha información no solo a los niños, el problema esta en permitir que los niños se centren solo en lo que les ofrece la pantalla chica y descuiden otras actividades, como el estudio, el juego, algún deporte etc. La causa de la mala influencia de la televisión en los niños radica en el descuido de los padres acerca de los que sus hijos ven en la TV, el tiempo que dedican a esta actividad, y la inexistencia de otras actividades recreativas y formativas para los infantes.

³ Castells, Paulino. Enganchados a las pantallas. Televisión, videojuegos, internet y móviles. Planeta Prácticos. Barcelona, 2002. p. 69-70.

Marie Winn por su parte asegura que el niño que crece requiere de cierta independencia y el abuso de TV contribuye a continuar esta dependencia. Y además agrega que el exceso de televisión repercute disminuyendo la capacidad del desarrollo verbal del niño, ya que al estar frente al televisor no se le exige al infante ninguna participación verbal, y solamente esta como receptor pasivo. “Todo pequeño desarrolla ampliamente sus facultades intelectuales cuando se le ofrece la posibilidad de manipular, de tocar, de hacer, en lugar de concentrarse en una postura pasiva”.⁴

Sin duda son muchas las posturas acerca de los efectos benéficos o negativos de la televisión en los niños, hay autores que señalan a la pantalla chica como la culpable de todas las conductas negativas de los niños, además de atribuirle que perjudican el rendimiento escolar, idea muy generalizada entre los padres de familia y los maestros, aunado a esto se suma la tendencia de la televisión a mostrar a la educación como algo aburrido o poco valioso, o en ocasiones a omitir cualquier contenido educativo por considerarlo poco atractivo y exitoso entre los niños.

De tal forma, estos y otros estudios sobre los efectos de la televisión en los infantes avalan que ciertamente los niños se ven influenciados por lo que observan en el televisor, unos más que otros, y en esta influencia positiva o negativa en la conducta del niño cobran importancia diversos factores. Entre ellos podemos mencionar el tiempo que el infante dedica a observar la televisión y el tipo de programas que acostumbra ver, la atención que el niño recibe de sus padres, si mira solo o acompañado la TV, el tiempo que le dedica a otras actividades, la edad, el nivel intelectual y la habilidad cognitiva del niño y su proceso de maduración, así como los valores inculcados en su entorno familiar, la comunicación entre los miembros de su familia, el nivel socioeconómico entre otros.

⁴ Alfonso, Eurasquin. Los teleniños. Ed. Fontamara, México, 1998. p. 21-22

En este mismo contexto sobre los efectos de la televisión en las audiencias infantiles la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) apunta que la influencia de la TV ejercida sobre los niños esta determinada en función del tiempo que pasan viéndola y del efecto acumulativo de lo que ven. Tan es así que diversos estudios muestran que “la intensidad y frecuencia con la que un niño ve la televisión cambia con la edad, en una curva cuya máxima elevación se da en la preadolescencia. De los tres a los siete años los niños dedican al televisor dos horas diarias; a partir de los ocho, el uso de la televisión aumenta a tres horas; y a los 11 años se alcanza el máximo tiempo de percepción televisiva, con un promedio de tres a cinco horas al día. Después de los doce años, sin embargo, desciende el interés por esta actividad, hasta llegar a las tres horas diarias.”⁵

Es un hecho que la audiencia infantil cada día se muestra más vulnerable a lo que la televisión muestra, por ello se habla de una maduración televisiva en los niños de acuerdo a su edad, que les permite desarrollar una relación de entendimiento y cercanía con la pantalla.

Prueba de esta relación entre los niños y la TV es que a los tres años de edad los pequeños ya dan muestra de sus habilidades eligiendo e imitando a personajes que aparecen en la pantalla chica. “Los niños parecen madurar antes de lo que solían hacerlo en las épocas pretelevisivas. Tienen una mayor capacidad de comprensión y presentan una demanda más clara de información y desafíos intelectuales”.⁶

En el capítulo anterior ya se mencionaba a la edad como una mediación importante en el proceso de recepción televisiva, esta mediación incide en el modo y tiempo

⁵ Meléndez Crespo, Ana. La TV no es como la pintan. Ed. Trillas, México. 2001. p. 36.

⁶ Peyrú, Graciela. Papá ¿puedo ver la tele?. Paidós, Buenos Aires, 1993. p. 26.

de ver la TV, así como en la influencia que ella ejerce en los niños. La edad de la audiencia interviene en el entendimiento, asimilación, identificación, conducta y actitud posterior del niño al ver un programa televisivo.

Estudios realizados con niños pequeños muestran una relación muy estrecha con la pantalla chica, en ellos se habla de la atención y el tiempo que ponen en observar el televisor. Cuando apenas tienen un año y se encuentran en un ambiente en donde existe una televisión encendida (mediación situacional) le dedican solo el seis por ciento de su atención, a los dos años observan la pantalla el 40 por ciento del tiempo que esta permanece encendida y entre los tres y cuatro años el porcentaje de su atención se incrementa a un 67 por ciento. A los cinco años el niño pone su atención en la pantalla en un 75 por ciento. Y a medida que el niño crece, el tiempo que dedica a la TV disminuye, pues requiere cumplir con otras actividades y tiene otros intereses que lo alejan un poco de la pantalla chica.

Otro de los factores que inciden en el tiempo que los niños dedican al televisor es la compañía y atención de los padres hacia los hijos, muchos padres son indiferentes al tipo de programación que los infantes ven, pues su prioridad es el continuar con actividades domésticas, de trabajo, estudio, distracción, ver el televisor o simple descanso después de una jornada de trabajo, por lo que el televisor se convierte en una cuidadora incansable de los niños (niñera electrónica) que los mantiene entretenidos y lejos de distraer o interrumpir a los padres en sus actividades, la TV se convierte en la niñera electrónica para los infantes.

Que los padres vean la televisión con los hijos genera ventajas que pueden ser provechosas para ambos, puede ser un espacio para que los niños comenten sus dudas, temores, inquietudes o fantasías, lo que permite una cercanía entre padre e hijo, que beneficia la relación y comunicación entre ambos.

Para el infante llega a ser estimulante que sus padres se interesen en sus caricaturas o programas preferidos. El tiempo que se pasa con el niño frente al

televisor permite adentrarse e inmiscuirse un poco en lo que al niño le entretiene y le divierte. Y de esta manera se pueden conocer los beneficios o inconvenientes que los programas dejan en los infantes y que posteriormente podrán repercutir en su conducta o comportamiento.

2.2 Patrones de actuación y estereotipos

La infancia es una etapa de formación vital en el desarrollo, aprendizaje y conocimiento del niño. En este ciclo el infante aprende mucho de su entorno: familia, escuela, amigos, de su contexto en general, de los medios de comunicación y por ende de lo que la televisión le muestra, inclusive antes de que el pequeño hable o camine.

“Todos los niños aprenden de su interacción con el medio en que viven. Y ese entorno está lleno de un bombardeo de imágenes y sonidos que llegan a los ojos de los niños (...) La televisión ofrece patrones de actuación y pautas de comportamiento que adultos y niños adoptamos poco a poco en nuestra vida cotidiana. Ello conlleva la asunción de maneras de hacer y pensar, en gran parte inducidas por el medio (...) cuando un niño llega a la escuela, sus gustos, sus hábitos perceptivos y hasta sus procesos mentales han sido ya modelados por los medios de comunicación audiovisuales”.⁷

Es un hecho que en el ámbito familiar es donde se genera el hábito de tener encendido el televisor la mayor parte del día, ya sea por simple entretenimiento o modo de compañía. Sin embargo esta situación repercute en el público infantil, quien es muy vulnerable a los contenidos televisivos, pues generalmente no son aptos para su edad y generan con ello conductas o actitudes inadecuadas, que no ayudan en nada a la formación social y moral del niño. Al respecto Ezequiel Ander-Egg hace hincapié en dos puntos:

⁷ March Cerda, Joan C. La generación TV. Ed. Granada: Escuela Andaluza de Salud Pública. 1994. p. 29

1. “Los niños ven más televisión que los adultos y la ven desde el inicio de su vida consiente y
2. Los niños consumen televisión en una época de formación física, desarrollo mental y creación de hábitos y actitudes”.⁸

La televisión es el instrumento que mejor adapta su función a la formación de valores, de modos de vida, de estereotipos, etc., que al medio le convienen. Eduardo Santoro en su trabajo de investigación: *La TV Venezolana y la Formación de Estereotipos en el Niño*, llega a la conclusión de que la televisión transmite y forma estereotipos sociales en los cuales se presentan directa o indirectamente, mensajes que conforman una actitud, siendo esta influencia mayor en los niños quienes son moldeados en muchos aspectos por estos mensajes de televisión.

Por medio de sus programas la televisión le da al niño modelos de conducta o pautas de comportamiento a seguir, le sugiere estereotipos acerca de lo que significa ser hombre o mujer, de forma frecuente muestra profesiones y formas de vida, que encasillan la actividad de la mujer en asuntos de pareja, ama de casa y familia. Y por el contrario expone al hombre como el proveedor de la casa, el profesionista exitoso, activo y el que toma las decisiones importantes. De manera frecuente muchas de estas concepciones que les muestra la TV distan mucho de la figura que tienen en su entorno familiar y social.

A esto hay que subrayar que la mayoría de los programas que la televisión mexicana trasmite son de origen extranjero, principalmente estadounidense, por lo que las costumbres, valores y estilos de vida que enseñan difieren de los nuestros.

Los programas televisivos no son los únicos que presentan de manera estereotipada al hombre o la mujer, sin duda los mensajes comerciales influyen de

⁸ Ezequiel Ander-Egg. *Teleadictos y videoidiotas en la aldea planetaria*. Buenos Aires. Ed. Lumen. 1996. p. 101.

forma importante en esta concepción que los niños se forjan. Los comerciales logran captar la atención de los pequeños de forma importante, así perciben en ellos estilos y modos de vida, falsos estándares de belleza, virilidad, éxito, modernidad y con ello alimentan necesidades de consumo.

“Recordemos que ya de por sí los niños sin la ayuda de la televisión son egocéntricos y se muestran más competitivos cuanto más jóvenes son (...) así la televisión es un elemento de lucha frente a una auténtica educación, donde prima lo individual, la satisfacción inmediata, el egoísmo”.⁹

De igual manera en el televisor se observa conductas antisociales, entre ellas un índice alto de violencia que no es castigada o es justificada, y con ello los niños perciben erradamente que la actitud agresiva es una forma de conseguir lo que se quiere, provocando así la imitación de escenas agresivas para conseguir su objetivo.

2.3 Agresividad y violencia

El alto índice de violencia que transmite la televisión en sus caricaturas y programas es una de las mayores preocupaciones entre los padres de familia y educadores, ya que la actitud y conducta de los infantes se torna cada vez más agresiva y violenta, comportamiento que se percibe en sus juegos y en la socialización con compañeros de clase y maestros.

Es importante destacar que muchas veces el comportamiento violento es inculcado en primera instancia en el entorno familiar, muchas familias llegan a aleccionar a los niños la necesidad de emplear la violencia como una forma de supervivencia en la sociedad o como el único modo para demostrar superioridad ante los demás. Por tanto si los niños viven, se desarrollan y son parte de un ambiente violento

⁹ Urrua, Javier. Televisión: Impacto en la infancia. Siglo XXI. España Editores. 2002. p. 68.

aprenden esta conducta y la refuerzan con lo visto en la televisión y por ende su conducta agresiva se incrementa.

Los caricaturas o dibujos animados son el género preferido por los niños, hecho que en numerables ocasiones relaja a los padres, pues los consideran “adecuados o menos dañinos” para sus hijos. Sin embargo las caricaturas son los programas que contienen el mayor índice de agresión y violencia verbal y física. En cada uno de sus episodios promueven la violencia como la única alternativa para resolver los conflictos.

Prueba de ello son los programas que han causado fascinación entre el público infantil como Dragón Ball, Pokémon y Beyblade, animaciones de origen japonés cuyo principal atractivo radica en las escenas de peleas y enfrentamientos espectaculares entre sus personajes. Mención aparte amerita la animación Ramma ½, que además de presentar violencia en su contenido muestra temas de diversidad sexual y eróticos no aptos para el público infantil. Es interesante precisar que estos dibujos animados fueron creados originalmente para el público adulto.

La mayoría de los programas y caricaturas preferidas de los niños tiene como elemento principal a la violencia, la cual es presentada de forma divertida, efectiva y atractiva, a lo que Gerbner (Frontline, 1995) llama *violencia feliz*. Las reacciones de los niños ante esta *violencia feliz* varían mucho, sin embargo muchos estudios sobre los efectos de la violencia de la televisión en los niños indican que todos se ven afectados de alguna manera, sea a nivel conductual, emocional o afectivo y cognitivo. Esta afectación dependerá del carácter, sensibilidad, inteligencia, entorno familiar y social del infante.

Sin duda la reiterada observación de escenas y actos violentos recurrentes de la televisión tienen un resultado en el niño, su conducta se torna más agresiva, varios estudios sostienen esta postura, y confirman que el alto índice de violencia

contenida en la televisión son un factor importante en la determinación de conductas masculinas violentas, debido a la excitación psíquica que se produce y la tendencia a la imitación de estas escenas.

En este contexto vale la pena hacer mención de un estudio realizado en 1993 por la Asociación de Telespectadores y Radioyentes de España, el cual muestra el índice de violencia televisiva al que tienen acceso los niños españoles y que dan una importante referencia de lo que sucede con la televisión que ven los niños en el mundo.

Así los niños españoles en edad escolar pueden llegar a contemplar en la programación televisiva de una semana un promedio de:

- 670 homicidios
- 420 tiroteos
- 48 secuestros
- 30 acciones de tortura
- 19 suicidios
- 18 imágenes relacionadas con drogas
- 11 robos

En esta misma línea de investigación se encuentran los datos generados por la Asociación Española de Pediatría de acuerdo a la cual, “los niños entre 2 y 5 años ven la televisión como mínimo 25 horas semanales, con unas 32 escenas de violencia (...) Asimismo en el IV Congreso Estatal sobre la Infancia Maltratada se puso de manifiesto que los niños españoles pueden llegar a presenciar más de 200.000 actos violentos a través de la televisión antes de cumplir los 18 años”.¹⁰

¹⁰ García, Galera, Ma. Del Carmen. Op. cit. p. 71

De igual forma hay que destacar un reporte publicado por el Comité Científico del Surgeon General's en 1972 titulado Televisión y Conducta Social, el cual recaba los resultados de 23 proyectos de investigación, los cuales dan por conclusión la existencia de una relación causal entre ver violencia en televisión y la agresión en los jóvenes. Por otra parte este informe plantea la posibilidad de que los niños puedan volverse apáticos ante la violencia de la vida real, después de observar violencia en un programa de televisión.

“Un análisis realizado sobre 217 estudios que se desarrollaron entre 1957 y 1990 ha llegado a la conclusión de que existe una relación causal entre la cantidad de violencia de los programas de televisión y las conductas agresivas de los individuos(Videodrive, 1994, pag. 73). En 1993 la Asociación de psicólogos Americanos, según la cual, no cabe duda alguna de que existe una relación causal entre la cantidad de violencia que se ve en la televisión, la aceptación de actitudes agresivas y el incremento de conductas violentas en los individuos expuestos a tal programación (...) parece haber consenso entre los investigadores cuando se habla de sujetos especialmente vulnerables al contenido violento de la televisión influye sobre las creencias, actitudes y comportamientos de la audiencia, si bien algunos de sus miembros serán más sensibles que otros a este tipo de efectos”.¹¹

Esta comprobado que a mayor exposición de los programas con un alto contenido violento más alto es el riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes, pues se crea una relación positiva entre la violencia en televisión y la subsiguiente conducta agresiva. El psicólogo Bandura sostiene que los modelos de conducta actúan como estímulos que producen conductas similares en el observador.

