



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL**



**“LA INTERVENCION DEL TRABAJADOR SOCIAL COMO PROMOTOR DE
RECEPTORES CRITICOS TELEVISIVOS EN LOS SERES HUMANOS DE 13
A 15 AÑOS DE EDAD QUE CURSEN LA EDUCACION MEDIA BASICA”**

**T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN TRABAJO SOCIAL
PRESENTA:**

ARIADNA YACARA PEÑALOZA GONZALEZ

DIRECTOR DE TESIS: ROGELIO CASTILLO TRAPALA

MÉXICO, D.F.

2006



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.

INDICE

INTRODUCCION	5
CAPITULO 1	
DESARROLLO DE LOS SERES HUMANOS DE 13 A 15 AÑOS DE EDAD	
	11
1.1. Teorías del Desarrollo Humano	
1.1.1. Perspectiva Mecanicista	11
1.1.2. Perspectiva Organicista	13
1.1.3. Perspectiva Psicoanalítica	19
1.1.4. Perspectiva Contextual Dialéctica	24
1.1.5. Perspectiva Humanista	27
1.2. Aspectos del Desarrollo del Ser Humano	29
1.2.1. Factores que Inciden en el Desarrollo del Ser Humano	32
1.3. Desarrollo del Ser Humano de los 13 a los 15 años de edad	35
1.3.1 Desarrollo Biológico	35
1.3.2. Desarrollo Cognoscitivo	38
1.3.3. Desarrollo Psico-motriz	39
1.3.4. Desarrollo Socio-afectivo	41
CAPITULO 2	
LA TELEVISION	
	45
2.1. El proceso de comunicación	
2.2. La Televisión	51
2.3. Tipos de Televisión	51
2.3.1. Televisión Pública o Abierta	54
2.3.2. Televisión Restringida o de Pago	63
2.3.3. Géneros Televisivos	67
2.4. Tipos de Televidentes y usos de la televisión	68
2.4.1. El rating	71
2.5. Recepción Crítica Televisiva	73

CAPITULO 3
EL TRABAJADOR SOCIAL Y EL TALLER COMO ESTRATEGIA
DE INTERVENCION

3.1. Trabajo Social	82
3.2. Trabajo Social con grupos	86
3.3. El Taller	95

CAPITULO 4
LA INTERVENCION DEL TRABAJADOR SOCIAL EN LA
PROMOCION DE RECEPTORES CRITICOS TELEVISIVOS

4.1. Metodología	99
4.2. Resultados y análisis del pretest	100
4.3 Taller de Comunicación Social: <i>¿Cómo tomar el control de la</i> <i>Televisión? Introducción a la Recepción Crítica</i>	109
4.3.1. Reseña del Taller	118
4.4. Resultados y análisis del postest	122
4.5. Evaluación del Taller	124
4.6. Comprobación de la hipótesis	125

CONCLUSIONES	126
---------------------------	-----

SUGERENCIAS	128
--------------------------	-----

BIBLIOGRAFIA	129
---------------------------	-----

HEMEROGRAFIA	132
---------------------------	-----

PAGINAS WEB	132
--------------------------	-----

ANEXOS	134
---------------------	-----

Cuestionario 1	134
----------------------	-----

Cuestionario 2	138
Formato de Crónica de Grupo	139
Ficha de Evaluación del Taller	140

INTRODUCCION

La comunicación surge con la existencia del hombre, pues los seres humanos no son solitarios, por el contrario buscan estar siempre en compañía, ello implica la necesidad de expresar ideas, emociones y también para buscar, saber y obtener información creada, expresada y transmitida por otros.

La búsqueda constante de satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el mundo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación, desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y el papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

La tecnología de la comunicación tuvo grandes avances a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando una serie de inventos y descubrimientos hicieron posible el tratamiento de la imagen, ya sea estática (fotografía) o en movimiento (cine). Igualmente se concibió la posibilidad de grabar y reproducir el sonido (cine sonoro, televisión y video).

La prensa, la radio, el cine y la televisión son considerados medios de comunicación masiva y reciben esa denominación por que permiten que un mismo mensaje sea recibido al mismo tiempo por varios receptores convirtiéndose en instrumentos que facilitan y mejoran el proceso comunicativo del ser humano, al hacer de éste una actividad comunitaria.

Por otra parte, la creatividad humana es tan poderosa e infinita que los medios de comunicación no sólo logran responder a la satisfacción de las necesidades del hombre, sino que inclusive han llegado a empujar a la humanidad a crearse nuevas necesidades. Con la tecnología empleada en los medios de comunicación surgen nuevas formas de comercio y de trabajo.

Aunque, gracias a la tecnología de los medios de comunicación se avanza más y se tiene más tiempo para sí mismo. La computación y la informática son apenas un ejemplo de las capacidades inventivas de la humanidad dirigidas en estos tiempos a simplificar las actividades del hombre.

El último gran cambio que se vive en cuanto a tecnología de la comunicación es la digitalización de la información, la cual es susceptible de ser digitalizada sin importar el tipo, es decir descompuesta en cadenas de bits para ser recompuesta en un sitio que físicamente puede estar al lado o a miles de kilómetros de la información original (una página web es un claro ejemplo de ello).

En cuanto al proceso de comunicación entre los medios de comunicación y el ser humano hoy por hoy tenemos una serie de emisores (individuales u organizacionales) que tienen necesidad de comunicarse con una gran cantidad de receptores dispersos por todo el mundo, para lo que disponen de un abanico de medios de comunicación.

La televisión, es un medio de comunicación de fácil acceso, favorece el proceso de comunicación colectiva convirtiéndose en un fenómeno social[@] y debido a esto es que cada vez son más los interesados en ella, tanto aquellos que quieran enviar mensajes por este medio como en aquellos interesados en recibirlos, esto es debido a la diversidad de los mensajes que se pueden encontrar y los cuales tienen una consecuencia o generar un resultado, aunque la gran mayoría de los televidentes no estén plenamente conscientes de esta situación, dando como resultado un proceso de comunicación inadecuado ya que en algunos casos el mensaje no es entendido del todo por el receptor al no hacer uso de la percepción.

El trabajador social es un profesionalista que reconoce la importancia de la comunicación y puede intervenir para buscar satisfacer las necesidades de los sujetos y así garantizar que el proceso de comunicación se dé lo mejor posible, asegurando su logro mediante una adecuada recepción del mensaje junto a la mejor utilización de las herramientas y técnicas.

Por tal razón, y ante el fenómeno televisivo, el trabajador social debe realizar una intervención adecuada que contribuya a una "comprensión" de los medios de comunicación como la televisión, en el caso de este trabajo se realiza con los seres humanos de trece a quince años de edad, para lo cual se propone como estrategia el diseño y la aplicación de un taller de Recepción Crítica que fomente el desarrollo cognoscitivo de los participantes.

Es cierto que existen otros profesionalistas de las ciencias sociales que también se interesan por la televisión, como son los sociólogos, comunicólogos, psicólogos sociales, etcétera, pero todos ellos toman una postura ante la televisión, en cuanto al abordaje de estudio; de acuerdo a su perspectiva profesional, ya sea que estén a favor o en contra.

Por su parte, el trabajador social, a diferencia de los anteriores profesionalistas, sabe que su injerencia es importante como mediador entre la sociedad y los medios; rol que ninguna otra profesión asume por autonomía.

Aunque, en el caso de este trabajo, no se pretende cuestionar a la televisión y lo que se transmite a través de ella sino que se busca que el receptor o televidente sea consciente de los mensajes que se transmiten por este medio.

El presente trabajo, encuentra su justificación en que la televisión es el medio electrónico de comunicación más usado en la actualidad, puesto que no se concibe un hogar sin televisión, se ha convertido en un elemento central y constante de la vida familiar. Sin embargo, en los últimos años se le ha juzgado considerando que ésta tiene efectos en los televidentes como si éstos fueran simplemente receptores del mensaje que se transmite a través de ella, sin considerar que la mente es selectiva, y que de toda la información que recibe selecciona lo que más le conviene o necesita, aunque esta selección la realiza de forma inconsciente.

Es muy común que se considere que la televisión tiene efectos directos en las personas que se exponen a sus mensajes, al grado de plantear situaciones extremas

[@] Se considera a la televisión como un fenómeno socio-cultural por su incidencia en la vida social y en la vida personal, y por sus repercusiones culturales, ideológicas, políticas y económicas.

en las cuales se dice que *lo que los alumnos aprenden en la escuela en un día, la televisión en un minuto lo destruye*¹.

Sin embargo, es necesario cuestionarse las razones por las que niños, jóvenes, adultos y ancianos permanecen largas horas frente al televisor.

Las estadísticas indican un aumento en el número de horas de exposición a la televisión, cada día se lee menos el periódico o algún libro y a cambio se ve más televisión, pero ¿el problema es ver TV?, o ¿serán tal vez las maneras, motivos y tiempos del ver televisión?

La exposición a la televisión no es indicador de la calidad. No es lo mismo creer todo lo que las noticias dicen, que cuestionar las formas y contenidos de los noticiarios que se suele ver y oír. ¿De qué depende que algunas personas puedan cuestionar, considerar y reflexionar las noticias que transmiten los medios?

Algunas investigaciones manifiestan que la preferencia por determinados programas de televisión no depende de la clase social de pertenencia o del tipo de servicios a los que se tiene acceso (televisión por cable, antena parabólica, etcétera), sino del papel que juega la cultura, así como la educación, las opciones de esparcimiento, ocio y trabajo.

En cuanto a las investigaciones relacionadas con los efectos que la televisión provoca en los televidentes, se ha comprobado que estos dependen en primera instancia de la cultura de quien se relaciona con los mensajes de la televisión y muy pocas son las investigaciones que pretendan saber ¿qué es lo que hace el receptor televisivo (televidente) con los mensajes que se transmiten a través de la televisión?

Por esta razón surge la necesidad de enseñar y aprender a convivir activamente con los mensajes de la televisión y obtener aprendizajes útiles para la formación educativa, cultural, moral. y social para lo cual se propone generar receptores televisivos críticos. No basta con querer ser crítico, es necesario serlo para poder transmitir una actitud firme y razonada, para dejar de preocuparnos por los efectos que causa la televisión como si ésta fuera responsable de todo.