Las investigaciones que analizan los efectos de los contenidos violentos de la televisión en los infantes, se centran principalmente en tres aspectos que incitan a

¹¹ Ibíd. p. 31

los niños a reproducir lo visto en la televisión y son la imitación, desinhibición y reducción.

Imitación

La imitación se encuentra entre una de las principales corrientes de estudio sobre los efectos de la violencia en los medios, esta corriente establece que la audiencia infantil, principalmente los más pequeños tienen la tendencia a repetir aquello que ven en televisión, específicamente los modelos de conducta presentados en los programas. De acuerdo a Bandura existe esta repetición de la conducta observada debido a que se da una identificación con el modelo presentado, es decir los niños perciben una relación o un grado de semejanza entre el modelo y ellos.

El trabajo desarrollado por Bandura, Ross y Ross (1961), muestran como ciertos programas de televisión despiertan en los niños el deseo de imitar a sus personajes. De igual manera la investigación realizada por Eron (1980) entre los años 1960 y 1980, llegó a la conclusión de que los niños que a la edad de 8 años veían gran cantidad de violencia en la televisión mostraban al llegar a la edad adulta, un comportamiento más violento y unas actitudes hacia los demás de mayor agresividad.

Esta investigación llevada a cabo por Bandura y Ross entre 1961 y 1963 es una de las mayores referencias históricas entre los estudiosos de los efectos de la imitación. Este estudio se realizó en niños y niñas de 3 y 5 años, en el cual se les mostraba a una persona golpeando a un muñeco de plástico inflable conocido como "Bobo doll", el cual al ser golpeado se balancea constantemente. Esta acción se llevo a cabo bajo tres condiciones experimentales. Un grupo de niños presenció en vivo la agresión hecha al muñeco, otro grupo vio la agresión grabada en un video y el último grupo también observó en una película como se golpeaba al Bobo doll con una variante; un actor se disfrazó con un traje de gato negro. Finalmente un grupo de control no vio ninguna de las tres versiones.

Los resultados de este experimento fueron muy interesantes, en primer término los tres grupos de niños que presenciaron la agresión al Bobo doll, mostraron un comportamiento mucho más agresivo, a diferencia del grupo de control que no presenciaron ninguna agresión. Se logró captar el incremento de la conducta agresiva que adoptaron los niños por haber observado la agresión hecha al muñeco, llamado efecto desinhibición; esta conducta efecto imitación fue impulsada por el modelo de conducta que presenciaron.**

Así es como Bandura y Ross fueron los primeros en demostrar que el hecho de ver una película con un índice alto de violencia puede llevar a los niños a reproducir el mismo modelo de conducta observada a la vida real.

Es importante destacar que este estudio recibió varias críticas por parte de otros científicos, entre ellos los de Wiegman (1975), quien recopiló tres puntos de desacuerdo sobre el estudio hecho por Bandura y la agresión al muñeco inflable:

- a) no puede considerarse como agresión el hecho de pegar a un muñeco de plástico
- b) los resultados serían diferentes si se cambiasen las condiciones de tratamiento y medidas utilizadas en este estudio
- c) la poca familiaridad con el material utilizado como estímulo no pudo por sí solo, producir un efecto de imitación en el niño¹²

A pesar de estas críticas al estudio de Bandura hay que subrayar que la comprensión que los adultos tenemos de lo que vemos en el televisor, dista mucho de la percepción y entendimiento de los niños. Los adultos vemos la televisión con otro criterio, y sabemos la diferencia entre la realidad y la ficción, diferencia que en muchas ocasiones no está clara para los niños a su temprana edad.

¹² García, Ma. Del Carmen. Op. cit. sp. 85.

En este contexto cabe señalar el resultado al que llega Levet (1981) después de realizar diversas entrevistas a niños de nivel preescolar, concluye que los niños consideran los programas de televisión muy reales, tanto que algunos de los niños entrevistados creen que los personajes que ven en la pantalla chica están físicamente dentro de ella.

Otros estudios, como el trabajo de Friedrich y Huston en 1986 ampliaron estas investigaciones tomando como referencia conductas que se desarrollaban en ambientes tales como la escuela o la propia casa. Una de estas investigaciones realizadas por estos autores en 1972, se centro en los efectos que provocaban los dibujos animados de Superman y Batman en la conducta agresiva de los niños de preescolar, mediante la observación de los mismos en su ambiente natural, es decir, en la clase o en el recreo.

Este estudio arrojó entre otras conclusiones que aquellos niños que habían visto estos dibujos animados eran más propensos a entrar en confrontación con sus compañeros y, a jugar con ellos de forma menos cooperante. Se comprobó que ambas circunstancias se repetían dentro del aula como fuera de ella.

Sin duda los diferentes estudios sobre los efectos de imitación brindan aportaciones muy útiles para analizar la forma en que los infantes perciben los programas de televisión y los efectos que la violencia genera en ellos. A pesar de las discrepancias entre los teóricos de la imitación parece indiscutible que los niños imitan aquellas conductas que ven sea en la televisión o fuera de ella, especialmente si ese modelo de conducta les parece atractivo.

Efecto desinhibición

El efecto desinhibición es la estimulación o incitación a la agresión que los niños reciben a partir de la constante violencia que observan en el televisor. Este efecto

ha interesado de manera importante a los estudiosos de los efectos de la televisión, pues forma parte del proceso de socialización del niño. Esta desinhibición incita a la adopción de conductas agresivas en los infantes dejando de lado las conductas “correctas” existentes respecto al uso de la violencia, debido a que el niño puede llegar a considerar correcto y obvio el empleo de la violencia, gracias a los programas de televisión.

Se debe señalar que el efecto imitación visto anteriormente lleva en cierta forma la idea de la existencia de efectos de desinhibición en su proceso. Sin embargo hay que tener muy presente que la desinhibición ocasionada por la frecuente exposición a la violencia en la TV, solo es un estimulante para que el niño no reprima la conducta violenta, pues ésta es parte innata de su personalidad.

De esta manera cuando se habla de un efecto de desinhibición implica que “después de que el niño haya visto violencia en la televisión, esta desarrolla conductas agresivas, aprendidas anteriormente, con más frecuencia, más tiempo o más intensamente (...) la televisión provocaría que desaparecieran las posibles normas que inhiben el desarrollo de la conducta agresiva ante determinadas circunstancias”.¹³

Esta postura sostiene que la televisión solo libera al niño de la normas sociales de conducta sobre el empleo de la violencia. A decir de Berkowitz y Rawlings (1963) las personas que ven violencia bajo condiciones determinadas y que llegan a disminuir sus inhibiciones contra las respuestas agresivas ven aumentadas como consecuencia de ello, las probabilidades de comportarse agresivamente.

En este mismo contexto la teoría de la desinhibición hecha por Berkowitz apunta que la violencia que es justificada ante los ojos de los niños causa una reacción de mayor agresión en ellos, que la que no es justificada. En su estudio demuestra

¹³ Ibid. p. 88

también que ver violencia en televisión llega a producir efectos desinhibitorios, de forma especial y más remarcada en los sujetos que han sido alterados previamente y entre los individuos que son de carácter agresivo.

Efecto de reducción

Esta teoría se opone a la mayoría de los estudios que argumentan que la violencia televisiva genera conductas más violentas en los niños receptores. La teoría de la reducción sostiene todo lo contrario, y considera que después de ver programas con contenidos violentos los niños reducen sus impulsos por medio de la catarsis.

Este efecto de catarsis implica que al ver violencia en la televisión se da una disminución de la agresividad potencial que existe en los sujetos, de tal manera que es una forma de desahogar los instintos violentos por medio de la visualización de la conducta violenta de otros.

Se considera que la catarsis depende en gran medida de las habilidades individuales, entre ellas están presente la fantasía, los sueños y la imaginación de cada sujeto, siendo el desarrollo de las mismas diferentes en cada individuo. De tal manera que algunos individuos cuentan con mayor capacidad para generar sentimientos positivos lo que implica la reducción de sus impulsos agresivos.

En los años cincuenta y sesenta Feshbach encontró que la audiencia más joven responde de forma más común a los estereotipos de la violencia. Este autor fue uno de los primeros en comprobar que los individuos pueden descargar sus impulsos agresivos por medio de sus fantasías y mediante la visualización de programas violentos, específicamente en el caso de los niños.

Un estudio hecho alrededor de 1971 da muestra de lo anterior, 600 niños fueron puestos a una dieta televisiva durante seis semanas. En este lapso de tiempo a algunos niños se les mostró un mínimo de seis horas a la semana de programación

violenta, por otro lado otros niños fueron expuestos a programas ausentes de agresión y violencia, los datos sobre la conducta de los niños se registraban en una escala de valores. Este estudio arrojó que los niños que habían sido sometidos a ver programas no violentos presentaban niveles más altos de agresión física a diferencia de los niños que habían visto contenidos violentos. Con ello Feshbach y Singer comprobaban que la conducta violenta de los niños disminuía al presenciar violencia en los programas televisivos.

Al igual que los estudios realizados por Bandura esta teoría de los efectos de reducción fue objeto de críticas y desacuerdos entre otros autores debido a algunas variantes en las conclusiones, en donde consideraron tres puntos básicos:

1. Los investigadores se enfrentaron al desconocimiento exacto de la cantidad de violencia que pudo haber existido en los programas considerados no violentos, entre ellos los dibujos animados (género que otros autores han catalogado como violentos), y Feshbach y Singer los incluyeron como no violentos.
2. Otro obstáculo fue el establecer las condiciones reales en las que cada niño veía la televisión.
3. Y por último existieron quejas entre los niños que vieron la programación no violenta debido a que se les privó de sus programas preferidos, lo que pudo generar un aumento de la agresividad ante su descontento.

Los estudios llevados a cabo sobre la teoría de la reducción dan fe de la importancia que tiene la imaginación y la habilidad de emplear la fantasía de los niños para provocar diferentes respuestas ante la violencia de la televisión. No cabe duda que los programas de televisión con contenidos violentos no generan una respuesta homogénea entre los receptores infantiles.

También se pudo establecer que los niños que presentan una mayor capacidad para emplear su fantasía son capaces de reducir sus sentimientos de enfado ante

la proyección de programas televisivos con y sin violencia, conducta que se observó en sus juegos. Por último se mostró que los niños no soñadores no presentaban diferencias importantes en su conducta tanto con el material con contenido violento y con el ausente de agresión.

Efecto de desensibilización

Anteriormente se mencionaron algunos de los efectos que el exceso de la televisión provoca en los niños, dentro de estos efectos destacan los afectivos o emocionales que son consecuencia de los altos niveles de violencia transmitidos por la pantalla chica. Sin duda los niños se encuentran vulnerables a perder de manera progresiva la sensibilidad ante la cantidad de agresiones físicas o verbales que ven todos los días en la televisión y, corren el riesgo de que al llegar a la edad adulta sean insensibles a determinadas formas de violencia.

La teoría de la desensibilización asume que “ver una y otra vez escenas de violencia en televisión conduce a una reducción de las respuestas emocionales ante la violencia en la pantalla por parte de los receptores y aun aumento de la aceptación de esta violencia en la vida real (...) esta teoría parte del hecho de que los niños, después de la exposición continua a programas de contenido violento, llegan a acostumbrarse a la violencia de estos programas”.¹⁴

De tal manera que los niños se acostumbran paulatinamente a la violencia “moderada” que presenta la televisión, su interés a este tipo de violencia decae y con ello se ven atraídos por una violencia más extrema, y con ello los niños se van volviendo inmunes ante la violencia que ven en la vida cotidiana.

Los estudios realizados por Drabman y Thomas (1974) analizaron la influencia de la violencia en los niños, estos autores se basaron en una riña entre los infantes

¹⁴ García, Ma. del Carmen. Op. cit. p. 96

para ver si eran capaces de recurrir a un adulto para poner fin a la pelea. Los resultados indicaron que los niños que eran expuestos a escenas de violencia en la televisión recurrían en menor grado a un adulto para poner termino al duelo entre los niños. Esta conducta adoptada por los niños demostró la influencia negativa de la violencia en la televisión, pues efectivamente desensibiliza a los niños.

Sin embargo hay que tener presente que el efecto de la desensibilización ocurre después de repetidas exposiciones a conductas violentas, por tanto el estudio hecho por Drabman y Thomas no esta exento de criticas, por hablar de desensibilización ante la muestra de una escena violenta, y no de repetidas escenas cargadas de violencia.

Ante la crítica que recibió este estudio otros autores, entre ellos Cline, Crof y Courrier (1978) seleccionaron a niños de edades comprendidas entre los cinco y catorce años, algunos veían muchas horas de televisión y otros veían muy poca, de manera general se les mostró un video con contenido violento. Así se concluyó que aquellos niños que veían mucha televisión eran menos sensibles ante la violencia, a diferencia de los que no veían muchas horas de televisión, ellos eran más sensibles.

Este estudio comprobó la existencia de un proceso de desensibilización ante la violencia que es vista en la televisión de forma recurrente y reiterada. Se confirmó así mismo una relación existente entre la cantidad de programas de TV consumidos cotidianamente y la intensidad de las reacciones emocionales ante los contenidos violentos.

Todos estos estudios sobre los efectos de desensibilización forman parte importante del bagaje científico sobre los efectos de la televisión en la infancia, y de manera particular sobre los efectos que la violencia televisiva genera en el público infantil, existen desacuerdos entre los autores, sin embargo la mayoría afirma que la violencia de la televisión desensibiliza a la infancia ante la violencia

proyectada en la pantalla chica y también causa este efecto ante la violencia de la vida real.

Efecto de excitación o estimulación

La televisión provoca en los niños efectos de estimulación y excitación, de manera específica los programas con contenidos violentos y situaciones agresivas desencadenan una conducta más violenta. Diferentes estudios aseguran que los estados de excitación en el niño incrementan las posibilidades de violencia. De igual manera estos estudios realizados por Geen y O'Neal en 1969 aseguran que la violencia presentada en la televisión sirve para incrementar y para perpetuar esos niveles de excitación.

En 1981 un estudio realizado por Huston, Fox y Green, entre otros autores postularon que “las acciones del programa visualizado en combinación con las características formales del mismo constituyen una importante fuente de estimulación para el niño”.¹⁵

Es decir los resultados de la investigación indicaron que aquellos programas considerados con poca acción y poca violencia, tienen la tendencia de generar menos comportamientos agresivos en los niños, después de que han presenciado dichos programas. Y además estos programas exaltan un mayor desarrollo de los juegos creativos en los niños receptores.

Existen otros elementos que permiten establecer variantes en el comportamiento de los niños ante el estímulo que reciben de un programa televisivo, así lo hace patente un estudio aplicado por Josephson en 1987. Este autor observó que los juguetes y otros materiales en el entorno del niño pueden favorecer la conducta violenta una vez que el nivel de excitación o estimulación a incrementado en el

¹⁵ Ibíd. p. 99

infante. Los juguetes desempeñan un papel destacable para poder poner en acción la conducta agresiva, en un índice alto si estos juguetes hacen referencia a hechos violentos. El nivel de excitación generado por la cantidad de violencia percibida se ve reforzado por aquellos juguetes que tiene un significado de violencia (pistolas, espadas, cuchillos, etc.)

Finalmente este y los diversos estudios sobre los efectos de la televisión en los niños hacen hincapié en considerar la personalidad del niño, y su entorno familiar y social, debido a la similitud que puede existir entre lo visto en la pantalla chica y su vida diaria. Es decir, si el niño vive en un ambiente en donde la agresión y la violencia son muy comunes, tendrán generalmente un mayor comportamiento agresivo, normal para ellos. Por tanto, si el pequeño es agresivo, la violencia que ve en la televisión y los juguetes (que refuercen agresión y estén a su alcance) solo incrementaran su excitación aumentando su innata conducta violenta.

2.4 Agente socializador

El avance tecnológico ha propiciado que la televisión se convierta en un aparato fundamental de socialización, ya que se encuentra presente en los hogares de manera habitual, enviando constantemente una gran información que difunde de manera sutil y siempre quedamos expuestos a ella.

“Dentro de esta socialización, los niños son los que se han visto más influidos, durante más de cuarenta años de existencia que tiene la televisión, se han creado controversias acerca del impacto que esta puede tener en los niños, se han realizado cantidad de trabajos de investigación, producto de frustraciones, preocupaciones y enojos. Todos ellos con el fin de mejorar la información que

propicia la televisión. La mayoría de ellos termina en una firme protesta contra los mensajes no deseados, tratando de controlar y educar al televidente”.¹⁶

La televisión hoy en día no solo es un medio de diversión y entretenimiento, también transmite diversas temáticas y enseñanzas a niños y adolescentes, actividad que antes era exclusiva de los padres y la escuela, como principales instituciones. Cabe destacar que en la actualidad la televisión es considerada por muchos una “institución” con un alto poder de persuasión, manipulación y control, que generalmente no se preocupa por los contenidos que transmite principalmente al público infantil, ni mucho menos por las reacciones que genere en el comportamiento de los niños.

Al respecto J.C. Tedesco citado por Savater señala que “La televisión tiende a reproducir los mecanismos de socialización primaria empleados en la familia y la iglesia: socializa a través de gestos, de climas afectivos, de tonalidades de voz y promueve creencias, emociones y adhesiones totales”.¹⁷

La televisión llega a generar espacios que permiten la convivencia entre padres e hijos, de forma circunstancial la televisión logra reunir a los miembros de la familia para ver algún programa, sea o no del agrado de todos, la televisión tiene la capacidad de convocatoria, provoca comentarios o pláticas que ella misma propone entre sus espectadores. Sin embargo también existen posturas contrarias, culpan a la televisión de coartar la interacción y comunicación entre los televidentes, pues se encuentran atentos a los que la pantalla chica les muestra, inhibiendo toda comunicación y posibilidad de retroalimentación entre sus espectadores.

¹⁶ Rowe, Marieli. La enseñanza de la televisión en la escuela. En La educación para los medios de comunicación. En: Antología, UPN, SEP, México, 1994. p. 245-247.

¹⁷ Savater, Fernando. El valor de educar. México. Instituto de Estudios Educativos y Sindicales de América. 1997. p. 76.

En este sentido la televisión genera o limita la comunicación entre los miembros de la familia, todo depende de la relación que exista entre ellos y la importancia y función que le otorguen al televisor en su vida y de usos que le den.

2.5 Aprendizaje y recepción infantil

La mayoría de los infantes ven la televisión como principal distracción en su tiempo de ocio, por lo que prefieren los programas divertidos, vistosos y llenos de aventura, acción y violencia. Son pocos los niños que encienden el televisor con el propósito específico o consciente de aprender, a pesar de ello se sabe que los niños aprenden de la televisión mucho más de lo que se piensa de manera involuntaria por medio de los programas que observan cotidianamente.

En esta observación cotidiana de la televisión, los niños logran interesarse en programas específicos, que son sus favoritos y de los cuales son receptores activos, pues prestan atención a sus contenidos y más aún aprenden de estos programas con los que logran una identificación.

“El entretenimiento es una función infantil normal vinculada a la búsqueda de emoción, suspenso y acción. En este terreno la televisión ofrece una enorme recompensa a los niños a través de sus variados contenidos (...) Y aun cuando los niños no ven los programas con la intención explícita de aprender las enseñanzas de carácter incidental que reciben de sus contenidos les satisface mucho. Más del 70% de los encuestados del estudio dice que siempre aprende cosas *que pasan en el mundo, sobre países que conocemos, acerca de la vida y cosas que no nos enseñan en la escuela*”.¹⁸

¹⁸ Meléndez Crespo, Ana. Op. cit. p. 36

La televisión en su gran variedad de programas muestra modelos de conducta, estereotipos, estilo de vida, costumbres y una gran cantidad de información diversa en ocasiones no apta para el público infantil.

Los niños por medio de la televisión tienen acceso a programas y películas que presentan de forma desmedida agresiones físicas y verbales, escenas con contenidos sexuales, actos delictivos, corrupción, morbo, disputas entre personas que se exhiben para evidenciar infidelidades y traición en fin la televisión esta infestada de contenidos que carecen de valores (talks shows); los niños tienen su alcance todos estos programas y contenidos que aun no son adecuados ni mucho menos beneficiosos para ellos. De tal manera que los niños no solo se divierten y entretienen con la pantalla chica, también toman de ella modelos de conducta y por lo tanto aprenden de lo que ven en ella, sean cosas positivas o negativas.

El aprendizaje que los infantes obtienen a través del medio televisivo es uno de los puntos más relevantes en los estudios sobre la televisión. Por ello es importante abordar la forma en que se da el aprendizaje de los niños, al respecto se mencionan dos teorías, la primera es la del desarrollo cognoscitivo y la segunda es la del aprendizaje social también conocida como la teoría del aprendizaje observacional. Estos postulados son de gran utilidad para poder comprender la manera en que los niños aprenden de la televisión sin ser el objetivo específico de ésta.

2.6 Desarrollo cognoscitivo y aprendizaje social

La teoría del desarrollo cognoscitivo establece que el niño aprende por medio de su actuación sobre los elementos del ambiente que le rodea motivado por su innata curiosidad y su desarrollo mental. Esta postura hace hincapié en el desarrollo de las etapas cognoscitivas de los niños de acuerdo a su edad.

En cada etapa del desarrollo cognoscitivo los niños obtienen y desarrollan nuevas habilidades y capacidades mentales, como la comprensión, deducción, síntesis, indiferencia entre otras. Y debido al desarrollo de estas habilidades, el niño es capaz de realizar más asociaciones a partir de lo que ve en la televisión.

Las investigaciones de Piaget apoyan la afirmación anterior y señalan que “los estadios de desarrollo de la capacidad cognoscitiva se diferencian fácilmente y ha sido posible determinar, por ejemplo, que los niños menores de cuatro años por lo general no son capaces de distinguir entre la realidad y la televisión al no distinguir entre las características de los personajes de la pantalla y personas de la vida real”.¹⁹

En el trascurso en que los niños ven televisión, denominado televidencia por Guillermo Orozco, la audiencia, en este caso los niños no se encuentran en un estado pasivo como podría pensarse. Los niños de acuerdo a sus capacidades intelectuales se interesan en lo que observan en la pantalla chica, poniendo en marcha comprensión, asimilación y la apropiación de lo percibido, todo a partir de sus propias capacidades y sus vivencias anteriores, también llamadas asociaciones, es decir el niño emplea sus habilidades cognoscitivas y hace asociaciones con lo visto en la televisión al igual que con sus experiencias vividas.

Collins (1983) fue uno de los primeros autores que realizó estudios sobre el desarrollo cognitivo de los niños y la comprensión que tienen sobre los programas de televisión. De esta forma pudo establecer que los programas de televisión son según sus propias palabras “una secuencia de escenas subordinadas a un argumento o narración; escenas que revelan información relevante e irrelevante al programa que se presenta, tanto de manera explícita como implícita”.²⁰

¹⁹ Charles Creel, Mercedes. Educación para a recepción: hacia una lectura de los medios. México. Trillas, 1990. p. 37-38.

²⁰ García, Ma. del Carmen. Op. cit. p. 124.

En la teoría de las múltiples inteligencias hecha por Gardner en 1985 da fe de cómo los niños en diversas regiones desarrollan más unas destrezas o sensibilidades que otras, de acuerdo a el énfasis cultural puesto en su desarrollo y fortalecimiento. En este mismo plano Morley en 1980, con base en una amplia investigación de la audiencia infantil en Inglaterra, sostiene que los niños realizan una asimilación selectiva de la programación en vez de asimilar todo aquello que podrán de acuerdo a su nivel de desarrollo.

Es un hecho que las asociaciones que el niño receptor realiza a partir de lo visto en la televisión, de sus vivencias y desarrollo van a estar presentes en su entorno, con los amigos, en la escuela, con sus padres y en los momentos de juego, lo que construye y nutre su contexto social. Por ello el niño no es un receptor pasivo al momento de ver la televisión, el interactúa y procesa más información y a la par aprende de su entorno y no solo de la televisión.

La teoría del aprendizaje social por su parte considera que no es el niño sino el medio ambiente y sus estímulos los que actúan sobre él y van moldeando su conducta y su pensamiento. Por tanto el aprendizaje que se obtiene de la televisión se da por medio de la observación y de la imitación que se da posteriormente.

Es importante destacar que el primer aprendizaje social de los niños se da en el plano familiar, debido a que es aquí donde se dan sus primeras experiencias, se adquieren modelos de conducta a partir de los padres y hermanos. De la misma manera “El aprendizaje con respecto al uso de la televisión se produce en el contexto de la familia, bien en forma directa, a través de normas que operan sobre su utilización, bien a través del modelaje que algunos miembros hacen a través de él Grenfield, 1985 “. ²¹

²¹ Mussen, Paul. Desarrollo psicológico del niño. Ed. Trillas. México. 2003. p. 34

El niño de acuerdo a esta teoría imita actuaciones y actitudes específicas de la programación, así como frases y formas de pensamientos. En esta postura se reafirma la importancia en el contenido de la programación, y no en las categorías mentales del niño como lo hace la teoría del desarrollo cognoscitivo.

Esta línea de investigación supone que existe un aprendizaje a partir de la imitación, producto de lo visto en la televisión, al respecto estudios hechos por Bandura, Grusec y Menlove en 1996 demuestran que “los niños que miran secuencias de actividad en las pantallas de TV desarrollan la misma cantidad de aprendizaje imitativo, independientemente de que hayan sido informados de ante mano que la imitación le produciría un premio”.²²

Existe un elemento primordial para que dentro del aprendizaje social se de la imitación, este es la identificación de los niños, ellos imitan los roles de los modelos con los que más se identifican y por tanto son los aceptables para ellos, es decir se identifican con los modelos con los que comparten algo en común o que tienen un grado de semejanza. Los modelos son personas o grupos con los cuales se identifica el niño, entre ellos papá, mamá, maestros, amigos, personajes de la televisión, etc.

Los niños buscan en cada modelo, en este caso en los modelos que la televisión les presenta maneras similares de ser, de comportarse, de gustos e intereses, así como de miedos, inquietudes, experiencias y vivencias acordes a su edad. La televisión permite crear una conexión emocional entre los televidentes y los programas; la identificación que se da entre el público infantil con algunos programas televisivos permiten crear pautas de comportamiento aceptables y deseables en los niños, entre ellos los valores de amistad, respeto, igualdad, cooperación, por mencionar algunos.

²² Lindgren, Henry Clay. Introducción a la psicología social. Ed. Trillas. México. 1978. p. 83

Los niños escogen varios aspectos de la personalidad y del comportamiento de otras personas con los que ellos quieren identificarse y suman esos rasgos a los suyos. De esta manera los niños adoptan características, creencias, actitudes, comportamientos no solo de su entorno familiar y social, también en forma importante toman los modelos de la televisión con los cuales se identifican.

La identificación es el proceso mediante el cual una persona adquiere las características de otra o de un grupo. Puede considerarse como “un impulso aprendido o como un motivo por ser similar a otra persona. Cuando se identifica con alguien, el niño piensa, se comporta y se siente como si las características de la otra persona fueran las suyas”.²³

Al respecto Enriqueta Calderón, Jefa del departamento de Desarrollo de Contenidos de Once Niños (Canal del Instituto Politécnico Nacional) menciona que *una cosa es que el niño se apropie de un modelo y otra que el niño se identifique con un modelo, nosotros queremos que los niños se identifiquen con los modelos. (...) hay un autor que dice que la identificación se da solamente cuando hay una parte afectiva, cuando te mueva afectivamente lo que tú estas viendo.*²⁴

Jerome Kagan (1958, 1971) señaló cuatro procesos que establecen y fortalecen la identificación:

1. El niño quiere ser como el modelo. Por ejemplo, un niño puede sentir que se parece a un famoso jugador de béisbol al pensar que él podrá hacer lo que el atleta pudo hacer.
2. Los niños creen que ellos son como el modelo. Una niña cree que parece y actúa como su madre: cuenta chistes como ella, camina como ella (...)

²³ Desarrollo psicológico de niño. op. cit. p. 101.

²⁴ Entrevista con la Lic. Enriqueta Calderón, Jefa del departamento de desarrollo de contenidos, Once Niños. 5 de febrero de 2005, Canal Once.

3. Los niños experimentan emociones como las que siente el modelo.
4. Los niños actúan como el modelo. En el juego y en las conversaciones diarias adoptan las maneras del modelo. Los profesores de preescolar y los padres a menudo se sorprenden de escuchar que sus propias palabras y su tono de voz sale de la boca de los niños.²⁵

Los programas que permitan al niño tener cosas en común entre sus vivencias y lo que ven la pantalla chica les brindan la oportunidad compartir sus sentimientos y de sentirse comprendidos, les otorgan la posibilidad de formar parte de un grupo con el cual pueden tener cosas en común, es decir la televisión les puede generar un sentido de pertenencia.

La televisión es un detonador de sentimientos, reacciones y conductas, los niños construyen a partir de sus experiencias personales, la televisión sólo es un elemento más, un estímulo para ellos, a partir del cual reafirman, modifican o ven aprobada o no aprobada su conducta y actitud. En este sentido la televisión puede ser muy provechosa para el aprendizaje y la socialización de los niños, o por el contrario puede llegar a ser perjudicial al mostrar contenidos negativos o poco formativos para la audiencia infantil.

Es un hecho que la televisión forma parte importante en la vida cotidiana no solo de los niños, la televisión y sus contenidos son una fuerte influencia en la etapa formativa de los niños y adolescentes, debido principalmente a que muestra modelos y estereotipos en sus programas, que con frecuencia son seguidos o adoptados por el público infantil.

Anteriormente se habló del desarrollo cognoscitivo y el aprendizaje social de los niños, ambas teorías hacen mención al aprendizaje que los niños tienen por medio

²⁵ Papalia E. Diane, Psicología del Desarrollo. Ed. McGraw-Hill, México. 1978. p. 371-372

de la televisión, la primera teoría hace hincapié en las capacidades mentales del niño para aprender de la TV y la segunda resalta la importancia que tiene el medio ambiente, en este caso la televisión para estimular el aprendizaje del niño a partir de la observación. Ambas posturas coinciden en que el niño si aprende de la televisión, por tanto en las dos teorías se da una apropiación del mensaje por parte de los niños.