Ante la diversidad de mensajes (lingüísticos y no lingüísticos) que se transmiten por medio de la televisión, cabe formular la siguiente pregunta de investigación, desde la perspectiva del Trabajo Social: **¿De qué forma puede intervenir el Trabajador Social al desarrollo de recepciones críticas televisivas entre los seres humanos de 13 a 15 años de edad?**

El intento de respuesta a esta pregunta de investigación nos permite plantear lo siguiente:

El Trabajador Social puede intervenir en el desarrollo de recepciones críticas a través del diseño y, posteriormente, la aplicación de un taller de comunicación social en donde se le explique al ser humano de 13 a 15 años de edad que el problema no radica en el emisor de los mensajes televisivos sino en lo que haga el receptor con los mensajes recibidos.

Este planteamiento es, a su vez, el objetivo general de este trabajo y para su logro se hará énfasis en la promoción de la recepción crítica, donde los participantes del taller

¹ Peña Ramos, Alexandrov Vladimir y Frank Viveros Ballesteros. *Educación con los Medios*. Ed. SEP. Col. Educación para los Medios. Desarrollo de la Visión Crítica. México, 1997. p.2

conocerán y tomarán conciencia del proceso de comunicación a través de la construcción y deconstrucción de los mensajes televisivos, lo que favorece la práctica de la expresión escrita, oral, mímica, gráfica, etcétera, y que contribuye al proceso de socialización en el equipo, grupo, escuela y familia.

También, los participantes del taller participarán en una dinámica de creatividad y comunicación, en donde aprenderán a analizar y reflexionar lo que ven y escuchan, distinguiendo entre la ficción y la realidad que se transmite por televisión y entenderán la relación de los iconos visuales con la palabra escrita. Reconociendo finalmente el papel que se tiene como receptor y productor de mensajes.

El rango de edades que se determinó para este trabajo se debe a que entre los 13 y los 15 años de edad en el ser humano no se producen cambios radicales en las funciones intelectuales, sino que la capacidad para entender problemas complejos se desarrolla gradualmente. Piaget, determinó que aproximadamente en este rango de edades se inicia la etapa del pensamiento de las operaciones concretas formales, la cual puede definirse como el pensamiento que implica una lógica deductiva. No hay que olvidar que el desarrollo de esta etapa está en función del aprendizaje acumulado y de la educación recibida.

La propuesta de solución al problema planteado generó la siguiente hipótesis:

El diseño y aplicación de un taller, desde el punto de vista del Trabajo Social, proporcionará los elementos necesarios para la promoción de receptores críticos televisivos en los seres humanos de 13 a 15 años de edad que cursen la educación media básica y que habiten en la Colonia San Pedro de la Delegación Ixtacalco en la Ciudad de México.

La operacionalización de las variables es la siguiente:

La variable independiente es la intervención del trabajador social como promotor, para lo cual se diseñó y aplicó un taller grupal que responde a una intencionalidad específica (formación de receptores críticos) y que no forma parte de la educación escolar. Dicho taller es de Comunicación Social, el cual abarcará sólo tres sesiones en donde se desarrollen los temas referentes a la comunicación, a la televisión y a la recepción crítica, cada sesión tendrá una duración de una hora con treinta minutos.

Esto generará receptores críticos televisivos; es decir, seres conscientes y responsables del mensaje que reciben de la televisión; y para comprobar dichos resultados se les aplicará a los participantes del taller dos cuestionarios: el primero se aplicará antes del taller y el otro al término de la última sesión para corroborar o desaprobado el planteamiento hecho en la hipótesis.

Pero para poder realizar esta comprobación de hipótesis es necesario generar el marco de referencia que servirá para fundamentar lo planteado en este trabajo.

De esta forma, en el primer capítulo de este trabajo se realiza una revisión sobre el desarrollo de los seres humanos entre los trece y los quince años de edad, no sin antes mencionar las diferentes teorías que han intentado dar una explicación al comportamiento humano en esta etapa del desarrollo.

En una breve revisión como ésta no se puede realizar un análisis de cada una de las teorías que se presentan. Sin embargo, se señalan algunos de los puntos más importantes de cada una de ellas. Estas teorías nos proporcionan los marcos generales que nos ayudan a entender la lógica de la información presentada y que

pueden guiar toda una investigación. Aunque el alcance de éstas tiende a ser variable, pueden abarcar desde simples “corazonadas” sobre el por qué de algo, pasando por interpretaciones más complejas (como el análisis cognoscitivo-desarrollista de Köhlberg sobre el desarrollo moral), hasta detalladas explicaciones que tratan de integrar una gran cantidad de información acerca de varios acontecimientos relacionados (por ejemplo, la teoría cognoscitiva de Piaget o la teoría psicosexual de Freud). No hay que olvidar que aún no existe una teoría que sea aceptada universalmente por todos los investigadores, ni existe tampoco una sola teoría que explique todos los aspectos del desarrollo.

Otros temas que se despliegan en este primer capítulo son: los aspectos del desarrollo del ser humano de los 13 a los 15 años de edad. Los aspectos se refieren a la división que se hace, con fines de estudio, de las diferentes partes que conforman al desarrollo como son: el biológico, cognoscitivo, psico-motriz, y el social-afectivo.

En el desarrollo del ser humano de los trece a los quince años de edad, el aspecto que tiene mayor relevancia para este trabajo es el cognoscitivo. Porque es cuando sus estructuras mentales le permiten no solamente realizar conjeturas con respecto a algo, sino que también le permiten, en caso de estar interesado, involucrarse plenamente en la resolución o simplemente formar parte de él.

El tema de la televisión será detallado en el segundo capítulo, para lo cual se hará referencia como primer tema al proceso de comunicación que permite emitir y recibir información, sentimientos, y cualquier información que se quiera transmitir, recordando las partes involucradas en dicho proceso y enfatizando los diferentes tipos de código de comunicación.

También se menciona de forma breve el desarrollo que la comunicación ha tenido a lo largo de la existencia del ser humano y destacando el momento en el que surge la televisión y cuya explicación origina que se expliquen los tipos de televisión que hay en México.

Se realiza de manera general la clasificación de los géneros televisivos sin adentrar a fondo a las cuestiones del formato del programa de televisión debido a que lo que importa más a este trabajo es el contenido de los mismos.

También se mencionan los tipos de televidentes que hay, los usos que se le da a la televisión, la forma en como se realiza el *rating* para conocer los criterios que se emplean y, de esta manera saber cuántos televisores están prendidos a determinada hora y cuáles programas son los más vistos.

En el tercer capítulo que habla del trabajador social y el taller como estrategia de intervención, se explica de forma general sobre el trabajo social, se incluyen unas breves definiciones de algunos autores que tratan de explicar lo qué es el trabajo social y definiciones obtenidas en el tiempo que fui estudiante de la Licenciatura en Trabajo Social, esto es con la finalidad de ir describiendo poco a poco lo que desde mí punto de vista es la carrera, su metodología o, más bien, niveles de intervención para después enfocar la atención en el trabajo social con grupos y proponer como estrategia de intervención al taller.

El cuarto capítulo se centra en la metodología empleada para la comprobación o desaprobación de la hipótesis basándose en los resultados obtenidos en la aplicación de un pretest y postest de los cuáles se realiza un análisis cuantitativo y cualitativo dependiendo de los reactivos de cada uno. Obviamente, también se analizan los resultados obtenidos durante la impartición del taller.

Por último, en las conclusiones se detallan los resultados obtenidos en el pretest y posttest, así como la información obtenida durante el taller y, por supuesto, se especifica si la hipótesis fue comprobada o desaprobada.

CAPITULO 1

DESARROLLO DE LOS SERES HUMANOS DE 13 A 15 AÑOS DE EDAD

Cuando se habla de desarrollo es para indicar que ha habido un cambio que ha requerido de tiempo, es decir, que no aconteció de un momento a otro, y que es un proceso el cual contempla fases, etapas o estadios cuyo objetivo final es el de lograr un perfeccionamiento el cual puede suceder en todos los campos: en el económico, político, social, cultural y el ser humano no está exento de tener su propio desarrollo.

Es importante conocer el desarrollo del ser humano porque permite describir y explicar los cambios que se presentan durante su vida y, a partir de esta información, se organiza la enseñanza de forma tal que pueda fomentar los cambios relacionados con el desarrollo.

Antes de precisar lo que se considerará como desarrollo del ser humano es necesario conocer algunas de las perspectivas que lo han estudiado y sus interpretaciones acerca del porqué ocurren ciertos acontecimientos, dichas interpretaciones, que se plasman en diversas teorías, corresponden a diferentes tiempos, espacios y contextos socioculturales, los cuáles se ven reflejados en sus postulados.

Se considera pertinente acotar que estas teorías son eminentemente psicobiológicas; no obstante, el trabajador social asume estos postulados para sustentar sus planteamientos y acciones.

1.1. Teorías del Desarrollo Humano

El desarrollo del ser humano ha llamado la atención de diversas áreas del conocimiento y ha sido estudiado por filósofos, médicos, psicólogos, entre otras profesiones quienes lo han visto a través de prismas diferentes y sus concepciones han dado lugar a variadas explicaciones y teorías acerca de los cambios que suceden en el ser humano y cuál es la procedencia de estos cambios.

Las teorías que serán mencionadas proporcionarán los marcos generales que ayudarán a captar la lógica de los datos requeridos para este trabajo y se tomará de cada una lo más trascendente. Considerando que están siendo modificadas, por sus propios seguidores, para incorporar nuevos datos, y que ninguna de ellas ha sido aceptada universalmente, no existe una teoría que explique todas las facetas del desarrollo.

1.1.1. Perspectiva Mecanicista

Se le conoce también como: *Modelo del Espejo Mecánico*¹ tiene sus orígenes en el *empirismo*² de los filósofos ingleses, así como en la escuela de psicología estadounidense conocida como *funcionalismo* y en la *teoría darwiniana de la evolución*³. Esta teoría ve al ser humano al igual que a una máquina, lo ve como reactor no como iniciador; es decir, como el resultado de una causa. En otras palabras, el ser humano

¹ Papalia, Diane. *El Mundo del Niño*. Ed. McGraw-Hill. Traductor Jesús Villamizar. México, 1988. Tomo1.p.27.

² http://apsique.virtubyte.cl/tiki-index.php?page=DesaIntro_desa, Empirismo. Doctrina que afirma que todo conocimiento se basa en la experiencia, mientras que niega la posibilidad de ideas espontáneas o del pensamiento a priori.

³ Skinner, B.F. *Sobre el conductismo*. Ed. Planeta-Agostini. España, 1994.

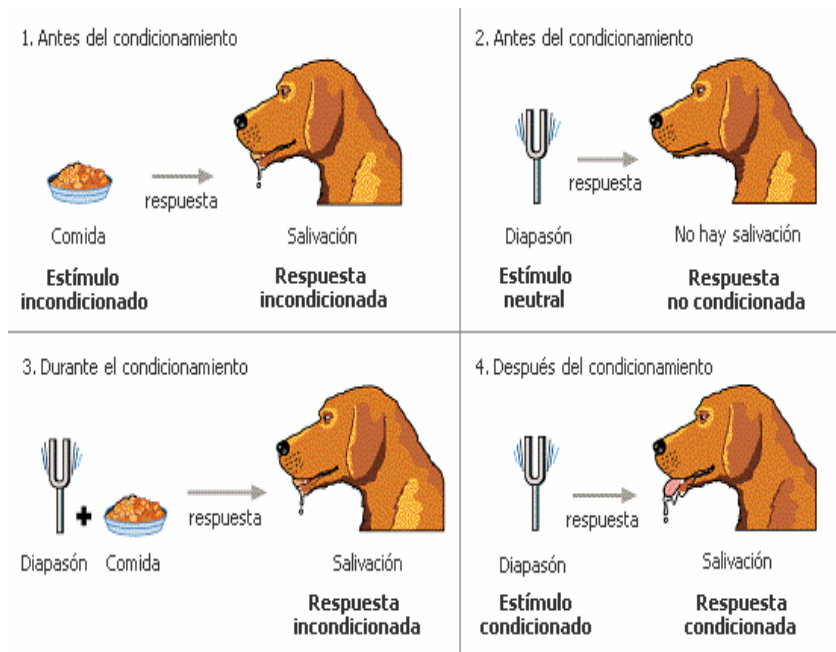
es lo que el medio ambiente hace de él; de modo que si se descompone un ambiente determinado en sus diferentes partes, es probable predecir como reaccionará una persona.

Para esta perspectiva el desarrollo es continuo y el cambio es cuantitativo, lo único importante es lo observable, lo que se pueda medir, registrar y desde luego predecir. Creen que los seres humanos aprenden acerca del mundo de la misma manera en que lo hacen otras especies, reaccionando a las recompensas, los refuerzos o los castigos de su ambiente.

Todo cambio se debe a un proceso de aprendizaje, de aquí se deriva el hecho de que se podrían programar los cambios evolutivos siempre que se conozcan los estímulos que los provocan y los refuerzos que los consolidan.

Uno de sus principios es el condicionamiento que explica el comportamiento humano y son de dos clases *el clásico o reactivo, y el operante*.⁴ El condicionamiento clásico, fue demostrado por primera vez por Ivan Pavlov (1849-1936), y establece que un estímulo antes neutral llega a producir una respuesta que normalmente no está asociada con él.

Imagen 1.



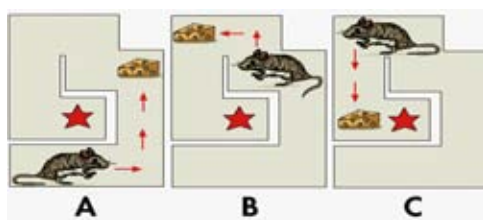
Condicionamiento clásico

La ilustración muestra cómo un perro puede aprender a salivar escuchando el sonido de un diapasón. Para que exista el condicionamiento, hay que repetir el paso 3 de la ilustración, es decir, ofrecer la comida y hacer sonar el diapasón varias veces hasta que el perro asocie este estímulo al alimento.⁵

El condicionamiento operante es un sistema de

recompensas y castigos que forma una respuesta, permitiendo así obtener respuestas nuevas, y fue desarrollado por Burrhus Frederic Skinner (1904-1990).

Imagen 2.



Condicionamiento operante de Skinner.

Como se ve en la imagen, los refuerzos positivos condicionan al ratón para que encuentre el final del laberinto. El ratón es recompensado con un alimento cuando llega a la primera etapa (A). Una vez que este tipo

⁴ Ambas corrientes hacen hincapié en una concepción del ser humano como un organismo que se adapta al medio (o ambiente). <http://ideasapiens.com/psicologia/cientifica/historiayevolucionconductismo.htm>

⁵ Microsoft Encarta 2002.

de conducta se ha arraigado, el ratón no recibe más recompensas, hasta que alcanza la segunda etapa (B). Después de varios intentos, el ratón debe encontrar el final del laberinto para recibir su recompensa (C). La investigación de Skinner sobre condicionamiento operante le llevó a la conclusión de que las recompensas más simples pueden condicionar formas complejas de comportamiento.⁶

El concepto de edad cronológica y la experiencia son irrelevantes para esta perspectiva ya que el ser humano siempre buscará adaptarse al medio, sin importar la edad que tenga y la que siempre será explicada gracias al condicionamiento.

La gran mayoría de los investigadores del desarrollo humano no considera que el condicionamiento explique el porqué del comportamiento del ser humano, sino que más bien éste explica la forma en que el ser humano aprende. Sin embargo, esta teoría representa una herramienta para mejorar el desarrollo en ciertas líneas de conducta, y ha sido útil para diseñar programas de aprendizaje programado y de modificación de la conducta.

Como representantes de esta teoría contamos con los conductistas clásicos, los neoconductistas y los teóricos del aprendizaje social (Robert Sears, John Dollard, Neal Miller, Albert Bandura,..), siendo estos últimos los que estudian al ser humano en sus primeros años de vida en lugar de ratas o palomas y sus conclusiones tienen aplicabilidad más directa al comportamiento humano.

1.1.2. Perspectiva Organicista

La perspectiva organicista también ha sido llamada *Modelo de la Lámpara Orgánica*⁷ y parte de la filosofía de *Leibniz*.⁸ Esta teoría considera que los seres humanos son organismos activos y que, por sus propias acciones, ponen en movimiento su propio desarrollo.

La actividad es una característica básica por la que se produce una continua diferenciación y un progreso hacia estadios superiores cualitativamente distintos, así el ser humano participa activamente en la construcción de la realidad, a partir de la interacción entre ambas de modo tal que el desarrollo es un cambio de estructuras que van diferenciándose a través de las distintas etapas, puesto que está inmerso en la naturaleza del ser humano.

El cambio evolutivo es estructural, por lo que cada etapa presenta una organización que siendo distinta a la anterior sólo se entiende y se puede explicar a partir de ella. Los cambios son unidireccionales, irreversibles y orientados hacia metas. Las leyes del desarrollo son universales independientemente de la cultura a la que pertenezca el ser humano.

Jean Piaget (1896-1980) es el principal defensor de la perspectiva organicista del mundo. Mucho de lo que se sabe acerca de la forma en que aprende el ser humano se debe a la creativa investigación que realizó y en la que aplicó sus conocimientos sobre biología, filosofía, lógica y psicología a la observación metódica del ser

⁶ Microsoft Encarta 2002

⁷ Papalia, Diane. Op. Cit. p.29

⁸ http://apsique.virtuabyte.cl/tiki-index.php?page=DesaIntro_desa

En la exposición filosófica de Leibniz, el Universo se compone de innumerables centros conscientes de fuerza espiritual o energía, conocidos como mónadas. Cada mónada representa un microcosmos individual, que refleja el Universo en diversos grados de perfección y evolucionan con independencia del resto de las mónadas.

humano y construyó teorías complejas sobre el desarrollo cognoscitivo para la adquisición de conocimiento.

La teoría de Piaget por etapas tiene los siguientes puntos característicos: todos los individuos pasan por las mismas etapas en el mismo orden, aunque el momento en que se presentan varía de una persona a otra, haciendo que cualquier demarcación basada en la edad sea solo aproximada⁹

La teoría principal de la perspectiva organicista es la desarrollada por Piaget con respecto al desarrollo cognoscitivo, es decir, de la inteligencia en el ser humano, el cual se ve vinculado a ciertos factores y es justamente en este aspecto donde diversos investigadores ya no concuerdan con esta perspectiva ya que esta no considera que la educación y la cultura afecten el desarrollo cognoscitivo. Considera al desarrollo emocional y de la personalidad como irrelevantes para realizar investigaciones, excepto en cuanto a estos aspectos se relacionen con el desarrollo cognoscitivo.

Según Piaget el desarrollo cognoscitivo, es comparable al crecimiento orgánico. Así como el cuerpo evoluciona hasta alcanzar la madurez de los órganos, así también la vida mental puede concebirse como la evolución hacia una forma de equilibrio final, representada por el espíritu adulto. El desarrollo es por lo tanto una progresiva *equilibración*¹⁰ de las partes que lo conforman. Propone que el ser humano nace con la necesidad y con la capacidad de adecuarse al medio. La adaptación consta de dos subprocesos: asimilación y acomodación. La mayor parte del tiempo, los seres humanos asimilan información relacionada a su desarrollo mental y la clasifican de acuerdo a lo que ya saben. A veces se enfrenta a problemas que no puede resolver y debe hacer acomodados, crear nuevas estrategias o modificarlas, para enfrentar la nueva situación.

Piaget determina una serie de etapas de desarrollo en los seres humanos, las cuales fueron resultado de sus investigaciones, donde cada periodo se caracteriza por la presencia de ciertos procesos y estructuras mentales que maduran y se fortalecen para permitir el paso a la siguiente etapa, las cuales son: 1ª. Sensorio-motora, 2ª. Pre-operacional, 3ª. Operaciones concretas y 4ª. Operaciones formales.