2.7 Apropiación de los mensajes

La televisión proporciona al niño infinidad de mensajes e información que es seleccionada por la audiencia infantil, ellos deciden cual es de su interés y cual es desechada. Por tanto los niños son receptores activos y participativos al estar frente a la televisión y toman de ella el contenido que es de su agrado.

“La televisión habla al niño y le brinda multitud de soportes para sus juegos; pero el niño elige solamente parte de los mensajes, los hace suyos y construye a partir de ellos, nuevos contenidos. La televisión ofrece un marco de referencia común a los miembros de grupo y constituye un eje temático par las actividades grupales”.²⁶

De manera particular cada niño toma de la televisión lo que le agrada, sean modelos de personajes ficticios o personajes *reales*, lo importante es la selección que el mismo realiza, con la que tiene algo en común, se identifica o solo le divierte.

Anteriormente se hablo de las mediaciones que los niños tienen en el proceso de recepción televisiva, entre estas mediaciones se encuentra la familia; es en este ámbito donde se llevan a cabo las primeras apropiaciones de los contenidos televisivos. De acuerdo a Guillermo Orozco es en la familia donde ocurre una

²⁶ Charles Creel, Mercedes. Educación para la recepción: hacia una lectura critica de los medios. Ed. Trillas. México. 1990. p. 49.

negociación entre la audiencia, la pantalla y entre los distintos miembros de la familia con relación a la televisión y sus contenidos.

Además de la familia, la escuela es otra comunidad de apropiación del mensaje televisivo, dado que los niños llevan a cabo diferentes interacciones de lo que ven en la televisión, lo plasman en los juegos con sus compañeros y en la actitud con sus maestros.

“Los miembros de la familia ejercen una influencia en los miembros más pequeños, no sólo en sus gustos y preferencias televisivas que van desarrollando, sino también en sus modos de apropiación de todo lo que ven y escuchan en la pantalla”.²⁷

Diversas investigaciones muestran que los niños recrean en sus juegos a los modelos que ven en la televisión, de manera particular los niños se apropian de los personajes y se comportan y actúan como pasa en el programa o caricatura.

De tal manera que los hábitos televisivos y el aprendizaje que los niños toman de la televisión son resultado de la interacción entre varios factores, entre ellos la familia y escuela. Mediaciones que juegan un papel muy importante, dado que son espacios donde ocurren las primeras apropiaciones de los mensajes y se reafirman con los juegos y la convivencia entre los niños.

2.8 Usos y funciones de la TV para los niños

Con frecuencia se ha encontrado que los niños que dedican más horas del promedio general a ver televisión, lo hacen como una forma de liberar su tensión; siendo más adictos a ella aquellos pequeños con dificultad para hacer amistades, que viven cotidianamente dentro de un ambiente tenso en sus hogares, y por ello la

²⁷ Orozco Guillermo. Televisión y Audiencias: Un enfoque cualitativo. p. 49.

televisión forma una elemento importante que los captura siendo un escape para ellos.

Además de las motivaciones personales, podríamos agregar un factor situacional externo al niño: el niño ve televisión porque le es impuesta por el medio, la ve porque no le queda otro remedio, le es ofrecida en el ambiente del hogar y se le refuerza la conducta de contemplación por medio de los padres.

Dentro de esta misma línea de investigación sobre los efectos de la televisión en los niños y sus preferencias por algún programa televisivo, Guillermo Orozco apunta dos razones que motivan a los infantes a seleccionar y seguir determinado programa, la primera es la relacionada con la actitud del niño hacia el contenido del programa y la otra esta referida a la satisfacción de necesidades psicosociales infantiles.

A su vez la relacionada con la actitud del niño se divide en tres rubros: que el programa guste al niño, que le parezca interesante y lo perciba entretenido. La segunda se correlaciona con las siguientes funciones del televisor: hacerle pasar el tiempo, acompañarlo, animarlo, enseñarle y constituirse en lo mejor que hacer.

En estudios anteriores dentro del ámbito de los usos y gratificaciones se determinó que la televisión satisface diversas necesidades tales como: entretener, informar, hacer compañía, relajar etc. Lo que regularmente induce a las audiencias, en este caso a los niños a elegir algún programa en particular, sin embargo la mayoría de los niños y las personas en general ven el televisor para pasar el tiempo.

En el caso específico de los niños autores como Schramm, Lyle y Parker (1961) establecen tres razones básicas por las cuales los niños ven televisión:

- Por el placer de estar entretenido, la TV ofrece un mundo de fantasía por medio del cual el infante se distrae de su mundo real.

- Le permite obtener información acerca de cómo vestirse comportarse etc.
- Por utilidad social, referido a los jóvenes, ya que la TV les brinda temas de conversación.

Otros estudios realizados bajo la batuta de Gunter y McAleer (1990) establecen algunas razones por las cuales los niños ven el televisor, las cuales coinciden en gran medida con las expuestas por Greenberg y por la Prix Jeneusse (1976) en Francia. Y con las expuestas por Guillermo Orozco. De esta manera los niños ven la TV para:

- Pasar el tiempo: Es la principal causa por la que los niños ven la TV, y esta en función del tipo de programa que ven y lo que piensan sobre los mismos. Que les guste y les entretenga.
- Aprender: Este no es el principal objetivo de los niños, sin embargo ellos mismos admiten que la TV les enseña nuevas cosas. La TV les enseña lo que ocurre en el mundo, en su entorno inmediato.

En una encuesta realizada en Inglaterra por Greenberg entre niños británicos se identificaron dos razones básicas por las que el niño emplea la TV como medio de aprendizaje: para aprender sobre sí mismos y para aprender sobre otras cosas, entre ellas los sucesos del mundo, cosas vistas en el colegio, como se debe actuar en circunstancias específicas, que les puede ocurrir y ver como otras personas resuelven sus problemas.

El televisor ocupa un lugar privilegiado en la vida de muchos niños, el tiempo que pasan frente a la pantalla, en muchas ocasiones llega a ser mayor del que pasan en el salón de clases. Ver televisión es la actividad líder de los niños, ellos invierten más tiempo viendo TV que haciendo cualquier otra cosa que no sea dormir. Y esa

es una situación que inquieta y preocupa a padres y maestros, pues la influencia de lo que consumen en la TV tiene secuelas en el comportamiento, actitud, aprovechamiento escolar y en la vida social del niño.

El total de tiempo dedicado a ese medio de comunicación es a veces tan elevado, que aparentemente, queda poco tiempo para comer, ir a la escuela o dormir. Esto se debe a que los niños ven televisión mientras almuerzan o cenan, mientras leen un libro o hacen sus deberes.

Sin embargo no se puede culpar íntegramente a la televisión de todas las actitudes negativas de los infantes, pues la televisión bien utilizada puede ser un poderoso medio educativo y socializador para los niños, debido a la gran influencia y convocatoria que tiene entre esta audiencia. Y con la certeza de que la TV si influye en los niños, sea de forma negativa o positiva es importante enseñar a los niños a emplear y aprovechar los contenidos que les proporciona la televisión.

Los medios de comunicación en general, y en este caso particular la televisión tiene una gran responsabilidad ante la audiencia infantil, los contenidos y programas para niños debieran ser aptos y de acuerdo a las temáticas e intereses de los infantes y ser además una herramienta más que les permita una sana diversión y les aporte enseñanzas diversas y útiles para su desarrollo intelectual y social. Se debe tener muy presente que la familia es en primer término el lugar donde se generan los primeros conocimientos, se adquieren valores y costumbres por tanto la televisión y la familia tienen una responsabilidad compartida ante los infantes.

Finalmente esta doble responsabilidad de la familia y la televisión no puede dejar de lado la función específica de la escuela y sus educadores; como institución de enseñanza también tiene un nivel importante de responsabilidad al validar y promover los contenidos televisivos. Los educadores pueden emplear de forma favorable el potencial de la televisión, para introducir, reafirmar y estimular nuevos

conocimientos como apoyo a los procesos de aprendizaje en los niños, de una forma atractiva y amena.

El siguiente capítulo se centra su desarrollo en la enseñanza y en la promoción de los valores en los niños, en primera instancia se habla del ámbito familiar y escolar, de igual manera se integra el papel de la televisión como promotora de los valores, por ser un miembro más que esta en permanente contacto con ellos y por ser una gran influencia en su vida. Así la televisión y la programación que esta presenta inculca en los niños de manera indirecta o directa una serie de creencias y valores, que son percibidos por la audiencia infantil, que muchas veces distan de lo que sería deseable transmitirles y que en algunas ocasiones causan en ellos confusión, pues confrontan su escala de valores con otras, que perciben en la televisión.

CAPITULO 3

LOS VALORES Y LOS NIÑOS

En este capítulo se habla de lo importante de la enseñanza y el fomento de los valores morales y sociales en los niños. La serie de valores que el niño recibe en su infancia son vitales y determinantes para su formación, desenvolvimiento y manera de actuar ante diversas circunstancias en el transcurso de su vida diaria. Los valores morales y sociales otorgados al niño le dan la capacidad para actuar y decidir respecto a lo que es mejor o lo que es correcto hacer.

En este contexto se destaca la importancia de la familia como la primera generadora de los valores; es aquí en el ámbito familiar en donde el niño percibe y vive los modos de vida, trato y comportamiento que más adelante él repetirá y pondrá en uso. Así es importante que los padres se desempeñen de forma correcta y en congruencia con lo que pretenden enseñar a sus hijos; es decir que muestren a los niños sus propios valores, si hablan del respeto, amor, libertad, gratitud, responsabilidad por mencionar algunos valores, ellos deberán actuar en forma congruente a lo que están enseñando.

A continuación se pauta a la definición de los valores o valor y se describen algunas de las características y atributos que los hacen ser considerados una valía que generalmente está admitida y respaldada por los usos y las costumbres de los grupos sociales. En donde el objetivo es lograr una buena convivencia entre los integrantes de un grupo o una comunidad, a pesar de la diversidad de sus integrantes.

Al hablar del fomento y aprendizaje de los valores es necesario abordar la manera en que los niños desarrollan la capacidad de aprender y aplicar un valor, por ello se expone de manera breve el desarrollo moral de los niños referido a lograr la

distinción entre el bien y el mal, lo correcto y lo incorrecto. De esta manera se hace una descripción de las etapas por las cuales pasa el niño para lograr su moralidad.

En este tema se hace referencia a Piaget y Lawrence Kohlberg, quienes determinaron las etapas del desarrollo moral de los niños, a partir de estudios realizados con niños de diversas edades.

Finalmente este capítulo habla de la enseñanza de los valores, así se hace referencia nuevamente de la familia y escuela como promotoras de estas valías. Y se destacan algunos métodos didácticos que se han empleado a través del tiempo para la enseñanza de los valores en los niños.

3.1 Formación de los valores

El entorno social brinda día a día experiencias significativas, conflictos, formas de vida, costumbres y maneras de ser y comportarse ante los demás. Muchas de los comportamientos que observamos a diario coinciden con los propios, otros distan mucho de lo que haríamos y hasta llegan a ser repudiados o incomprensidos.

El entorno familiar es el principal generador de los modelos de conducta y los valores. Es aquí donde se generan y adoptan las creencias, costumbres y reglas de convivencia vitales para relacionarse con los demás. Los padres de familia deben ser conscientes y mantener una congruencia entre los valores y costumbres que pretenden enseñar a sus hijos, y su actuar pues ellos son el principal ejemplo.

Las conversaciones, comentarios y de manera especial las acciones y comportamientos que los padres adoptan ante diversas circunstancias transmiten de forma consciente o inconsciente valores. De tal manera que los valores de una persona se conocen por sus acciones, y por tanto las valías que se defienden y promueven con palabras como ser honesto, ser respetuoso, ser honrado, ser responsable por mencionar algunos, deben ser expresados con la conducta y

comportamiento, no solo con las palabras, así no se caerá en contradicciones que confundan a los niños y que resten credibilidad de aquello que se les pretende enseñar y que lleven a la práctica.

Sin duda la mejor manera de fomentar los valores en los niños es mediante el ejemplo de los padres, y también por medio de pláticas y conversaciones que brinden el modelo de conducta deseable. Una muestra clara de enseñar el valor del respeto y la consideración a los niños es enseñarles a dar el asiento a los adultos mayores en el transporte público, ¿cómo? mediante el ejemplo, los niños al presenciar este acto realizado por sus padres o inducidos por ellos a hacerlo, sabrán que lo correcto es otorgarles el lugar, a partir de esta muestra lo harán por sí solos o tal vez les deba ser recordado por sus padres. Con ello habrán hecho lo correcto y además aprenderán a recibir una muestra de gratitud de la persona a quien cedieron el lugar.

“El valor vivido se trasmite, se comunica a los demás, porque lo que hemos descubierto como algo bueno para nosotros, lo queremos también para los demás. Cuando comunicamos valores, nos comunicamos nosotros mismos, compartimos una parte de nuestra identidad personal”.¹

Son los padres de familia los responsables de transmitir dichas conductas y valías deseables, aunque también la escuela y la televisión cumplen con esta función, pues ambas instancias influyen de manera importante en la formación y desarrollo de los niños. Los valores que son promovidos en la familia son muchas veces reafirmados en la escuela, por los maestros y en importante medida por los programas de televisión que sin duda son una gran influencia en la audiencia infantil como ya se vio anteriormente.

¹ Romero Pedra, Eduard. Valores para vivir. Ed. CCS. Madrid, España. 1998. p.19

De ahí la importancia de generar y transmitir principios deseables a los niños, quienes se encuentran en una etapa formativa que los definirá posteriormente como personas. Es muy importante tener presente que los valores se viven y por tanto los niños los aprenden en el contexto en que se desenvuelven. En cada familia existen formas de ser, pensar, usos y costumbres diversas, se mantienen

estilos y modos de vida distintos, es decir los valores de cada niño van a estar en relación directa con la manera de ser y de vivir de su familia.

3.1.2 Los valores

Así hay varias definiciones de valores, una de ellas señala que “los valores se expresan a través de los sistemas normativos vigentes en una sociedad, los cuales representan los horizontes de comportamiento que se presentan como deseables u obligatorios para los miembros de un grupo social determinado, ya sean los derivados del uso y la costumbre(...)”.²

Por su parte Machotka define el concepto valor como “un conjunto interiorizado de principios derivados de experiencias pasadas, que han sido analizadas en función de su moralidad. Estos principios permiten al individuo actuar, durante un periodo de tiempo por él determinado, con prontitud de manera previsible y metódica, con plena conciencia de las consecuencias de sus actos y con una sensación interior de corrección.”³

De tal manera que los valores sirven para establecer juicios y preferencias en relación “al comportamiento frente al prójimo, sus actos, las creaciones estéticas (...) y es propiamente una guía de conducta”.⁴

² Fierro, Ma. Cecilia. Mirar la práctica desde los valores”. Ed. Gedisa. México. p. 61

³ Comó fomentar los valores individuales. Aula Práctica CEAC, Barcelona, España. 1989. p. 10.