Considera que *la etapa sensorio-motora*¹¹ abarca desde el nacimiento hasta los 2 años de edad aproximadamente. Al nacer, el mundo del ser humano se enfoca a sus acciones motrices y a su percepción sensorial. Cuando termina el primer año ha cambiado su concepción del mundo, reconoce la permanencia de los objetos cuando se encuentran fuera de su propia percepción. Otros signos de inteligencia incluyen la iniciación de la conducta dirigida a un objetivo y la invención de nuevas soluciones. El ser humano en esta etapa no es capaz de elaborar representaciones internas, lo que se supone como pensamiento; no ha desarrollado el lenguaje, su inteligencia se considera como preverbal. En la última etapa de este periodo se refleja una especie de "lógica de las acciones", es decir, que la actividad está motivada por la experimentación.

*La etapa pre-operacional*¹² ocurre entre los 2 y 7 años de edad, aproximadamente. En la transición a este periodo, el niño descubre que algunas cosas pueden tomar el lugar de otras. El pensamiento infantil ya no está sujeto a acciones externas, comienza

⁹ Papalia, E. Diana. Op. Cit. p.31.

¹⁰ Piaget, Jean. *Seis Estudios de Psicología*. Ed. Seix Barral. Barcelona, 1974.

¹¹ <http://www.dia.ilce.edu.mx/funddos.html>

¹² Idem.

a interiorizarse. Las representaciones internas proporcionan el vehículo de más movilidad para su creciente inteligencia. Las formas de representación internas que emergen simultáneamente al principio de este período son: la imitación, el juego simbólico, la imagen mental y un rápido desarrollo del lenguaje hablado. A pesar de importantes adelantos en el funcionamiento simbólico, la habilidad infantil para pensar lógicamente está marcada con cierta inflexibilidad, es altamente egocéntrica; es decir, busca ser el centro de atracción.

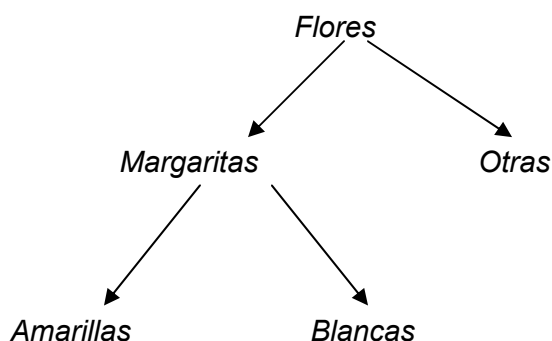
En la *etapa de operaciones concretas*¹³, que se desarrolla entre los 7 y 11 años aproximadamente, el ser humano se hace más capaz de mostrar el pensamiento lógico ante los objetos físicos. Una facultad recién adquirida, la reversibilidad, le permite invertir o regresar mentalmente sobre el proceso que acaba de realizar, una acción que antes sólo había llevado a cabo físicamente. También es capaz de retener mentalmente dos o más variables, cuando estudia los objetos y reconcilia datos aparentemente contradictorios. Estas nuevas capacidades mentales se muestran mediante un rápido incremento en sus habilidades para conservar ciertas propiedades de los objetos, número y cantidad, a través de los cambios de otras propiedades, para realizar una clasificación y ordenamiento de los objetos.

Las operaciones matemáticas surgen en este período. El ser humano se convierte en un ser cada vez más capaz de pensar en objetos físicamente ausentes, apoyado en imágenes vivas de experiencias pasadas.

El ser humano de 8 a 9 años muestra un refinamiento en su forma de clasificar, por ejemplo, al presentarles un conjunto de flores, pueden contestar las siguientes preguntas: ¿Cuáles harán un ramo más grande: todas las margaritas o todas las margaritas amarillas? ¿Si cortaras todas las flores del jardín, te quedarían algunas margaritas?

Gráfico 1

La Clasificación en la Etapa de Operaciones Concretas.



Frente a los objetos, los seres humanos en esta etapa pueden formar jerarquías y entender la inclusión de clase en los diferentes niveles de una estructura. Para hacer comparaciones, pueden manejar mentalmente y al mismo tiempo: la parte o subclase, y el todo o clase superior.

¹³ Piaget, Jean e Inhelder Bálber. *Génesis de las Estructuras Lógicas Elementales*. Biblioteca Pedagógica. Ed. Guadalupe. Argentina, 1976. pp.167-213.

El ser humano de 7 a 8 años muestra una marcada disminución de su egocentrismo, se vuelven más sociocéntricos. A medida que muestran una mayor habilidad para aceptar opiniones ajenas, también se hacen más responsables de las necesidades del que escucha la información que tiene y de sus intereses. Entonces las explicaciones que elabora están más a tono con el que escucha. Cualquier discusión implica ahora un intercambio de ideas. Al estar consciente de los puntos de vista ajenos, busca justificar sus ideas y coordinar las de otros. Sus explicaciones son cada vez más lógicas.

Durante la *etapa de las operaciones formales*¹⁴; que acontece aproximadamente entre los 11 a los 15 años de edad, se aprecian habilidades para pensar más allá de la realidad concreta. La realidad es ahora sólo un subconjunto de las posibilidades para pensar. En la etapa anterior desarrolló relaciones con interacción y materiales concretos; ahora puede pensar en relación de relaciones y otras ideas abstractas, como proporciones y conceptos de segundo orden.

El ser humano de pensamiento formal tiene la capacidad de manejar, a nivel lógico, enunciados verbales y proposiciones, en vez de objetos concretos únicamente. Es capaz ahora de entender plenamente y apreciar las abstracciones simbólicas del álgebra y la crítica literaria, así como el uso de metáforas en la literatura. A menudo se ve involucrado en discusiones espontáneas sobre filosofía, creencias, comportamientos sociales y valores, en las que son tratados conceptos abstractos, tales como justicia y libertad.

El desarrollo cognoscitivo engloba, a su vez, los procesos de atención, percepción, memoria, razonamiento, imaginación, toma de decisiones, pensamiento y lenguaje.

Otra teoría que surge desde esta perspectiva es la desarrollada por Kohlberg¹⁵ y la cual le da continuidad a los estudios realizados previamente por Piaget con respecto al desarrollo moral.

Para comprender el desarrollo moral hay que tener en cuenta diversos aspectos como el desarrollo cognitivo que aparece como condición necesaria aunque no suficiente para su aparición y para el papel de las emociones, especialmente la empatía.

Según Kohlberg, el desarrollo moral supone tres niveles cada uno de los cuales comprende, a su vez, dos estadios.

Cuadro 1

Resumen de los niveles y estadios del desarrollo moral, según la teoría de Kohlberg¹⁶

ESTADIOS.	VALORES PREFERIDOS Y LO CONSIDERADO CORRECTO.	RAZONES PARA HACER EL BIEN.	PERSPECTIVA SOCIAL DEL ESTADIO.
<i>NIVEL I: PRECONVENCIONAL. 0-9 años de Edad</i>			
Estadio 1: Moral Heterónoma.	Está bien someterse a las reglas, en tanto que se	Se hace el bien para evitar el castigo que pueden	Se adopta un punto de vista egocéntrico. Las

¹⁴ Piaget, Jean. *El juicio y el razonamiento en el niño. Estudio sobre la lógica del niño*. Biblioteca pedagógica. Ed. Guadalupe. Argentina, 1977 67-87 pp.

¹⁵ García Madruga, Juan Antonio y Pardo de León, Pilar. *Psicología Evolutiva*. Tomo 2. Ed. Universidad Nacional de Educación a Distancia. España, 1997. pp. 117-144.

¹⁶ http://apsique.virtuabyte.cl/tiki-index.php?page=DesaKoh_estadios

	escapa de un castigo. Se obedece para escapar al daño físico, a la persona o a la propiedad.	otorgar las autoridades que tienen poder superior.	acciones se evalúan sólo en función de sus resultados visibles, sin importar las motivaciones o intenciones de los demás. Se confunde la perspectiva de la autoridad con la propia.
Estado 2: Individualismo.	Está bien someterse a las reglas cuando esto lleva al bienestar propio inmediato y se deja en libertad a los otros para hacer lo mismo. Es correcto aquello que es justo y que lleva a un acuerdo en que ambas partes obtienen lo mismo.	Se siguen los intereses propios y se reconocen los intereses de los demás.	Se adopta un punto de vista concreto e individualista, donde aquello que es bueno es considerado relativo.

NIVEL II: CONVENCIONAL 9 a 25 años de Edad

Estadio 3: Perspectivas Interpersonales mutuas. Relaciones y conformidad interpersonal.	Está bien vivir de acuerdo con lo que espera la gente cercana (ser buen hijo, amigo, padre, esposo, etc.). Se considera relevante mantener relaciones mutuas de confianza, lealtad, respeto y gratitud.	Se hace el bien para satisfacer la necesidad de sentirse una buena persona ante los propios ojos y ante los demás. También se hace el bien para mantener las reglas y la autoridad que apoyan la buena conducta típica.	Se adopta una perspectiva que considera la relación con otros individuos. El sujeto puede ponerse en el lugar de otros, pero todavía no puede adoptar una perspectiva del sistema social en general.
Estadio 4: Sistema Social.	Está bien cumplir aquellos deberes si se ha establecido un compromiso, contribuir a la sociedad, al grupo y a las instituciones y se deben mantener las reglas, excepto cuando entran en conflicto con otras reglas sociales prefijadas.	Se hace el bien para mantener la institución en marcha y evitar un descalabro.	Se adopta una perspectiva que diferencia el punto de vista de la sociedad de los acuerdos o motivos interpersonales. El sujeto se preocupa de desempeñar bien su rol, protegiendo los intereses propios y los de la sociedad.

NIVEL III: POST-CONVENCIONAL DE PRINCIPIOS 25 años en adelante

Estadio 5: Normas sociales y presociales.	El sujeto reconoce que muchas opiniones y valores son propias de su grupo, y pueden no serlos de otro, aunque existirían reglas no relativas que deben mantenerse independientemente de la opinión de la mayoría (vida, libertad). Se mantienen las reglas porque constituyen una forma de contrato social y mantienen la	El bien se hace por un sentido de obligación al contrato social, lo que lleva al ajuste a la ley porque garantiza el bien y protección de todos. La preocupación del sujeto se centra en que las leyes y deberes permitan el mayor bien para el mayor número de personas.	Se adopta una perspectiva que va más allá de la sociedad. La persona es consciente que existen valores y derechos anteriores a los acuerdos sociales. Se consideran puntos de vista legales y morales al evaluar; se reconoce que a veces entran en conflictos y le es difícil integrar ambas posiciones.
---	---	---	---

	justicia.		
Estadio 6: Principios éticos universales.	Esta bien aquello que está de acuerdo con los principios escogidos autónomamente. Las leyes son válidas en la medida que se basan en estos principios, los cuales constituirían principios universales de justicia: la igualdad de los derechos humanos y el respeto de la dignidad de todos los seres humanos.	El bien se hace porque se cree en la validez de los principios morales y universales y hay un sentido de compromiso personal con ellos.	Se considera que los acuerdos sociales parten de una base moral; existiría un ser supremo, el cual reconoce que las personas son fines en sí mismas y como tales se les debe tratar. El sujeto enfoca los problemas desde una perspectiva superior a la sociedad, que se basa en el respeto a los acuerdos sociales.

Kohlberg estableció que el desarrollo cognitivo es una condición necesaria pero no suficiente para el moral. De ahí la importancia del desarrollo integral y del conocimiento social en la formación del ser humano y de una experiencia educativa que estimulé el avance moral. Si la escuela no es un ambiente de desarrollo y de aprendizaje, disminuye su papel de promotora del crecimiento moral al limitar las oportunidades para la toma de perspectivas socio-morales superiores.

De acuerdo con la epistemología genética durante los años de la secundaria y del bachillerato, si las condiciones de la experiencia son adecuadas, continuará el desarrollo de las operaciones formales o de pensamiento abstracto que habrá iniciado hacia los once años. Las estructuras del estadio se consolidan y son la base –la condición necesaria – para el razonamiento moral de principios. En cuanto a la moralidad, si otros factores personales, culturales y sociales son favorables, en estos años podrá culminarse la transición de las estructuras preconconvencionales de juicio moral a las de tipo convencional y se estará en condiciones de avanzar desde éstas a los juicios morales postconvencionales.

Esta teoría tiene limitaciones, se preocupa solamente por el pensamiento moral, en oposición a la conducta, lo que lleva a la contradicción de que una persona puede pensar de una manera sobre un asunto moral, pero comportarse en forma totalmente opuesta. Más aún, la visión de Kohlberg acerca del juicio moral es estrecha en el sentido de que se basa únicamente en el desarrollo de un sentido de justicia, mientras omite otros aspectos de la moralidad tales como la compasión y la integridad. Hay otros problemas que se relacionan con la dificultad para determinar en qué etapa se encuentra un individuo. Puesto que el método de asignar el puntaje es subjetivo, a pesar de la existencia de escalas estandarizadas, es difícil para otros investigadores confirmar los hallazgos de Kohlberg.

1.1.3. Perspectiva Psicoanalítica

Sigmund Freud (1856-1939), neurólogo austriaco, creó la perspectiva psicoanalítica, la cual sostiene que las personas no son ni activas ni pasivas, sino que siempre están fluyendo entre los dos estados, en un constante conflicto entre sus instintos naturales y las restricciones que la sociedad impone sobre el ser humano, entre la conciencia y la inconciencia.

La naturaleza de estos conflictos depende de la etapa de desarrollo en que se encuentre el ser humano en un momento determinado. Estudia también los impulsos y motivos inconscientes que subyacen al comportamiento.

Para el psicoanalista, el ser humano es un organismo reactivo cuyo desarrollo progresa por etapas.

Según Freud, el ser humano pasa por varias etapas diferentes en el desarrollo psicosexual, y han recibido sus nombres según las partes del cuerpo que son las fuentes primarias de satisfacción en cada fase.

Etapa oral (desde el nacimiento hasta los 12-18 meses) el ser humano recibe gratificación a través de la boca; chupar es importante.

Etapa anal (12-18 meses a los 3 años) el ser humano recibe gratificación en el ano, principalmente por la defecación; es importante el entrenamiento para aprender a ir al baño.

Etapa fálica (desde los 3 años hasta los 5-6 años) La gratificación se da por la estimulación genital; los complejos de Edipo y Electra son críticos.

Etapa de latencia (de los 5-6 años hasta la pubertad) el niño se encuentra en latencia sexual, luego de la resolución de los complejos de Edipo.

Etapa genital (desde la pubertad en adelante) los cambios hormonales del organismo dan lugar a la sexualidad adulta madura. Los impulsos sexuales vuelven a despertarse para dirigirse hacia las relaciones heterosexuales con personas de fuera de la familia.¹⁷

Desde el nacimiento hasta aproximadamente los 12 ó los 18 meses de edad, la zona erógena primaria se ubica en la boca; por lo cual esta etapa se denomina oral, durante la cual la estimulación del placer se logra mediante el comer y mamar.

Entre los 12 ó los 18 meses y los 3 años de edad, el ser humano está en la etapa anal. Los alimentos sólidos constituyen la dieta usual y el niño está interesado en el control de esfínteres y el placer que experimenta con los procesos de excreción.

La etapa fálica se inicia aproximadamente a los 3 años de edad y continúa hasta que se tiene entre 5 y 6 años. Esta etapa se caracteriza por los placeres obtenidos de la estimulación genital, por el interés en los órganos sexuales de otras personas, en saber de dónde vienen los niños, y cuestiones similares. Freud empleó el término fálico porque en el curso de la exploración sexual, el ser humano observa la diferencia entre los órganos genitales de los niños y las niñas. Adicionalmente, Freud sostuvo que los niños valoran sus órganos genitales lo que no ocurre con las niñas, que por la carencia de un órgano visible, supuestamente, se sentían inferiores y sufrían envidia del pene.

Se denomina etapa de latencia al periodo que transcurre entre los seis años de edad y la pubertad, porque la libido está adormecida o latente. Puesto que en esta etapa los niños no están interesados en sensaciones eróticas, tienen la disposición para adquirir múltiples aptitudes culturales y también tienen una vida relativamente libre de cuidados.

Finalmente, conforme comienza a madurar físicamente, el ser humano ingresa a la última etapa, la etapa genital, en la cual hay un resurgimiento de los intereses sexuales y la alteración de una de estas fases conduce, a la aparición de trastornos específicos sexuales o de la personalidad.

¹⁷ Paplia, Diane E. Op Cit. p.34.

Una tesis importante de la teoría freudiana dentro del desarrollo psico-sexual es que los niños se encuentran ante un conflicto significativo durante la etapa fálica, cuando compiten con el padre del mismo sexo por el afecto y la atención del progenitor del sexo opuesto. En los niños este conflicto se denomina complejo de Edipo y en las niñas complejo de Electra.

Freud, dice que la personalidad se compone de tres partes hipotéticas: *el Id, el Ego y Super Ego*. El *Id* es el núcleo inconsciente de la personalidad, que está orientado hacia la satisfacción inmediata de los impulsos. Opera en función del máximo placer y es inducido por la energía de la libido, la cual contiene instintos e impulsos básicos. El *Id* es una especie de estación en donde los instintos biológicos se convierten en deseos y provocaciones; no organiza ni reprime esas sensaciones, sino que sólo los almacena como si fuesen una masa confusa.

El *Ego* es la parte lógica y ordenadora de la personalidad que reprime los impulsos del *Id* mediante la comparación de los deseos con el mundo real, trata de satisfacer las demandas del *Id*, pero reconoce los límites impuestos por la sociedad y el ambiente. El *Super Ego* es el componente de la personalidad parecido a la conciencia moral. Se desarrolla gradualmente conforme el ser humano inconscientemente adquiere los valores morales de sus padres y de su cultura, su objetivo primordial es lograr la aprobación paterna y social mediante la distinción entre lo correcto y lo incorrecto y la transferencia de esta información al yo que trata de mantener refrenado al *Id*.

Con respecto a los tres componentes de la personalidad concebidos desde la perspectiva freudiana del desarrollo, el ser humano nace con el *Id* desenfrenado que es incapaz de sobrevivir en el mundo real. Consecuentemente, esto permite al *Ego* evolucionar de tal manera que la conducta del ser humano corresponde a la realidad. Sin embargo, el ser humano alguna vez se percata de que parte de su relación con la realidad consiste en la internalización de valores e ideales; y por consiguiente, el *Super Ego* se desarrolla para suministrar una estructura de cómo deben ser las cosas.

El pensamiento creativo y original de Freud ha hecho inmensas contribuciones con respecto a la sexualidad del ser humano, a la naturaleza de los pensamientos y emociones inconscientes y de muchos otros aspectos del funcionamiento emocional.

Freud hace un énfasis que hace ver a la resolución del conflicto psicosexual como la clave para un desarrollo saludable, su inflexibilidad y la manera subjetiva en que enunció su teoría ha hecho que sea difícil probarla con estudio de investigación.

La teoría psicoanalítica de Sigmund Freud, ha desencadenado un sinnúmero de deterioros en las relaciones familiares, cuando habla de los traumas que se pueden presentar en la niñez y cuando responsabiliza o culpa a los padres de los actos que cometen los hijos, así como del planteo referente a que el inconsciente es ingobernable. Según Freud, las fuerzas que nacen del inconsciente dominan de tal manera impulsivamente al ser humano que no puede controlarlas, se deja llevar por ellas y no puede cambiarlas. La única forma de poder distribuir esa energía, es encauzándola y eso solamente se logra a través del psicoanalista, en la asociación libre, narrándole la historia de estos síntomas como vaya recordándolos el enfermo porque el psicoanálisis considera como enfermo al que necesita o requiere de ayuda del especialista, y a través de su ayuda logrará encauzar esas fuerzas para hacerlas conscientes y así dominarlas.

Estos planteamientos permiten que siempre se justifiquen las actitudes y/o conductas de las personas, es decir, les permite no hacerse responsables de las decisiones que

toman por sí mismos. Al mismo tiempo estos “enfermos” se vuelven personas dependientes ya que no siempre se sienten totalmente capacitados para tomar decisiones sin antes consultarlo con su respectivo psicoanalista, asimismo las terapias son demasiado prolongadas.

Eric Erikson (1902-1994) fue un psicoanalista destacado por sus contribuciones al desarrollo infantil y a la crisis de identidad. Para lo cual esbozó ocho etapas, cada una de las cuales depende de la resolución exitosa de una crisis o un punto decisivo. La manera en que se resuelve o no cada una de estas etapas influye en el desarrollo de la personalidad definitiva del ser humano.