⁴ Sanjuanita, Guerrero Neaves. Desarrollo de valores. Estrategias y aplicaciones. Ediciones Castillo. México. 1998. p. 8

Existen varias definiciones, lo cierto es que la mayoría coincide en que un valor representa algo importante en la existencia humana, según palabras de Sidney Simon. Así mismo la enseñanza y empleo de los valores son únicos del ser humano, y tienen el propósito de ser una cualidad que lo ayude a ser mejor persona.

En este contexto se puede afirmar que los valores están íntimamente unidos a la existencia del ser humano, y por tanto afectan a la conducta, configuran y modelan las ideas, así como también inciden en los sentimientos y por tanto en nuestros actos. El arraigo de los valores nos puede hacer sentir orgullosos de nuestros actos o nos puede generar malestar por los actos llevados a cabo, que se contraponen al valor o valores que concebimos. Hay que pensar y actuar en correspondencia a nuestros valores.

En síntesis el fomento de los valores se refieren principalmente a dos exigencias sociales. Aquellas que hacen referencia “al comportamiento esperado de los miembros de una sociedad particular de acuerdo con los usos y costumbres de la misma, que pueden cambiar según el grupo social o el contexto particular(...) valores concretos. Y las que se refieren a los exigencia genéricas que han logrado trascender en el tiempo y en el espacio, y por tanto van más allá de los usos y costumbres de un grupo social (...) y tienen un reconocimiento transcultural; equivalen a los principios éticos universales y dan lugar a lo que llamaremos valores abstractos o genéricos”.⁵

El objetivo de los valores es conducir de manera satisfactoria la convivencia humana entre sus miembros y de los diversos grupos a los que pertenece. Los valores de cada persona pueden llegar a ser distintos entre sí, pues son cualidades que los definen como individuos y revelan su forma de ser, pensar y actuar.

⁵ fierro, Ma. Cecilia. Op. cit. p. 41.

Se puede hablar de diversos valores tanto en la vida diaria, dentro de la familia, en la religión, en la política, en una empresa o en un grupo específico (por ejemplo en una grupo Scout), en el arte, en la medicina etcétera. Cada uno de estos grupos de personas se rigen dentro de su grupo por un conjunto de valores en los que creen, que les permite convivir y formar parte de un modo de ser y actuar.

Así José Villalpando⁶ argumenta que el conocimiento objetivo de los valores se describe desde cuatro ángulos que son el ideal, el empírico, cultural y personal.

- El ideal hace referencia al escenario en donde se llevan a cabo los valores, siendo producto de una cualidad humana.
- El plano empírico constituye el escenario concreto donde el ser humano realiza los valores.
- Este es el campo de la cultura, que esta formada por un mundo de valores en donde el valor es lo ideal.
- El plano de la personalidad atribuye al ser humano determinados valores que significan algo importante para su vida y para el, que representan una cualidad o una esencia.

También este autor menciona que los valores tienen ciertas características generales que los distinguen: polaridad, gradación, modalidad y jerarquización.

- La *polaridad* se refiere a que los valores tienen un lado positivo por ser un valor, y por el contrario tiene un lado negativo, conocidos como desvalor. Así si hay honestidad, existe la mentira; si hay justicia también hay injusticia.

⁶ Villalpando Nava, José. El mundo de los valores. En Revista mexicana de Pedagogía. Año VII, No. 28. 1996. p. 17.

- La *gradación* significa el grado de intensidad en que se representan los valores, en sentido negativo o positivo, es la orientación que la persona le da a un valor, conforme a su concepto del ideal entre lo bueno o lo malo.
- La *modalidad* significa que cada valor se ubica en un bien cultural, en que cada uno soporta su propio valor y cada valor se dimensiona en el bien que lo contiene.
- La *jerarquización* se refiere a que todos los valores tienen un orden de importancia, lo que supone que hay valores superiores y otros inferiores, y es el ser humano quien les otorga el grado de importancia a cada uno de ellos.

De esta manera todos los valores ocupan un orden de importancia en la vida de los seres humanos, en este caso de los niños, ellos tienen valores que les son provistos en su entorno familiar y social. Para ellos los valores son vitales en su formación, pues los definirá como personas, con cualidades y virtudes, o por el contrario la carencia de estos valores los llevara a ser vulnerables a caer en conductas y formas de ser sancionadas por los demás, por no ser las correctas.

Los niños tienen presente algunos valores que para ellos son vitales y que viven día a día en su contexto familiar y social. Los niños hablan del respeto, de la libertad, de la paz, de decir la verdad, del amor y de la justicia. Saben que estos son valores, y tienen presente que si estos existen el mundo sería mejor.

La carta de los Derechos Humanos menciona y reconoce a nivel internacional la aceptación y promoción de los valores, como “la justicia, solidaridad, libertad, tolerancia...Esta aceptación no es solo teórica, sino que también tiene implicaciones prácticas en la vida diaria”.⁷

⁷ Romero Pedra, Eduard. Op. cit. p. 17

Los valores que los niños adquieran, aprendan, asimilen y hagan suyos serán fundamentales en su vida diaria y en su actuar ante las diversas circunstancias de la vida. Los valores guían y orientan nuestras acciones, todo a partir de una elección propia en nuestra manera de vivir, que traerá consigo consecuencias.

En este contexto, el desarrollo de los valores implica a la vez la construcción de la moralidad de los sujetos, en este caso la de los niños, ha quienes se pretende enseñar ciertos valores para su formación como personas.

3.2 Desarrollo moral en los niños

Los niños al nacer no tienen conciencia ni escala de valores, de hecho no se debe esperar que ellos desarrollen por si solos ningún código moral. Es tarea de los adultos enseñar las normas de conducta esperadas y los valores. Este proceso es prolongado pues empieza desde la niñez y culmina hasta la adolescencia. Algunas investigaciones indican que antes de que los niños ingresen a la escuela, se espera que puedan distinguir el bien del mal en situaciones simples y establecer los cimientos para el desarrollo de una conciencia.

El desarrollo de la moral o la moralidad esta en función de hacer lo correcto o lo incorrecto, lo que esta bien hecho o no en una conducta o comportamiento, en donde el papel primordial de los valores es ser la pauta a seguir, la guía en el actuar de manera correcta y/o esperada por los demás.

Es importante definir a la moral como un “comportamiento que se da conforme al código moral o grupo social. Moral procede de la palabra latina *mores*, que significa modales, costumbres y modos populares de hacer las cosas. La conducta moral se ve controlada por los conceptos de moralidad, las reglas de conducta a las que se han acostumbrado los miembros de una cultura y que determinan los patrones esperados de comportamiento en todos los miembros del grupo.

Entre los principales estudios sobre el desarrollo moral de los niños están los realizados por Lawrence Kohlberg, quien retomó los estudios hechos por Jean Piaget acerca del criterio moral de los niños. Piaget en su trabajo empleo entrevistas en niños de educación primaria para indagar lo que ellos pensaban acerca de las reglas morales impuestas por los adultos; en primera instancia partió de la opinión de los infantes acerca de las reglas del juego social. Así analizó las ideas de los niños acerca de la mentira, las nociones entre las relaciones entre los niños y la justicia, todo ello por medio de la observación en los niños en sus juegos.

Este autor concluyó que se dan dos tipos de pensamiento moral en los niños de acuerdo con las edades, la primera es la *moralidad de la restricción* y se presenta hasta los diez años. Y la *moralidad de la cooperación* o *moralidad autónoma* que se da en niños mayores de once años.

La moralidad de la restricción explica que los niños son egocéntricos cuando nacen y por tanto todo gira alrededor de ellos, más adelante “tanto su desarrollo social como cognitivo, van descentrándose de manera progresiva y empezando a coordinar relaciones o puntos de vista, en un proceso que va desde la infancia hasta la adolescencia”.⁸ En la etapa del egocentrismo el niño cree que los demás ven las cosas como el las ve. Por ello al mentir él solo ve la relación mentira y castigo. Al cumplir mayor edad los niños pueden relacionar lo que otras personas piensan en relación al hecho de mentir y como les gustaría que los trataran a ellos. En esta primera etapa la conducta de los niños se caracteriza por la obediencia automática a las reglas, y juzgan los actos como buenos o malos en relación con sus consecuencias.

En la segunda etapa, la moral autónoma o de cooperación, los niños juzgan la conducta en función de su intención y comienza entre los siete y ocho años de edad y se extiende hasta los doce años o un poco más. En este tiempo las ideas

⁸ Sanjuanita Guerrero, Neaves. Op. cit. p. 66.

que tienen los niños sobre el bien y el mal, aprendidas por los padres se van modificando gradualmente.

La moral autónoma se desarrolla cuando el niño lleva a cabo la construcción del valor sinceridad fundada en las relaciones que construyó en sus relaciones humanas. “(...) por eso es determinante para el desarrollo de la autonomía moral que los niños tengan la posibilidad vasta de experiencias de coordinación de puntos de vista del otro”.⁹

A continuación se muestran dos cuadros que explican las características de cada etapa del desarrollo moral según Piaget.

Moralidad de la restricción Piaget

Niños de cuatro a siete años	• Parecen considerar a las reglas como ejemplos interesantes de la conducta social de los niños más grandes
Niños de cuatro a diez años	• No dudan de las reglas y a menudo las pueden infringir porque no las entienden del todo
Niños de siete a diez años	• Consideran que las reglas transmitidas por niños mayores o por adultos son sagradas

⁹ Ibíd. p. 67

Moralidad de la cooperación Piaget

De once a 12 años	• Se considera a las reglas como convenios pactados de consentimiento mutuo
Después de los 12 años, mas o menos	• Cada vez más los niños son capaces de comprender la necesidad de las reglas • Empiezan a perder interés en los reglamentos hechos por los adultos y formulan variantes para hacerle adecuaciones de acuerdo a la situación

De esta manera la teoría de Piaget destaca que el ser humano tiene la capacidad natural de acentuar su autonomía, siempre y cuando las condiciones sean óptimas para su desenvolvimiento.

Por su parte Kohlberg tomó de base las investigaciones realizadas en un principio por Piaget y estableció tres niveles de desarrollo moral, con dos etapas cada uno.

La investigación de Kohlberg sobre la moral de los niños se basó en el desarrollo de varias historias con un conflicto moral como premisa, posteriormente las presentó y aplicó a niños entre los diez y dieciséis años de edad. Los resultados obtenidos en la investigación le proporcionaron datos suficientes para establecer las etapas por las que atraviesa el pensamiento moral de los niños. Cada etapa equivale a un grado de maduración en el sujeto.

1. Moralidad preconvencional, en este primer nivel la moralidad del niño se ve sometida a los controles externos. En la primera etapa de este nivel el niño está en

función de ser obediente o castigado y la moralidad de un acto está en relación directa con las consecuencias. En la segunda etapa los niños se conforman con las expectativas sociales, con el objetivo de obtener recompensas.

2. Moralidad convencional o de las reglas tradicionales, en la primera etapa de este nivel, el niño se adapta a las reglas para obtener la aprobación de otros y logra así buenas relaciones con ellos. Ya en la segunda etapa los niños creen que si el grupo social acepta las reglas como apropiadas para todos los miembros, se deben adaptar a ellas para evitar la censura y la desaprobación social.

3. Moralidad postconvencional o de principios autoaceptados, en la primera etapa el niño cree que hay flexibilidad en las creencias morales, que modifiquen y cambien las normas. En la segunda etapa las personas se conforman a las normas sociales, para evitar la autocondenación, se trata de una moralidad fundada en el respeto a otros¹⁰

Kohlberg enfatiza que cada nivel del desarrollo moral y cada etapa equivale a un grado de maduración en el sujeto, y están en función de:

1. la relación del sujeto con la autoridad,
2. la interiorización de las normas y
3. el conflicto moral

Los estudios de Piaget y Kohlberg aportan elementos importantes para comprender el proceso del desarrollo moral de los niños, y brindan también información acerca del proceso de aprendizaje y enseñanza de los valores morales en el niño. En donde la escuela, específicamente el docente cumple una función importante en el fomento y reafirmación de las valías morales que los niños ya tienen. Sin embargo

¹⁰ Hurlock, Elizabeth. Desarrollo del niño. Ed. McGraw-Hill. México. Ej. 2. 1982. p. 415-416

la intervención del docente es un apoyo o un incentivo más en el desarrollo y descubrimiento de los valores morales.

3.3 Educación en valores

En 1966 en Estados Unidos un grupo de educadores conformado por Louis Rath, Merrill Harmin y Sidney Simon desarrollaron un estudio acerca de los valores al que nombraron teoría de la clarificación de valores, en este estudio destacan que los valores son personales por definición, por derecho social y aceptación libre.

De acuerdo a esta teoría el educador queda limitado en la enseñanza de los valores, debido a que no debe imponer los valores a un niño con relación a sus aspiraciones personales, propósitos, actitudes, intereses, creencias etc. La teoría de Rath, Harmin y Simon enfatizan que cada ser humano debe construir por él mismo su sistema de valores, a través de un proceso de análisis al que le corresponden actividades de selección, apreciación y aplicación.

La enseñanza y el aprendizaje de los valores morales es un tema que concierne a padres, maestros o personas en cargadas de fomentar y educar a los niños en algún ámbito, sea social, escolar, religioso u otro; el debate concentra su atención en la forma de cómo y de que manera enseñar buenas valías a los niños. La interrogante es si los valores se enseñan a los infantes y por ende ellos los aprenden y adquieren para posteriormente aplicarlos a diversas circunstancias.

Si se toma en cuenta el significado etimológico de la palabra enseñar, que se deriva de la expresión latina insignare que es señalar, dar a conocer; y aprender que deriva de apprehendere que significa sujetar, comprender; podemos decir que efectivamente los valores se enseñan y se aprenden.

Los niños deben ser partícipes activos de esta enseñanza de valores y más aun deben comprender y hacer suyos dichos valores que se les inculca en su contexto familiar y social. Si se pretende que los niños respeten hay que empezar por hacerles saber que ellos son merecedores de respeto como personas. No se les puede exigir que guarden respeto a algo o alguien si ellos carecen de este valor, no lo viven y mucho menos lo comprenden. Mostrar congruencia entre lo que se dice que es correcto hacer y lo que realmente se hace, es vital para que los niños desarrollen y apliquen los valores.

Con la intención de que los niños en edad escolar aprendan valores se han empleado a lo largo del tiempo diferentes formas didácticas para su enseñanza, en las cuales se ha destacado la idea de persuadir e imponer. Entre estas destacan:

- Modelamiento. La cual se realiza en forma directa, por el ejemplo de la conducta de los adultos y en forma indirecta con el empleo de modelos.
- Argumentación. Se argumentan razones para convencer y guiar hacia ciertos valores.
- Limitación de alternativas. Las selecciones que se ofrecen solamente incluyen valores aceptados *por la autoridad*.
- Emoción. La defensa de los valores se ejerce a través del dramatismo y la emotividad.
- Premio y castigo. Se imponen reglamentos para moldear la conducta.
- Dogmas. La base es una obligación cultural o religiosa.
- Apelación a la conciencia. Se fomentan sentimiento de culpabilidad o remordimiento.¹¹

En el sistema escolar la enseñanza de valores llega a darse por inducción directa del educador sobre el niño, lo que genera obediencia, sumisión o conformismo ante lo que se le esta señalando como correcto o esperado al niño. Y por convicción

¹¹ Sanjuanita Guerrero, Neaves. Op. cit. p. 52

propia del infante, que le permite la libre elección de hacer lo correcto y llevarlo a cabo.

En este mismo contexto Sanjuanita Neaves sostiene que el marco de valores de la escuela debe ser flexible y funcionar solamente como una herramienta de análisis y no como un molde cuadrado al que el alumno está obligado a ajustar su conducta.

La enseñanza y el aprendizaje de los valores debe permitir que los niños elijan, seleccionen y comprendan las consecuencias y resultados de sus acciones, con la guía del educador (padres, maestros, o tutores). En la medida que los niños son respetados en su individualidad y merecedores de respeto construyen su esquema de valores y adquieren conocimientos que les permite ponerlos en práctica por si solos, este sería el ideal.

En esta tarea de la enseñanza de valores y su aprendizaje, no solo la familia y la escuela forman parte vital de la enseñanza de valores, también los medios de comunicación, en especial la televisión aporta vivencias y experiencias que llevan en sus contenidos valores y antivalores que están en contacto directo con los niños. Esta comprobado que los infantes aprenden de lo que ven y perciben en la televisión, aunque esta no sea la tarea primordial de este medio. Sin embargo los niños imitan, se identifican y socializan por medio de la televisión.

Así la televisión se ha transformado en un arma de doble filo dada la calidad de programación que transmite sin considerar que, en la mayoría de los casos, sus espectadores son niños y jóvenes que no tienen un adulto que los oriente en relación a los temas que allí se desarrollan.

Por ello la importancia y la insistencia a los largo de esta investigación en cuidar y elegir los programas que no solo diviertan y hagan pasar un rato ameno a los niños, la televisión sin duda es un medio eficaz para la enseñanza de valores y conductas prosociales. La televisión bien empleada es una herramienta de apoyo

en el aprendizaje de los niños y se puede ver como una aliada de los padres y maestros, siempre que sus contenidos aporten información deseable y positiva al público infantil.

De esta manera el ultimo capítulo expone un estudio de recepción realizado a un grupo focal de niños entre los 8 y 10 años de edad sobre el programa *El Diván de Valentina*, serie creada por Canal Once del Instituto Politécnico Nacional. En este estudio se analiza la aportación que tiene el programa como promotor de los valores en los niños y la percepción que ellos tienen del mismo.

CAPITULO 4

Estudio de Recepción: *El Diván de Valentina* como promotor de los valores, estudio de caso.

El trabajo de investigación de este capítulo está basado en los resultados obtenidos en el estudio de recepción aplicado en un grupo focal del tercer grado de primaria de la Escuela Acayucan de la Secretaría de Educación Pública.

Así este capítulo centra su atención en el análisis, evaluación e interpretación de los datos recolectados en el grupo focal después de haber proyectado tres capítulos del programa *El Diván de Valentina*. Este programa muestra la vida de una niña de 9 años, sus vivencias, su vida en familia y la relación con sus amigos en donde siempre hay como trasfondo un valor, una reflexión positiva por parte de la protagonista.

En primera instancia se expone la creación de la serie así como los parámetros bajo los que fue creada. Posteriormente se da paso al reporte focal y la metodología que permitió la recolección de los datos, así como la interpretación que dieron los resultados del estudio de recepción.

4.1 Creación de la serie

El Diván de Valentina es una ficción dirigida a niños entre los 6 y 9 años de edad, este programa fue presentado el 30 de abril de 2002 en televisión nacional, y es la primera serie de ficción en Latinoamérica creada y producida por la Dirección de Once Niños de Canal Once del Instituto Politécnico Nacional.

La serie muestra la vida de una niña y sus experiencias dentro de su ámbito familiar y social. En cada episodio *El Diván de Valentina* muestra una experiencia

significativa a partir de las vivencias y reflexiones de la protagonista. Cada historia tiene como trasfondo un valor. Esta serie muestra a la familia como un espacio de reflexión en donde el amor, respeto, comprensión, sinceridad y comunicación son los elementos que les permiten una buena convivencia entre sus miembros.

De esta manera el programa crea estímulos que permiten al público infantil digerir, reflexionar y comprender por sí mismo situaciones y emociones que vive la protagonista, con la cual muchas veces la audiencia infantil se identifica. En este tema Enriqueta Calderón señala, “Nosotros queremos que nuestros programas muevan algo afectivo en los niños y que tengan así un nexo emocional con los niños y entonces se identifiquen con nuestros programas”.¹

El Diván de Valentina tiene el objetivo de renovar la importancia de la familia y ofrecer una experiencia significativa que tenga como trasfondo un valor. De esta manera el programa muestra modelos positivos a los niños que brindan un apoyo en la enseñanza y promoción de los valores y conductas prosociales así como el respeto a sus sentimientos y opiniones, el desarrollo de su autoestima y sentido de pertenencia.

La temática de cada programa habla sobre las inquietudes, intereses, preocupaciones y miedos de los niños. Así esta serie es un espacio de expresión donde ellos son los protagonistas, y por tanto los conflictos y las soluciones se ven desde su punto de vista. Gracias a la aceptación y éxito entre los niños *El Diván de Valentina* cuenta ya con tres temporadas.

La serie fue creada en sus inicios por Patricia Arriaga y Alfredo Marrón, ambos con amplia experiencia en la producción de contenidos dirigidos a niños. Sus trabajos se destacan por la calidad de los contenidos, y obedecen a la necesidad de diversión y desarrollo integral del público infantil. En este sentido Patricia Arriaga

¹ Entrevista con la Lic. Enriqueta Calderón, Jefa del departamento de desarrollo de contenidos, Once Niños. 5 de febrero de 2005, Canal Once.

señala “En Once Niños definimos calidad cuando hay excelencia en cuatro áreas: contenido, historia o guión, producción y presentación del punto de vista de los niños”²

Por su parte Rafael Illescas productor actual de la serie destaca el compromiso que hay al generar y presentar contenidos a los niños, pues por medio de los modelos que se presentan se llega a influenciar la conducta de los niños “tenemos que hacernos responsables de lo que ponemos en la pantalla, pero también de la forma en que nos relacionamos con los niños al trabajar con ellos”³

En este contexto la producción del *Diván de Valentina* es realizada por un equipo multidisciplinario conformado por 45 a 50 personas, quienes han recibido una capacitación previa para trabajar con niños.

Canal Once ha sido merecedor de importantes premios gracias a la calidad de sus programación y contenidos no solo para los niños. Así en agosto del 2003 Once Niños fue galardonado con el Prix Jeunesse Iberoamericano comparado con un Oscar en la producción de televisión para niños, *Dec* obtuvo el segundo lugar en la categoría de Mejores Nuevas Ideas y *Bizbirije* el tercer sitio en la categoría de no ficción.

En junio del 2005 el Consejo Nacional de la Comunicación reconoció al *Diván de Valentina* en la categoría de los Mejores contenidos de televisión, también esta serie obtuvo el premio Quálitas que otorga la Asociación a Favor de lo Mejor en la categoría Infantil- Didáctico en diciembre del 2004. Y en diciembre del 2003 ganó el Premio Generación 3 que otorgan estudiantes de la especialidad de producción audiovisual de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

² Entrevista a Patricia Arriaga. Tomado de la página web de la Cuarta Cumbre Mundial de Medios para la Infancia y la Adolescencia. <http://www.comminit.com>

³ Entrevista con el Lic. Rafael Illescas. Jefe de la División de Producción de Once Niños. 5 de febrero de 2005, Canal Once.

De esta forma Once Niños se ha distinguido por innovar con programas infantiles de alta calidad, no solo en su producción también en su contenido, siendo un hecho destacable la ausencia de programación violenta que permite a los niños divertirse e imaginar, logrando la aceptación y permanencia en el gusto del público infantil.

Concientes de la influencia que la televisión ejerce sobre los niños, Once Niños cuida y selecciona los contenidos y programas que muestra al televidente infantil, para ello se basa en un código de ética. Este código expone los puntos referidos acerca de lo que se les puede mostrar o no a los niños en un programa televisivo. En este contexto Enriqueta Calderón afirma “el código de ética tiene que ver con la legislación que no hay en la televisión mexicana y con todas esas partes de lo que se puede y no se puede hacer en un programa de televisión para niños”.

Así se hace referencia textual de algunos puntos de este Código⁴ de Ética en el que basa su programación y contenidos Once Niños.

Código de Ética de Once niños

En primera instancia Once Niños define a los niños como personas de 12 años y menos.

De los contenidos de la programación para niños:

Los mensajes que reciben los niños modelan su manera de pensar, de sentir y de actuar. Los contenidos pasan a formar parte de sus pensamientos y acciones, y se manifiestan con frecuencia en sus juegos, que son su principal forma de expresión.

Por tanto, es fundamental ser cuidadosos en el fondo y la forma de los mensajes dirigidos a los niños. Por ello es necesario:

⁴ Código de Ética, Once Niños

1. Presentar contenidos que fomenten su sano desarrollo físico y mental.
2. Evitar mostrar acciones o técnicas que los conduzcan a una imitación peligrosa.
3. Reflejar en los contenidos valores positivos que fortalezcan la autoestima, alienten la cooperación y muestren conductas de responsabilidad hacia ellos mismos y los demás.

La postura de Once Niños es seleccionar los contenidos más adecuados para los niños de acuerdo con sus necesidades y desarrollo.

Y en lo referido a la violencia en la televisión el código de Once Niños destaca que esta no es aceptable como una vía en la solución de los conflictos y por ello señala que:

Se debe evitar:

- La violencia verbal, ya que afecta especialmente a los niños.
- La violencia gratuita en escenarios domésticos, entre personajes que representen a sus padres, o hacia personajes con los que el niño simpatiza.
- La violencia dirigida a animales, pues resulta especialmente perturbadora para los niños más pequeños.
- La presentación de actos criminales, ya que se pueden convertir en lecciones de cómo realizarlos.
- La presentación de golpes de karate y la utilización de armas tales como cuerdas, navajas

o botellas, debido a que los niños tienden a imitar comportamientos.

En caso de presentar violencia, se debe:

- Hacer explícito si es parte de la realidad o es ficción.
- Justificar el contexto en que se presenta.
- Especificar claramente sus consecuencias.
- Reprobar su uso como salida al conflicto en forma abierta y clara.
- Aclarar que “el crimen no paga”.

En ningún caso se deberá presentar la violencia como glamorosa o aceptable.

De igual manera el código de ética de Once Niños aborda otros temas que hacen referencia de los contenidos sexuales y humorísticos. Así como el tipo de lenguaje que debe manejarse en los contenidos infantiles, la publicidad permitida, las jornadas laborales, la participación vía telefónica y por Internet, del equipo de trabajo y otros temas que implican el trabajar para los niños y con ellos.

4. 2 Reporte Focal: *El Diván de Valentina* como promotor de los valores, estudio de caso: Niños del 3er. grado de primaria de la Escuela Acayúcan.

El objetivo central de este estudio consistió en observar y analizar la recepción de los valores que identifican los niños en el programa *El Diván de Valentina*. Partiendo de la premisa que dicho programa trasmite y promueve en su contenido valores y conductas pro sociales benéficas para el desarrollo de los niños se establecieron los siguientes objetivos.

- Analizar la recepción de los niños sobre los valores que muestra el programa
- Determinar si las temáticas que se plantean en el programa estimulan, benefician o aportan modelos favorables a los niños que ven este programa
- Conocer en que medida los niños se ven influenciados por la programación que consumen

4.2.1 Desarrollo metodológico

Los datos obtenidos del grupo focal fueron recolectados por medio de la aplicación de dos cuestionarios (el primero previo a la presentación de los programas y el segundo después de la presentación de los capítulos) observación y registro de datos al momento de la proyección de los programas, y por medio de pláticas al finalizar cada capítulo.

La dinámica del estudio se llevo a cabo en el salón de clases del grupo del 3ro. A turno vespertino de la Escuela Primaria Acayucan. El grupo focal fue conformado por 10 niños (5 niñas y 5 niños) entre los 8 y 11 años de edad.

El cuestionario 1 titulado La televisión y los niños, permitió la recolección de datos acerca de los hábitos de consumo televisivo y las actividades que realizan los niños del grupo focal mientras ven la televisión. De igual manera en este cuestionario se elaboraron algunas preguntas que permitieron establecer cuantos niños conocían o acostumbraban ver algún programa de Once Niños, y de manera específica si ya habían visto *el Diván de Valentina*. Este cuestionario se conformo por veinte preguntas. (Cuestionario 1 anexo) El cuestionario 2 arrojó datos acerca de la memoria y retención de los niños sobre los temas de cada capítulo, la empatía con ellos y los personajes de la serie. (Cuestionario 2 anexo)

Los niños presenciaron tres capítulos de la serie, los cuales fueron previamente seleccionados y analizados con el fin de escoger aquellos que fueran útiles al objetivo de la investigación, que es promover los valores en los niños por medio de un programa de televisión. Los capítulos seleccionados fueron ¿De quién son las pulgas?, ¿Sabes que día es hoy? y ¿Tienes miedo Mamaí?.

Los niños del grupo focal presenciaron cada episodio, mientras tanto se monitoreo al grupo y se realizo un reporte de la atención, interés y reacción que mostraron durante la proyección del programa.

Este registro se llevo minuto por minuto, el grupo focal fue sentado en dos columnas para el mejor control de sus reacciones. Así dos personas recabaron y anotaron los datos. Se pudo observar de manera general que los niños se mostraron atentos e interesados en el programa. Incluso algunas niñas cantaron la canción de las cortinillas, debido a que ya conocían el programa. Otros miembros del grupo se encontraron un poco inquietos ante la presencia de una videocamara, situación que no duro más de dos minutos. Los niños mantuvieron su atención, y dejaron escuchar risas provocadas por el programa, se dieron también algunos comentarios breves entre ellos. A excepción del último episodio que los sensibilizó y generó tristeza.

Sinopsis ¿De quién son las pulgas?

Este episodio narra el deseo de Valentina por tener una mascota, especialmente un perro, a pesar su insistencia sus padres le dan una negativa, pues consideran que el tener una mascota es una gran responsabilidad. Valentina al salir a jugar encuentra a un perro que parece estar perdido y decide adoptarlo a escondidas de sus padres y con el apoyo y complicidad de sus hermanos Victoria y Beny, y el de su abuela Mamaí. A pesar de los esfuerzos por mantener oculta a la mascota, los padres de Valentina descubren al perro y después de una platica permiten que el perro se quede en casa bajo la responsabilidad y cuidado de Valentina. Todo

parece marchar perfecto hasta que aparece la dueña de la mascota con la que tanto se ha encariñado Valentina. Ella debe tomar una decisión entregar o no a su nueva mascota.

Valores positivos encontrados en este episodio: Ser responsable, mostrar respeto a los sentimientos de los demás, ser honesto y hacer lo correcto.

Observación minuto a minuto. Episodio de ¿Quien son las pulgas?
Duración: 19 minutos

Minuto 1 Ocho niños se encuentran atentos a la proyección, un niño platica y otro se encuentra distraído

Minuto 2 Continúa la atención de ocho niños, uno más voltea con frecuencia y otro mira a la observadora

Minuto 3 9 niños están atentos y uno voltea a ver a su compañera.

Minuto 4 Todos están atentos.