Cada etapa comprende ciertas tareas o funciones que son psicosociales por naturaleza. Aunque Ericsson les llama crisis por seguir la tradición freudiana, el término es más amplio y menos específico.

Cuadro 2

Las ocho etapas del Desarrollo Psicosocial de Erikson¹⁸

CRISIS	EDAD	SUCESO IMPORTANTE
Confianza básica contra desconfianza básica	Del nacimiento a los 12-18 meses	Alimentación
Autonomía contra vergüenza y duda	De los 18 meses a los 3 años	Entrenamiento para ir al baño
Iniciativa contra culpa	De los 3 a los 6 años	Locomoción
Elaboración contra inferioridad	De los 6 a los 12 años	Escuela
Identidad contra confusión de papeles	Adolescencia	Relación con los compañeros de la misma edad
Intimidad contra aislamiento	Adulto joven	Relación amorosa
Generatividad contra estancamiento	Madurez	Paternalidad y creación
Integridad del ego contra desesperación	Senectud	Reflexión acerca de aceptar la vida propia

La teoría de Erikson da crédito a las influencias sociales y culturales sobre el Desarrollo, además de que esta abarca toda la vida. Sin embargo, algunos de sus términos son difíciles de evaluar objetivamente para utilizarlos como una base para investigaciones de seguimiento.¹⁹

La solución a la crisis confianza y desconfianza constituye la base del desarrollo del ego. Durante el primer año de vida del ser humano, sus necesidades corporales tienen un interés vital. Sus experiencias sociales más influyentes en los primeros meses están relacionadas con la satisfacción de esas necesidades por parte de sus padres, quienes en esta etapa desempeñan la función principal en la formación de su sentido de confianza. Además, existe otra dimensión de confianza que generalmente se omite:

¹⁸ Papalia, Diana E. Op. Cit. p.35.

¹⁹ Papalia, Diana E.Op.Cit. p. 36

el ser humano necesita aprender a confiar en sí mismo conforme aprenda a satisfacer sus propias necesidades y esto le ayudará a desarrollar expectativas en torno al medio ambiente y a sus propias acciones. Si estas expectativas se conforman repetidamente, entonces se obtiene el fundamento de la confianza.

En la etapa de crisis de la autonomía contra la vergüenza se puede dar al ser humano la oportunidad de adquirir el sentido de autoconfianza que debía haberse desarrollado en la primera etapa. La autonomía se desarrolla al ser capaz de dominar tareas y hacer cosas por sí mismo. Las cosas “simples”, como desenvolver una barra de dulce o ponerse su camisa son habilidades importantes en esta etapa.

Los padres impacientes que, en nombre de la eficiencia o de la “protección” del niño, hacen lo que éste puede hacer, logran impedir el desarrollo del ego del niño y entonces la cualidad predominante puede ser la duda. Cuando los padres son muy condescendientes, particularmente si la tarea es “privada” como defecar, los niños no sólo dudan de ellos mismos sino que pueden sentir vergüenza²⁰.

La crisis de la iniciativa y la culpa. En esta etapa es cuando el ser humano se siente capaz y razonablemente autónomo además de estar dispuesto a emprender actividades. Sin embargo, la iniciativa que conduce a graves conflictos interpersonales, al rechazo o al daño, puede provocar un sentido preponderante de culpa. Ejemplo: si tiene la iniciativa de ayudar a colocar los víveres y rompe un frasco de mayonesa que se esparce por todo el piso, una severa reprimenda puede afectar su iniciativa.

La crisis de la elaboración contra la inferioridad. En esta etapa la iniciativa del ser humano proveniente de la etapa anterior le permite emprender tareas productivas y llevarlas a cabo. A través de la producción exitosa de cosas, se adquiere un sentido de laboriosidad. Es también la época en que ingresa al mundo competitivo, durante los años de la educación básica. Ahora tiene compañeros con los que él mismo se compara y determina sus fuerzas y debilidades. Estos son años cruciales para el desarrollo del amor propio.

Entre los doce y los dieciocho años de edad ocurre la etapa de Identidad contra confusión. Durante éste periodo el ser humano tiene que responder a la demanda de usar la autonomía, la iniciativa y la laboriosidad que ha adquirido, para resolver una crisis en la que intervienen las cualidades alternativas del ego que son la identidad del ego, contra la confusión de rol.

Durante los primeros años de la edad adulta las cualidades opuestas del yo son la intimidad contra el aislamiento. Erikson considera que la intimidad va más allá de las relaciones sexuales, es la capacidad para tratar a otras personas y convivir con ellas sin tener que abandonar la identidad propia.

En la edad adulta posterior y los años medios de la vida, la crisis se compone de las cualidades de la generatividad contra el estancamiento. En esta etapa los intereses que se tiene al respecto de otras personas pueden expandirse más allá de su familia inmediata y de otras personas queridas, e incluir la sociedad como un todo y las futuras generaciones. El interés en orientar a la nueva generación es la base del término generatividad. Quienes no establecen este sentido predominante tenderán a ser introvertidos y a preocuparse por su propio bienestar físico y material.

²⁰ Sarafino, P. Edward y Armstrong, James W. “Desarrollo del niño y del adolescente” Ed. Trillas. México, 1988. p. 121.

Finalmente, la octava etapa, que ocurre en los años de la vejez, consiste en la resolución de las cualidades alternas del ego de la integridad contra la desesperanza. Quienes ingresan a esta etapa y cuando se ha resuelto exitosamente cada crisis mediante el predominio de la cualidad positiva del ego, serán capaces de observar retrospectivamente su vida con un sentido de dignidad y satisfacción por los resultados obtenidos. Por otra parte, quienes consideran que su vida ha sido una serie mal dirigida de esfuerzos estériles y de falta de oportunidades, experimentarán un sentido de desesperanza.

Si se pasa bien por un estadio, se lleva ciertas virtudes o fuerzas psicosociales que ayudarán en el resto de los estadios que se tienen a lo largo de la vida. Si ocurre todo lo contrario, se pueden desarrollar maladaptaciones o malignidades y se pone en peligro el desarrollo faltante. De las dos, la malignidad es la peor, ya que comprende mucho de los aspectos negativos de la tarea o función y muy poco de los aspectos positivos de la misma, tal y como presentan las personas desconfiadas. La maladaptación no es tan mala y comprende más aspectos positivos que negativos de la tarea, como las personas que confían demasiado.

En cuanto a los planteamientos de Erikson, estos se siguen estudiando para determinar si estas “crisis” son las mismas para hombres y mujeres, y si son universales.

1.1.4. Perspectiva Contextual Dialéctica²¹

A diferencia de las perspectivas anteriores, la perspectiva contextual dialéctica tiene su origen en las concepciones marxistas y en las teorías psicológicas basadas en ellas como las de Vygotski, la psicología soviética y la francesa de Wallon, de tal modo que el desarrollo es un diálogo entre el sujeto y su ambiente y se condicionan mutuamente, es decir, el desarrollo no solamente es un despliegue de caracteres preformados en la estructura biológica de los genes, sino el resultado del intercambio entre la información genética y el contacto con las circunstancias reales de un medio históricamente constituido.

El individuo se percibe como un todo organizado pero en *continuo cambio*, lo normal es el desequilibrio, así pues el cambio evolutivo es resultado de la interacción dialéctica de todos los factores implicados en el desarrollo (biológicos, históricos, económicos, sociales...). El desarrollo es un proceso multidimensional, multidireccional que tiene lugar a lo largo de todo ciclo vital y los motores del desarrollo son la interacción con el entorno y la superación de los conflictos.

El desarrollo implica un conjunto de cambios que se producen en el tiempo, y es necesario tener en cuenta tres variables:

1. La edad de los sujetos.
2. La generación a la que pertenecen.
3. El momento histórico en el que se realiza la medida.

Esta teoría enfatiza los procesos de cambios cualitativos y cuantitativos, destacando la importancia de la interrelación entre el organismo y el medio. El conocimiento tiene un origen social y el sujeto lo adquiere en su interacción social.

El desarrollo potencial del niño abarca un área desde su capacidad de actividad independiente hasta su capacidad de actividad imitativa o

²¹ http://apsique.virtuabyte.cl/tiki-index.php?page=DesaIntro_desa

guiada...el aprendizaje engendra un área de desarrollo potencial, estimula y activa procesos internos en el marco de las interrelaciones, que se convierten en adquisiciones internas (VIGOTSKY, 1973)²²

Existe una estrecha relación entre el aprendizaje y el desarrollo, según Vigotsky, y el eje de la relación dialéctica entre aprendizaje y desarrollo es el principio: área de desarrollo potencial o zona de desarrollo próximo. Este lleva una dinámica perfectamente influida, dentro de unos límites, por las intervenciones precisas del aprendizaje guiado intencionalmente. Lo que el niño pueda hacer hoy con ayuda, favorece y facilita que lo haga solo mañana.

En evidente oposición a Piaget, Vigotsky llega a afirmar que el desarrollo sigue al aprendizaje, puesto que éste es quien crea el área de desarrollo potencial.

Para la psicología dialéctica la perspectiva organicista de los estadios es más bien una descripción que una explicación del desarrollo. Es una formulación basada en las manifestaciones aparentes y relativamente estables del desarrollo. Para la explicación del ser humano no importa demasiado si ya ha pasado o no por cierto estadio o etapa, lo verdaderamente importante es cómo cada ser humano atravesó dichas etapas, qué construyó con ellas, qué actividades realizó, etcétera.

Los estadios no dependen directamente de la edad sino del contenido concreto que el niño aprende a dominar (RUBINSTEIN, 1967)²³.

La psicología soviética resalta el valor de la instrucción, de la transmisión educativa, de la actividad tutorizada, más que la actividad experimental del ser humano por sí solo. Así como, las “conquistas históricas” de la humanidad que se comunican de generación en generación, ya que suponen formas, estrategias, modelos de conocimiento, de investigación, de relación, etcétera, que el ser humano capta, comprende, asimila y practica y le concede una importancia fundamental al desarrollo del lenguaje, puesto que:

La palabra es el instrumento más rico para transmitir la experiencia histórica de la humanidad (BOGOYAVLENSKY, 1973)²⁴.