Minuto 5 Nueve integrantes del grupo están atentos, uno esta distraído

Minuto 6 Todos se encuentran atentos

Minuto 7 5 niños se encuentran atentos y ríen, tres más ríen con mayor fuerza

Minuto 8 Tres ríen sin perder la atención, y cinco estas atentos

Minuto 9 Un integrante platica, seis ponen atención, y uno se distrae voltea a ver la ventana

Minuto 10 Todos se muestran atentos

Minuto 11 Siete conservan la atención y uno intenta hacer un comentario con su compañera

Minuto 12 Nueve están atentos, uno voltea constantemente

Minuto 13	Siete muestran atención y tres ríen
Minuto 14	Ocho permanecen atentos, un integrante mira a la cámara y otro esta distraído
Minuto 15	Todos están atentos y ríen
Minuto 16	Tres niños platican, dos voltean, y cinco están atentos
Minuto 17	Ocho ponen atención, uno platica y otro juega con sus manos
Minuto 18	Seis están atentos, uno platica, uno voltea constantemente
Minuto 19	Ocho permanecen atentos y dos observan la cámara

Síntesis ¿Sabes que día es hoy?

Es un día especial para Valentina, su cumpleaños esta muy emocionada por ello, sin embargo se desilusiona un poco pues nadie la felicita y se siente ignorada. Ese mismo día también cumple años su amiga Karla, quien le presume todos sus regalos pero se encuentra sin su familia. Valentina miente acerca de sus obsequios. Intenta buscar algún regalo oculto y por accidente pierde una pulsera de su hermana Vicky. Sus abuelos le han mandado un sobre con dinero por su cumpleaños, y decide comprarse ella misma un regalo que decide cambiar para reponer la pulsera de su hermana. La familia de Valentina le tiene una fiesta sorpresa preparada.

Valores encontrados: El valor e importancia de la familia, hacer lo correcto.

Observación minuto a minuto. Episodio ¿Sabes que día es hoy?
Duración: 19 min.

- Minuto 1 Seis integrantes del grupo están atentos, dos se distraen y dos platican entre ellos
- Minuto 2 Siete niños permanecen atentos, uno observa a sus compañeros, dos platican
- Minuto 3 Ocho niños están atentos, uno platica, uno más no esta observando el programa
- Minuto 4 Todos se muestran atentos al programa, tres ríen
- Minuto 5 Nueve continúan atentos, dos hacen un comentario y uno se distrae
- Minuto 6 Ocho niños permanecen atentos, uno ríe y otro esta distraído se agacha
- Minuto 7 Ocho continúan atentos y se ríen, dos se distraen y uno intenta hacer un comentario con su compañero
- Minuto 8 Todos se muestran atentos, uno se distrae por un momento recobra atención
- Minuto 9 Ocho continúan atentos y tres ríen, dos niños se distraen uno de ellos observa a sus compañeros
- Minuto 10 Nueve niños se muestran atentos, uno se distrae
- Minuto 11 Continúan nueve niños atentos y uno intenta distraer a su compañero y se tapa los ojos
- Minuto 12 Nueve niños permanecen atentos, uno sigue distraído
- Minuto 13 Todos están atentos a la proyección
- Minuto 14 Nueve niños permanecen atentos, ríen, uno observa hacia la ventana
- Minuto 15 Todos están atentos, un niño voltea a ver a la maestra
- Minuto 16 Continua la atención de todos

Minuto 17	Todos permanecen atentos
Minuto 18	Ocho están atentos y ríen, uno juega con sus manos, y otro más esta distraído
Minuto 19	Todos están atentos

Sinopsis ¿Tienes miedo Mamaí?

La abuela de Valentina enferma y debe ser llevada al hospital. Valentina descubre que las cosas en casa son distintas sin la presencia de su mama a cargo, pues debe estar pendiente de su abuelita. Valentina habla con su padre sobre el temor que le provoca pensar en perder a un ser querido. Y descubre que la muerte es algo natural que le provoca temor y tristeza sin embargo se da cuenta que en compañía de sus seres queridos es menos dolorosa.

Valores encontrados: El apoyo de la familia en momentos difíciles y las demostraciones de afecto a los seres queridos. La unión de la familia.

Observación minuto a minuto ¿Tienes miedo Mamaí?

Duración: 19 min.

Minuto 1	Dos integrantes del grupo permanecen atentos, dos platican entre ellos, dos cantan y ríen, tres están distraídos. Se sorprenden respecto a lo que dice Valentina.
Minuto 2	Ocho niños están atentos, uno juega con sus manos y bosteza parece aburrido, uno esta distraído
Minuto 3	Ocho niños permanecen atentos, dos platican entre ellos.

Minuto 4	Tres observan con atención el programa, dos platican, tres más están distraídos y dos voltean hacia la ventana
Minuto 5	Siete están atentos al programa, dos se distraen uno de ellos juega con una moneda
Minuto 6	Seis niños están atentos al programa y ríen, dos no están viendo el programa, uno voltea a ver a su compañero y lo distrae
Minuto 7	Ocho niños están atentos, ríen; dos están distraídos no ven el programa
Minuto 8	Están atentos al programa 9 niños y uno esta distraído
Minuto 9	Ocho niños están atentos, dos se distraen
Minuto 10	Continúan ocho niños atentos al programa, dos se distraen uno de ellos juega con un papel
Minuto 11	Siete niños continúan atentos, uno voltea constantemente, uno tiene expresión de tristeza, y otro más parece tener sueño
Minuto 12	Siguen siete niños atentos al programa, parecen estar tristes; dos platican y uno esta distraído.
Minuto 13	Cinco niños están atentos a programa, los demás están platicando y pierden atención del programa
Minuto 14	Ocho niños están atentos al programa y dos platican entre ellos
Minuto 15	Nueve integrantes permanecen interesados en el programa, uno parece tener sueño y distrae por un momento a su compañero.
Minuto 16	Continua la atención de los 9 niños, el otro no esta viendo el programa
Minuto 17	Ocho niños están interesados en el programa, dos no están atentos
Minuto 18	Seis niños permanecen atentos, dos platican y uno bosteza

Minuto 19 Seis niños ven el programa, tres platican y uno más esta distraído

4.2.2 Resultados de recepción

Se observó que los episodios fueron de interés para la mayoría de los niños, solo se presentaron algunas distracciones esporádicas. La atención al programa se recuperaba con facilidad, la presencia de la cámara al inicio de la sesión causó algunas distracciones breves, después ya no fue un foco constante de atención. La participación constante de los niños del grupo focal mostró el interés y recepción positiva que tuvieron del contenido, así como la inquietud por compartir sus experiencias personales relacionadas con la temática de cada episodio.

Una vez registrado el interés y las reacciones de los niños durante la proyección de cada capítulo, se llevo a cabo una platica con ellos que permitió analizar:

1. Recepción de los valores
2. El estímulo o aportación de modelos favorables
3. Influencia de la programación

Episodio 1. ¿De quién son las pulgas?

Valores positivos encontrados por los niños: Ser responsable, cumplir los deberes, mostrar respeto a los sentimientos de los demás, ser honesto, devolver lo que no te pertenece, cuidar a los animales y hacer lo correcto.

En platica con los niños del grupo focal se pudo constatar que la televisión y la programación que presenta es un medio eficaz para promover y brindar estímulos positivos a los niños. En este caso los niños hablaron de la responsabilidad que implica tener una mascota, de los deberes que se tienen que cumplir al cuidarla, del trabajo que hay que hacer al darle de comer, bañarla, asear donde la mascota

ensucie. La mayoría de los niños coincidieron en que una mascota es una responsabilidad muy grande, pues requiere de cuidados y atención. Algunos expresaron su gusto por los animales y comentaron que una mascota (especialmente el perro) es un miembro más de su familia, con el juegan y se divierten.

Un aspecto destacable fue la participación constante que tuvieron al compartir sus propias experiencias, las anécdotas con sus mascotas y los deberes que cumplen al tener un animalito en casa.

Además de la responsabilidad que implica tener una mascota, los niños asimilaron la importancia de hacer lo correcto, esto haciendo referencia a que Valentina hizo bien en devolver al perro que no le pertenecía y que era buscado por su verdadera dueña.

En este sentido podemos afirmar que los programas de televisión llegan a ser una herramienta que permite sensibilizar, emocionar y persuadir a los niños. Y esta capacidad de la televisión puede aportar estímulos prosociales a la conducta y educación de los niños.

Yolanda expresa " a mi me gustó cuando Valentina entregó al perro, porque la otra niña lo andada buscando y estaba triste...y se hicieron amigas",

Los niños encontraron en este episodio semejanza entre el modelo presentado por la televisión y ellos, lo que habla de una identificación entre sus experiencias y la protagonista. Se dio una conexión emocional entre los niños del grupo focal y el sentir del modelo presentado.

Se observó el agrado y simpatía por la abuela de Valentina, llamada Mamaí, quien siempre mostró apoyo, comprensión, cariño y complicidad con su nieta. Este modelo de la abuela cariñosa y comprensiva dio pauta para que los receptores

hablaran sobre la relación que tienen con sus abuelos y lo importante que son para ellos. Se ve observó que la televisión efectivamente puede reforzar valores, ser un estímulo e influencia positiva en el desarrollo y conocimiento de los niños.

Episodio 2 ¿Sabes que día es hoy?

Valores positivos encontrados por los niños: El valor e importancia de la familia, la convivencia con la gente que quieres.

Antivalores mencionados por los niños: Decir mentiras, presumir, hacer sentir mal a otras personas y esculcar.

Los resultados de la observación mostraron la atención e interés de los niños, fueron poco los momentos de distracción, se pudo observar una mayor atención en este episodio, en comparación al anterior. La platica posterior a la proyección indicó la antipatía de los niños por algunos personajes y su forma de ser. En este episodio el grupo focal también percibió algunos modelos de conducta que señalaron como malos refiriéndose al hecho de decir mentiras, ser presumido, hacer sentir mal a otros y esculcar.

Los niños hablaron de la importancia que tiene estar con la familia el día en que cumplen años. Así mismo el grupo focal reflexionó sobre el valor que tiene estar con los amigos conviviendo sin darle tanta importancia a los regalos, aunque admitieron que les gusta recibir obsequios en su cumpleaños.

Francisco comenta “todos los regalos de Carla no se comparaban con el pastel que Vicky (hermana de Valentina) y su Papa le hicieron a Valentina”

Algunos miembros del grupo focal percibieron que no es correcto ser tan presumido, y mostraron antipatía a un personaje, a quien describieron como presumida y copiosa, actitud que no es buena según sus comentarios, porque

muchas veces hace sentir mal a las personas. En este mismo contexto una integrante del grupo justifico que Valentina dijera mentiras acerca de los obsequios con motivo de su cumpleaños a su amiga Carla, pues si no se burlaría de ella.

David menciona “ Carla le presumió sus juguetes para que ella (Valentina) se sintiera mal”

Carolina “ Es muy presumida porque sus papas le comparan todo lo que ella quiere... y además le dijo a Valentina que cuando regresen de viaje sus papás le van a hacer una fiesta”.

Los niños del grupo focal comentaron su agrado por el capítulo, y coincidieron en que Valentina hizo bien al decir había sido el mejor cumpleaños después de que creyó que no le regalarían nada. Y destacaron que tenía a su familia que la quería mucho, pues le habían hecho entre todos una sorpresa.

Episodio 3. ¿Tienes miedo Mamaí?

Valores positivos encontrados por los niños: Unión de la familia en los momentos difíciles, apoyo de los papas cuando estas triste o asustado.

Esta observación resulto especialmente interesante, los niños del grupo focal observaron con atención este episodio, que abordó el tema de la muerte. Continuaron algunas pequeñas distracciones de algunos receptores, sin embargo la participación siguió siendo activa y continua al momento de comentar el episodio.

Los niños se mostraron un poco afligidos y nostálgicos, compartieron algunas de sus inquietudes y temores acerca de la muerte. Admitieron sentirse un poco tristes y conmovidos en la platica posterior a la presentación del programa.

Este episodio pudo reafirmar que la televisión llega a modificar e influenciar los estados de ánimo y la conducta de los receptores; también permite con sus contenidos hacer una reflexión sobre diversos temas. Los niños se mostraron especialmente pensativos en el transcurso de la historia.

Este episodio les permitió reflexionar acerca de sus temores y miedos. Hablaron sobre la relación que tienen con sus abuelos, el afecto y convivencia que tienen con ellos, y lo tristes que se han sentido cuando han perdido un ser querido.

Al concluir el episodio el ambiente entre los miembros del grupo era de nostalgia y tristeza, ya no estaban tan sonrientes como en los dos episodios anteriores, el estado de ánimo se modificó de forma evidente.

El episodio les pareció triste a nueve de los niños del grupo, y estos son algunos comentarios:

David: “Hubo tristeza porque se murió el pescadito”

Carolina: “ Y tristeza por que Mamá se enfermó”

Francisco: “ Creí que se me moría un perrito y me asustó mucho y empecé a llorar”

El programa logró que la mayoría de los integrantes del grupo se identificaran con el tema de la muerte, se dio ese nexo emocional entre los espectadores y la historia, lo que permitió que participaran contando sus propias experiencias. Hablaron sobre sus miedos y temores, algunos de ellos dijeron temer a la oscuridad, a los relámpagos, a las víboras y al agua. También a la muerte debido a que es algo que no conocen, al respecto David comentó “ yo le tengo miedo a la muerte por que te lleva, te lleva tu alma (...) platico con mi abuelito de la muerte por que nos gusta mucho los cuentos de terror”.

Finalmente se les cuestionó si habían aprendido algo de esta historia, estas son algunas de sus respuestas:

Yaradith: “No hay que tenerle miedo a la muerte”

David: “Y no hay que ponerse tristes cuando alguien se muere, todos algún día nos vamos a morir”

Armando: “ Aprendí que cuando se la llevaron a Mamaí al doctor las cosas fueron cambiando poco a poco en la casa de Valentina, el señor quería cocinar y se quemaba, Valentina tenía que cuidar al niño, y su hermana se peleaba con su papá”

El estudio de la recepción es un campo que aun tiene mucho que explorar, y para ello es necesario generar nuevos mecanismos que permitan la recolección e interpretación de los datos. En este capítulo se presentaron algunos métodos principalmente cualitativos que permitieron la obtención, análisis e interpretación de los datos, entre ellos la etnografía, la aplicación de cuestionarios, entrevistas y pláticas con los receptores.

De esta manera se pudo confirmar que la televisión y sus contenidos son un medio eficaz en la promoción y enseñanza de los valores y conductas prosociales.

Los programas de la televisión tienen la capacidad de generar estímulos que aporten conocimientos, intereses y diversión sana a los niños, sin tener que recurrir a la violencia o la agresión para tener la atención y aceptación del público infantil. La televisión no es la responsable de crear y enseñar valores a los niños, esta es responsabilidad de la familia y sobre todo de la enseñanza, educación y ejemplo que los padres muestran a sus hijos. La televisión y sus contenidos son solo un integrante más en el entorno y la vida de los niños.

Finalmente la televisión es un medio de esparcimiento y diversión para los niños, capaz de influir en su conducta y comportamiento, sea de forma positiva o negativa en el desarrollo de los niños.

Conclusiones

La recepción televisiva es un proceso complejo que va más allá del momento específico al estar frente a la televisión y sus mensajes. La recepción se da antes, durante y después de estar en contacto con un contenido televisivo, e implica la integración de diversos elementos del sujeto receptor, quien selecciona, asimila, se identifica o rechaza los mensajes o contenidos.