El lenguaje es el instrumento prioritario de transmisión social en la comunicación que se desarrolla con los adultos y pronto se transforma en instrumento de pensamiento y en instrumento para regular el comportamiento.

Por otra parte, considera la actividad del individuo como el motor fundamental del desarrollo, concibiéndolo como la participación en procesos, generalmente grupales, de búsqueda cooperativa, de intercambio de ideas y representaciones y de ayuda en el aprendizaje, en la adquisición de la riqueza cultural de la humanidad.

Tampoco la experiencia física que el ser humano tiene en sus primeros años de vida son considerados como una experiencia neutra, por el contrario, es considerada como una experiencia ingenuamente experimentada que provoca que el ser humano no solamente establezca contacto con un objeto sino con una intencionalidad social que subyace a su construcción, así como a la funcionalidad social con la que se utiliza dicho objeto en los procesos de uso o intercambio.

²² Pérez Gómez, Ángel I. J. Gimeno Sacristán. . *Comprender y transformar la enseñanza. Los procesos de enseñanza-aprendizaje*. Ed. Morata. 6ª Edición. Madrid, 1997. p. 50

²³ Idem, p. 50

²⁴ Idem, p. 51

Para Wallon, el ser humano se desarrolla según el nivel general del medio al que pertenece, así pues para distintos medios se dan distintos individuos. Por otro lado, el desarrollo psíquico no se hace automáticamente, sino que necesita de un aprendizaje, a través del contacto con el medio ambiente.

Considera este autor que la infancia humana tiene un significado propio y un papel fundamental que es el de la formación y que en esta etapa se producen momentos críticos del desarrollo, donde son más fáciles determinados aprendizajes.

Wallon intenta encontrar el origen de la inteligencia y del carácter, buscando las interrelaciones entre las diferentes funciones que están presentes en el desarrollo.

Un estadio, para Wallon, es un momento de la evolución, con un determinado tipo de comportamiento, además, considera al desarrollo como un proceso discontinuo, con crisis y saltos apreciables.

Seis son los estadios que propone Wallon en su estudio:

- 1° Estadio Impulsivo.*
- 2° Estadio Emocional*
- 3° Estadio sensoriomotor y proyectivo*
- 4° Estadio del Personalismo*
- 5° Estadio Categorical*
- 6° Estadio de la Adolescencia²⁵*

El estadio impulsivo abarca desde el nacimiento hasta los cinco o seis meses, a este periodo Wallon lo llamaría de la actividad preconsciente, al no existir todavía un ser psíquico completo.

En este estadio todavía no están diferenciadas las funciones de los músculos, es decir, la función tónica (que indica el nivel de tensión y postura) y la función clónica (de contracción-extensión de un músculo). Los factores principales de este estadio son la maduración de la sensibilidad y el entorno humano ya que ayudan al desarrollo de diferentes formas expresivas y esto es precisamente lo que dará paso al siguiente estadio.

Entre los seis meses y al final del primer año de vida del ser humano se vive el estadio emocional, el cual es dominante en el niño y tiene su base en las diferenciaciones del tono muscular, que hace posible las relaciones y las posturas.

Wallon considera que la emoción cumple dos funciones importantes:

- 1) Permite que al ser humano el contacto con el mundo y por lo tanto con la sociedad.
- 2) Fomenta la aparición de la conciencia de sí mismo, en la medida en que éste es capaz de expresar sus necesidades en las emociones y de captar a los demás, según expresen sus necesidades emocionales.

El periodo más complejo es el estadio sensoriomotor y proyectivo, el cual abarca del primero al tercer año. En él, la actividad del ser humano se orienta hacia el mundo exterior y con ello a la comprensión de todo lo que le rodea. Se produce en el niño un mecanismo de exploración que le permite identificar y localizar objetos.

²⁵ www.monografias.com/trabajos/conducta/conducta.shtml

El lenguaje aparece alrededor de los doce o catorce meses, a través de la imitación; con él, enriquece su propia comunicación con los demás (que antes era exclusivamente emocional). También se produce el proceso de andar, el cual incrementa la capacidad de investigación y de búsqueda.

El estadio del personalismo comprende de los tres a los seis años. En este estadio se produce la consolidación de la personalidad del ser humano. Presenta una oposición hacia las personas que le rodean, debido al deseo de ser distinto y de manifestar su propio yo. A partir de los tres años toma conciencia de que él tiene un cuerpo propio y distinto a los demás, con expresiones y emociones propias, las cuales quiere hacerlas valer, y por eso se opone a los demás, de aquí la conducta de oposición. Este comportamiento de oposición tiende a repetirse en la adolescencia, ya que los orígenes de ambas etapas son parecidos.

De los seis a los once años ocurre el estadio categorial, el cual está marcado por el significativo avance en el conocimiento y explicación de las cosas. Se producen las construcciones de la categoría de la inteligencia por medio del pensamiento categorial.

Se dan dos tareas primordiales en este periodo: la identificación de los objetos por medio de cuadros representativos y la explicación de la existencia de esos objetos, por medio de relaciones de espacio, tiempo y casualidad.

En el desarrollo del pensamiento categorial, se diferencian dos fases:

1ª fase (6 a 9 años). El ser humano enuncia o nombra las cosas y luego se da cuenta de las relaciones que hay entre esas cosas.

2ª fase (9 a 12 años) se pasa de una situación de definición (que es la primera fase) a una situación de clasificación. El niño en esta fase clasifica los objetos que antes había enunciado, y los clasifica según distintas categorías.

El estadio de la adolescencia se caracteriza por una capacidad de conocimiento altamente desarrollada y, por otro lado, se caracteriza por una inmadurez afectiva y de personalidad, lo cual produce un conflicto, que debe ser superado para un normal desarrollo de la personalidad.

La adolescencia es un momento de cambio a todos los niveles; apunto este cambio hacia la integración de los conocimientos en su vida, hacia la autonomía y hacia lo que llamaríamos el sentimiento de responsabilidad.

Se pueden encontrar manifestaciones de esta perspectiva en las concepciones del Ciclo Vital (Baltes, Reese, Nesselroade, Riegel).

1.1.5. Perspectiva Humanista²⁶

En 1962, un grupo de psicólogos fundó la Asociación de Psicología Humanista. Esta perspectiva tiene su origen en el humanismo, corriente filosófica en la que uno de sus principios básicos es *que las personas son seres racionales y que poseen en sí mismas capacidad para hallar la verdad y practicar el bien*²⁷.

²⁶ Papalia, Diane E. Op. Cit. p.36-39

²⁷ Domingo Moratalla, Agustín. Un humanismo del siglo XX: el personalismo. Ed. Ediciones pedagógicas. Madrid, 1994.

Los humanistas, al igual que los organicistas, consideran que el ser humano tiene la capacidad de hacerse cargo de su vida y de promover su propio desarrollo. Destacan las capacidades del ser humano, haciendo uso de las cualidades como la de opción, la creatividad, la valorización y la autorrealización.

Se está ante una perspectiva menos desarrollista, puesto que no se distinguen claramente las etapas de la duración de la vida, sino que se hace una amplia distinción entre los períodos antes y después de la adolescencia, sin embargo, Abraham Maslow y Charlotte Bühler, sí hablan acerca de las etapas secuenciales del desarrollo del ser humano.

Maslow identificó una jerarquía de necesidades que motivan el comportamiento humano. Cuando el ser humano ha satisfecho las necesidades más elementales, trata de satisfacer las del siguiente nivel, y así sucesivamente, hasta alcanzar el nivel más alto de necesidades. El ser humano que satisface las necesidades más elevadas es la ideal para Maslow, la “persona autorrealizada”.

En orden ascendente, estas necesidades son:

1. Fisiológicas: aire, alimento, bebida y descanso para lograr un equilibrio corporal.
2. De seguridad: estabilidad y protección contra el temor, la ansiedad y el caos, que se logra con la ayuda de una estructura constituida por leyes y limitaciones.
3. Pertenencia y amor: afecto e intimidad que debe proporcionar la familia, los amigos y la persona amada.
4. Estima: respeto de sí mismo y de los demás.
5. Autorrealización: la sensación de que uno está haciendo aquello para lo que es apto y capaz, para ser “fiel a su propia naturaleza”.

Para Maslow, nadie llega a estar completamente autorrealizado, pero el ser humano que se desarrolla en forma sana, siempre está avanzando hacia niveles más altos de autorrealización.

Charlotte Bühler, propone una teoría de cinco fases del desarrollo humano, que enfoca el establecimiento y el logro de una meta personal. Sostiene que la autorrealización es la clave del desarrollo sano y que la gente desgraciada o desadaptada, no está autorrealizada.

1. Niñez (hasta los 15 años): el individuo no ha determinado las metas de su vida; piensa vagamente en el futuro.
2. Adolescencia y primera edad adulta (15 a 25 años): por primera vez el individuo aprende la idea de que tiene una vida propia, analiza sus experiencias hasta entonces, y piensa en sus necesidades y posibilidades.
3. Juventud y edad adulta media (25 a 45-50): el individuo adopta metas más definidas y específicas.
4. Edad adulta madura (45 a 65): el individuo evalúa su pasado y hace planes para el futuro.
5. Vejez (después de los 65 o 70): el individuo deja de preocuparse por alcanzar metas.

Las teorías humanistas han contribuido considerablemente al impulso de métodos para la educación infantil. El humanismo es un modelo positivo y optimista del género humano, en contraste con el punto de vista más negativo de Freud. Profundiza más que el conductismo en cuanto a los sentimientos, los valores y las esperanzas, a

diferencia del interés de los conductistas que se limita a la conducta observable. Sus limitaciones como teoría se deben en gran parte a su subjetividad. Como sus términos no están claramente definidos, son difíciles de comunicar y de utilizar como bases para diseños de investigación.

1.2. Aspectos del Desarrollo del Ser Humano.

Para comprender con claridad los diferentes aspectos del desarrollo es necesario entender dos términos que tienen un carácter biológico y son: *crecimiento* y *maduración*.²⁸

La vida humana se inicia en el momento mismo de la fecundación; a partir de ese momento, el organismo empieza a formarse dentro del vientre materno, hasta alcanzar las características biológicas necesarias para enfrentarse a las condiciones de una vida independiente que comienza con el nacimiento.