Por tanto el entorno del niño es determinante en el proceso de recepción televisiva, al igual que sus propias experiencias que le permiten sentirse identificado o reflejado con lo visto en la televisión.

La recepción esta mediada por las relaciones sociales y culturales en las que está inserto el sujeto receptor. Entre ellas se encuentran la familia, la escuela, el grupo de amigos etcétera. De igual forma la edad, el sexo, el nivel social y económico, el desarrollo cognoscitivo del niño son variables que inciden en la recepción infantil y en la influencia de la televisión en la conducta de los niños.

El estudio de la recepción es un campo muy basto que requiere de mayor investigación e implica la integración de elementos básicamente cualitativos que sin duda han brindado aportaciones de gran utilidad a los estudios de recepción, así destaca el método etnográfico, que permite la recolección de datos por medio de la observación de los sujetos receptores y su entorno. Sin embargo hace falta explorar nuevos mecanismos que permitan la obtención de datos.

La aplicación de este método permitió de forma exitosa la recolección de los datos en el grupo focal. Se pudo registrar el interés e identificación de los niños receptores con el programa de televisión presentado. Así como la recepción de los valores y conductas prosociales mostrados en el contenido del programa, objetivo central de esta investigación. El grupo focal asimiló y en gran medida mostraron

empatía con los modelos de conducta presentados, recordaron y platicaron acerca de las temáticas y personajes de la serie.

La aplicación de cuestionarios permitió la obtención de datos sobre los hábitos televisivos de los niños, los usos y las funciones que tiene la televisión en su vida diaria. Así se registró que los niños con gran regularidad realizan otras actividades mientras ven la televisión, entre las mas recurridas están hacer la tarea (4), jugar (1) y comer (4). De igual forma los resultados del cuestionario señalan que la mayoría de los niños cuentan con televisión en su recamara (9)

Otras respuestas de los niños acerca de sus hábitos televisivos muestran que acostumbran ver la televisión en compañía de sus hermanos (4), con sus padres (3), y solos (3). Y mientras ven algún programa acostumbran a realizar preguntas siempre y cuando tengan duda acerca de lo que ven (8) y (2) de ellos dijeron no preguntar nunca. Los niños señalan que la televisión les ayuda a divertirse (8) aunque señalan que también aprenden (6) de los que ven en ella, y algunas veces lo que ven les ayuda a imaginar (3)

Sin duda la televisión sus contenidos proporcionan a la audiencia infantil numerables temáticas, conocimientos, estilos de vida y modelos de conducta que influyen de manera directa en la formación de los niños.

La televisión es un medio muy eficaz que permite la enseñanza indirecta de numerables temas, también contribuye a la socialización de los niños, quienes entablen platicas que giran en torno a sus programas favoritos. La televisión bien empleada contribuye al desarrollo integral de los niños, siempre que los contenidos sean acordes a la edad del público infantil y correspondan a sus intereses, inquietudes y sobre todo les diviertan y hagan pasar un momento ameno, principal interés de los niños al ver la televisión.

La niñez es una etapa en la que todo lo que el niño percibe, vive y aprende es fundamental para la conformación de su personalidad, sus hábitos, modales y costumbres. Así la audiencia infantil es particularmente susceptible a la presentación estereotipada de grupos, situaciones, ocupaciones etc. De tal manera que aprenden de manera involuntaria patrones de conducta que toman de la televisión.

La televisión llega a provocar diferentes reacciones en los niños, los contenidos o modelos mostrados en la TV llegan a ser un estímulo importante en la conducta del niño. Sin embargo, cada niño va a tener una respuesta diferente al estímulo recibido, en este proceso se ven inmiscuidos sus propios elementos: intereses, valores, experiencias, costumbres y estilo de vida.

Así la influencia que la televisión llega a generar en los niños dependerá no solo del contenido que un programa determinado muestre, también obedece a la habilidad cognitiva, de su proceso de maduración y del ambiente que lo rodea. Por tanto los efectos que la TV produce en los niños no son uniformes para todos, esta influencia afecta a cada niño de manera distinta.

Y en lo que se refiere a los niveles de violencia que la televisión expone a los niños en sus contenidos, puede concluirse que esta influencia se ve limitada por una serie de elementos o condicionantes que hacen, que no todos los sujetos receptores se vean afectados de manera directa e inmediata, si bien si existe un número considerable de estudios que demuestran cómo la violencia emitida en la pequeña pantalla deja su huella en ciertos sectores de la audiencia.

La investigación realizada permite establecer que los contenidos exentos de violencia sí son del agrado e interés de la audiencia infantil, y a la vez los divierten y proporcionan estímulos positivos, que promueven conductas prosociales y valores. Siendo la televisión una herramienta de apoyo para mostrar modelos de

comportamiento deseables a los niños, que permiten no solo su diversión, también su desarrollo integral.

La positiva recepción de los valores, expuestos en el programa infantil presentado al grupo focal, dan pauta para abordar diversos temas que contribuyen a la enseñanza y benefician el aprendizaje, conocimiento y desarrollo de las audiencias infantiles. La televisión es un medio que otorga a los niños un espacio de reflexión y aprendizaje. Lo importante es generar y brindar apoyo a los contenidos de calidad que involucren la idiosincrasia de nuestros niños y que aporten roles positivos a su desarrollo. En este proceso es importante conocer lo más posible a los niños.

Los niños aprenden principalmente de su entorno, en primera instancia del seno familiar, ellos aprenden, asimilan y promueven lo que viven, que en ocasiones se opone a lo que ven en la pantalla chica, o por el contrario se identifican gracias a sus propias experiencias.

Por tanto la televisión, en especial un programa tiene el poder de fortalecer algún comportamiento, actitud o conducta. Que muchas veces está respaldado por la enseñanza de la familia y apoyado y promovido por la escuela.

Así el estudio de recepción del *Diván de Valentina* me permitió ratificar que los programas que ven los niños, son sin duda un recurso eficaz y pedagógico para la promoción y enseñanza de modelos y conductas prosociales, además de que brindan un sano entretenimiento al público infantil, con temas que interesan y divierten sin la necesidad de recurrir a la violencia y al morbo. En este caso particular, el programa cumple su objetivo, transmitir a los niños valores por medio de su contenido y otorgarles diversión en su tiempo libre, logrando una muy buena aceptación en el público infantil.

La televisión como medio de comunicación tiene la capacidad y el alcance de ampliar conocimientos, es capaz de transmitir valores, sensibilizar y crear conciencia en sus audiencias por medio de los mensajes que genera y expone. Es posible hacer de la televisión una experiencia positiva y estimulante, que sea un aliado que contribuya a la educación y conocimiento de los niños.

Esta debe ser una responsabilidad asumida por los padres, quienes tienen la tarea de interesarse en los contenidos que los niños ven y prefieren, con el objetivo de comentar, explicar, sancionar o apoyar los modelos de conducta, contenidos y valores que el programa trasmite. Los niños son receptores activos que pueden ser encaminados y estimulados para elegir la programación que ven, y de esta forma la televisión puede resultar provechosa para los niños.

Nombre: _____

Escuela: _____

Grupo: _____

Fecha: _____

Edad: _____

LOS NIÑOS Y LA TELEVISIÓN

CUESTIONARIO

1. ¿Tienes televisión en casa? Si No

2. ¿Cuántos televisores hay en tu casa?

Una Dos Tres Más de tres

3. ¿Tienes televisión en tu recámara?

4. ¿Qué canales de televisión vez a diario?

5. ¿Cuál es tu canal preferido?

6. ¿Cuál es tu programa favorito?

7. ¿Cuántas caricaturas vez al día?

Una Dos Tres Cuatro Más de cuatro

8. ¿Con quien vez la televisión?

Solo Con mamá o papá Con hermanos Con amigos

9. ¿Realizas alguna otra actividad mientras vez la televisión?

Si No Algunas veces

10. ¿Qué otra actividad realizas mientras vez la televisión?

Comer Jugar Platicar La tarea

Otra. ¿Cuál? _____

11. Mientras estas viendo la televisión ¿platicas con alguien sobre lo que vez en la televisión?

Siempre Nunca Algunas veces Solo cuando tengo una duda

12. ¿Has visto los programas de Once niños?

13. ¿Has visto el programa El Diván de Valentina?

14. ¿Por qué te gusta ver la televisión?

15. ¿Cuándo no ves la televisión que otra cosa haces?

16. ¿A qué hora ves la televisión?

17. Lo que ves en la televisión te ayuda a :

Divertirte

Aprender

Imaginar

Reir

Pasar el rato

18. ¿Qué aprendes de la televisión?

19. ¿Qué es lo que no te gusta de la televisión?

20. ¿Cuál es tu personaje favorito de la televisión?

Escuela Primaria Acayucan

Nombre _____

Fecha: _____

Grupo: _____

Cuestionario 2

1. ¿Qué te parecieron los programas del Diván de Valentina?

2. ¿Cuál capítulo te gusto más y porqué?

3. ¿Cómo es el personaje de Valentina? Descríbela

4. ¿Quiénes forman la familia de Valentina?

5. ¿Recuerdas la música que aparece al inicio del programa, cómo es?

6. ¿Cómo es la familia de Valentina?

7. ¿Quién es el personaje más divertido de la familia de Valentina, porque?

8. ¿Cuál es el personaje que no te simpatiza y porqué?

9. ¿Cuál es tu personaje preferido, porqué?

10. ¿Te disgusta algo del comportamiento de Valentina?

11. Recuerdas como se llama el hermano de Valentina?

12. ¿Cuál es el nombre de la abuelita de Valentina?

13. ¿Qué sentimientos de hizo sentir el capítulo De quién son las pulgas?

14. ¿Qué sentiste cuando Mamaí enfermo?

15. ¿Qué fue lo que más te gusto de la fiesta de cumpleaños de Valentina?

16. ¿Cómo son los papas de Valentina, te agradan, o te desagradan, porqué?

17. ¿Cómo se llama la hermana mayor de Valentina? ¿Te agrada, porqué?

18. Describe a Karla Camino, amiga de Valentina

19. ¿Te gustaron los programas del Diván de Valentina, porqué?

20. Haz un comentario personal, sobre el Diván de Valentina

FUENTES CONSULTADAS

Aguaded, José Ignacio. *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Paidós. Papeles de Comunicación 25. Barcelona. 1999.

Castells, Paulino. *Enganchados a las pantallas. Televisión, videojuegos, internet y móviles*. Planeta Prácticos. Barcelona, 2002.

Charles, Mercedes y Orozco Gómez. *Educación para la recepción*. Ed. Trillas, México, 1990

Comó fomentar los valores individuales. Aula Práctica CEAC, Barcelona, España.

Eco, Humberto. *Cómo se hace una tesis*. Ed. Gedisa, 1984.

Eurasquin, Alfonso. *Los teleniños*. Ed. Fontamara, México, 1998.

Ezequiel Ander-Egg. *Teleadictos y videoidiotas en la aldea planetaria*. Ed. Lumen. Buenos Aires.

Fierro, Ma. Cecilia. *Mirar la práctica desde los valores*. Ed. Gedisa.

García, Ma. Del Carmen. *Televisión, violencia e infancia*. Ed. Gedisa. España, 2000.

García Rueda, Verónica. *Los jóvenes y la recepción televisiva en México. Posibilidades de una recepción crítica juvenil*. UNAM. 2002.

Herrán, Monedo Claudia. *Un salto no dado: De las mediaciones al sentido, Telediciencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. Cuadernos de comunicación y prácticas sociales No. 6. UIA. México.

Hurlock, Elizabeth. *Desarrollo del niño*. Ed. McGraw-Hill. México. Ej. 2. 1982.

Jacks, Nilda. *Televisión e identidad en los estudios de recepción*. En *Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. Cuadernos de comunicación y practicas sociales No. 6. UIA.

Lindgren, Henry Clay. *Introducción a la psicología social*. Ed. Trillas. México. 1978.

Lozano, Elizabeth. *Del sujeto cautivo a los consumidores nomádico, en Diálogos de la Comunicación*. No. 30. Lima.

Lull, James citado por Santaga, Miguel Ángel. *Los estudios de comunicación y la etnografía de audiencias*. En revista Latina de comunicación Social No. 10. Octubre 1998. <http://lazarillo.com>

March Cerda, Joan C. *La generación TV*. Ed. Granada: Escuela Andaluza de Salud Pública. 1994. p. 29

Meléndez Crespo, Ana. *La TV no es como la pintan*. Ed. Trillas, México. 2001.

Mussen, Paul. *Desarrollo psicológico del niño*. Ed. Trillas. México. 2003.

Orozco, Guillermo. En *Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. Cuadernos del PROIICOM. No. 6. UIA. México, 1994.

- *Hablan los televidentes*. Estudios de recepción en varios países. Cuadernos del PROIICOM. No. 4. UIA. México. 1992.

- *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Ediciones de la Torre. UIA. México. 1996.

Recepción televisiva: Tres aproximaciones y una razón de estudio. Cuadernos del PROIICOM. Num. 2, UIA, México. 1991.

Papalia E. Diane. *Psicología del Desarrollo.* Ed. McGraw-Hill, México. 1978.

Peyrú, Graciela. *Papá ¿puedo ver la tele?*. Páidos, Buenos Aires, 1993.

Rojas Soriano, Raúl. *Guía para realizar Investigaciones Sociales.* Plaza y Valdés.

Romero Pedra, Eduard. *Valores para vivir.* Ed. CCS. Madrid, España. 1998.

Rowe, Marieli. *La enseñanza de la televisión en la escuela.* En la educación para los medios de comunicación. En: Antología, UPN, SEP, México, 1994.

Sanjuanita, Guerrero Neaves. *Desarrollo de valores. Estrategias y aplicaciones.* Ediciones Castillo. México. 1998.

Schram, Wilburg. *Los efectos de la televisión sobre los niños.* Ed. Roble, México 1975.

Savater, Fernando. *El valor de educar.* México. Instituto de Estudios Educativos y Sindicales de América.

Sidney B. Simón. *La Clarificación de Valores.* Ed. Avante. México. 1977.

Urrua, Javier. *Televisión: Impacto en la infancia.* Siglo XXI. España Editores. 2002.

Villalpando Nava, José. *El mundo de los valores.* En Revista mexicana de Pedagogía. Año VII, No. 28. 1996.

Entrevistas

Lic. Rafael Illescas

Jefe de la División de Producción de Once Niños

25 de febrero 2005, Instituto Politécnico Nacional, Canal Once.

Lic. Rubén Gómez

Jefe del Departamento de Desarrollo Creativo Once niños

25 de febrero 2005, Instituto Politécnico Nacional, Canal Once.

Lic. Enriqueta Calderón

Jefa del Departamento de Desarrollo de Contenidos Once Niños

25 de febrero 2005, Instituto Politécnico Nacional, Canal Once.

26 de abril de 2005, Instituto Politécnico Nacional, Canal Once.

Grupo focal:

Andrea Bautista Canales

Fernanda Yolanda López Ríos

Giovanni Armendáriz Santana

Francisco Alberto Hernández García

Erick Irmin Flores Chávez

Tania Carolina revelo Castillo

Erick Bernal Castillo

Yaradith Viviana Solís Rodríguez

Ma. Elena Peralta Álvarez

David Inés Pérez

Armando Joel San Agustín Manríquez

Escuela Primaria Acayúcan.

20 de mayo 2005

31 de mayo 2005