Al nacer el ser humano tiene un tamaño y peso determinados. El aumento gradual del tamaño y peso que se experimenta desde la fecundación hasta el momento en que adquiere la madurez biológica, se debe al proceso biológico conocido como *crecimiento*.

En función de la edad, la estructura biológica que el ser humano hereda de sus padres se vuelve más compleja, sobre todo en el sistema nervioso, debido a los cambios orgánicos y funcionales que en él ocurren. Este hecho hace posible que el ser humano vaya conquistando, normalmente sin que nadie le ayude, el control de todas las partes de su cuerpo para manipular y reconocer objetos, gatear, sentarse, caminar, correr, producir sonidos que después se convertirán en: palabras, ideas, etcétera. Este proceso hace posible que todas las acciones ya mencionadas se perfeccionen y a ese proceso se le conoce como *maduración*. Dicho de otra forma, la maduración es el proceso por medio del cual las destrezas motoras del ser humano se van perfeccionando gracias a los cambios que ocurren en su sistema nervioso.

El desarrollo del ser humano está ligado al crecimiento y la maduración, diremos que el aprendizaje de los seres humanos depende en buena medida de ellos, pero al mismo tiempo, todo aquello que el ser humano aprende, favorece el crecimiento y la maduración. Por ejemplo, los ejercicios físicos bien dirigidos pueden acelerar el crecimiento, así como favorecer el perfeccionamiento de las actividades derivadas de la maduración. Al mismo tiempo que se realizan las transformaciones de carácter biológico (crecimiento y maduración) el ser humano experimenta, cambios continuos de orden psicológico y social. Las actividades psicológicas como las sensopercepciones²⁹, el aprendizaje, el pensamiento, la inteligencia, la memoria, la imaginación y, en general todas aquellas derivadas del funcionamiento cerebral, le permiten al ser humano la adquisición de los conocimientos sobre sí mismo y el mundo natural y social en que vive.

El desenvolvimiento de las capacidades biológicas, psicológicas y sociales, se realizan de forma unitaria, es decir, fundidas en una sola pieza, durante el ciclo de vida del ser humano. Pero para fines de estudio se divide el proceso en los siguientes aspectos:

- ◆ Desarrollo Biológico.
- ◆ Desarrollo Cognoscitivo.

²⁸ Curso Básico para Profesores de Educación Primaria. Proyecto Estratégico 03. SEP. pp.1-4

²⁹ Son todos los estímulos adquiridos por medio de los sentidos que al ser integrados a la conciencia se transforman en experiencias útiles.

- ◆ Desarrollo Psico-motriz.
- ◆ Desarrollo Social-afectivo.

El desarrollo biológico son todos aquellos cambios que tiene el ser humano a nivel orgánico y que tiene relación con el desarrollo psico-motriz y con el social-afectivo, así como con el cognoscitivo.

El sistema encargado de regular a los demás sistemas que conforman el cuerpo humano es el endocrino y se encarga de liberar las sustancias llamadas hormonas que regulan el crecimiento, el desarrollo y las funciones de muchos tejidos, además de coordinar los procesos metabólicos del organismo.

El sistema endocrino ejerce un efecto regulador sobre los ciclos de la reproducción, incluyendo el desarrollo de las gónadas, el periodo de madurez funcional y su posterior envejecimiento, así como el ciclo menstrual y el periodo de gestación.

Entre los 10 y los 16 años de edad, el ser humano se encuentra en una etapa de maduración sexual, la cual está determinada por un aumento de la secreción de hormonas hipofisarias estimuladoras de las gónadas o gonadotropinas, que producen la maduración de los testículos u ovarios y aumentan la secreción de hormonas sexuales. A su vez, las hormonas sexuales actúan sobre los órganos sexuales auxiliares y el desarrollo sexual general. En la mujer, se inicia la menstruación y la ovulación y en el hombre se forman los espermatozoides y ocurre la polución.

El desarrollo cognoscitivo es el producto de la organización, asimilación y modificación de las experiencias que el ser humano tiene frente al mundo que lo rodea.

Desde el punto de vista del desarrollo cognoscitivo, las principales construcciones del ser humano entre los 2 y 7 años de edad son:

- ◆ El conocimiento de los objetos.
- ◆ La noción de espacio.
- ◆ La representación simbólica del mundo.
- ◆ La adquisición de su lengua materna.
- ◆ La noción de tiempo.
- ◆ La noción de cantidad.

*El desarrollo Psicomotriz*³⁰ es la serie de movimientos corporales que el ser humano realiza permitiéndole la estimulación a su sistema nervioso.

El orden en que el ser humano adquiere las habilidades psicomotrices sigue una doble dirección que empieza con:

- ◆ *El control de los movimientos de la cabeza hasta lograr el dominio de la locomoción vertical.*
- ◆ *El control de los movimientos de los hombros, brazos y antebrazos, hasta concluir con el control de los movimientos de las manos y de los dedos, lo mismo ocurre con las extremidades inferiores; es decir, del tronco a los pies.*

³⁰ El Desarrollo cognoscitivo se desenvuelve al mismo tiempo que las actividades o movimientos corporales en los primeros años de vida del ser humano, no es posible separar las conductas motrices de aquellas propiamente psicológicas, pues están fuertemente unidas en un todo, y sólo gracias al proceso de maduración neurológica progresiva que ocurre con el tiempo, esta fuerte relación va independizándose paulatinamente hasta alcanzar el momento en que ambos procesos continúan su desarrollo sin la relación inicial, aunque nunca desaparecen del todo.

Las adquisiciones psicomotrices están relacionadas con el proceso de maduración neuromuscular, y con las conquistas de tipo cognoscitivo como: los conocimientos relativos a las nociones de la existencia de los seres y objetos del mundo exterior, el lenguaje, el espacio y el tiempo.

El desarrollo psicomotor, independientemente de su relación con el proceso de maduración, opera mediante la organización, asimilación y modificación de las experiencias infantiles que impulsan al ser humano hacia formas cada vez más diferenciadas de comportamiento.

El desarrollo social-afectivo se refiere a las expresiones emocionales de alegría y de felicidad, tristeza y desconsuelo, ira y enojo que son experiencias o vivencias afectivas relacionadas con la satisfacción o insatisfacción de las necesidades humanas.

El ser humano recién nacido expresa sus emociones en una forma totalmente incontrolada debido a que apenas se inicia el proceso de su desarrollo. Sólo con el tiempo, cuando gradualmente el nivel de maduración neurológica aumenta, cuando sus construcciones cognoscitivas se perfeccionan y las habilidades psicomotrices son cada vez mejores, el ser humano adquiere la capacidad de controlar sus expresiones afectivas por las influencias de su familia.

Los seres humanos adultos pueden controlar sus expresiones emocionales y efectivas debido a la asimilación de las normas que regulan la convivencia social, en otras palabras, han alcanzado, por las influencias educativas informales y en muchos casos por las escolarizadas, el grado de sociabilización adecuada que les permite una integración social más completa.

Las expresiones afectivas de:

- ◆ Agrado-desagrado,
- ◆ Alegría-tristeza,
- ◆ Confianza-desconfianza,
- ◆ Tranquilidad-ansiedad,
- ◆ Bienestar-miedo.

Son algunos de los extremos afectivos entre los que transcurre la vida del ser humano.

El desenvolvimiento del ser humano implica un proceso el cual está constituido por etapas cuyo objetivo final es el lograr la maduración de sus capacidades biológicas, psicológicas, sociales, emocionales, etcétera; aunque, hay elementos en el ser humano y en el medio que lo rodea que causan un efecto en su desarrollo.

1.2.1. Factores que Inciden en el Desarrollo del Ser Humano

Los factores que intervienen e interactúan en el desarrollo son diversos y responden a múltiples variantes; conocerlos, facilita distinguir aspectos valiosos como la manera en que se constituye la personalidad de los seres humanos, los procesos de su aprendizaje y la relación que establece con su entorno durante su vida.

Los factores que inciden en el desarrollo humano, desde la perspectiva de la etiología³¹ pueden dividirse en: *Endógenos* y *Exógenos*.

³¹ Estudio de las causas de un orden determinado de efectos; especialidad en biología, estudio de la génesis de los órganos, funciones, facultades; y en patología, estudio de las causas de una enfermedad, de una anomalía, etcétera. – Narración que intenta explicar el origen de una costumbre, rito, fenómeno

Los factores endógenos son originados por el interior o dentro del organismo, están constituidos por aspectos internos de los seres humanos, como la herencia, el desarrollo orgánico (nutrición equilibrada y crecimiento físico) y la maduración del sistema nervioso, constituyen los primeros factores para que se produzca el desarrollo psicológico.

Respecto a la herencia³² está relacionada con los cromosomas y éstos a su vez con los genes. Los cromosomas contienen la información genética del organismo, cada tipo de organismo tiene un número de cromosomas determinado; en los seres humanos hay 23 pares organizados en 8 grupos según el tamaño y la forma. La mitad de los cromosomas proceden del padre y la otra mitad de la madre. Las diferencias entre los seres humanos reflejan la combinación genética de estos juegos de cromosomas al pasar de una generación a otra.

El sexo está determinado por la acción de una pareja de cromosomas. En los seres humanos el sexo depende del tipo de espermatozoide que realice la fecundación. Si el espermatozoide que fecunda el óvulo es portador del cromosoma X el cigoto resultante dará lugar a una mujer (XX) y si el espermatozoide que fecunda al óvulo es portador del cromosoma Y el cigoto dará lugar a un hombre (XY).

La mayoría de las características físicas humanas están influidas por múltiples variables genéticas, así como por el medio. Algunas, como la talla, poseen un fuerte componente genético, mientras que otras, como el peso, tienen un componente ambiental muy importante. Sin embargo, parece que otros caracteres, como el grupo sanguíneo y los antígenos implicados en el rechazo de trasplantes, están totalmente determinados por componentes genéticos.

La predisposición a padecer ciertas enfermedades tiene un componente genético muy importante, en este grupo incluye la esquizofrenia, la tuberculosis, la malaria, varias formas de cáncer, la migraña, las cefaleas y la hipertensión arterial, diabetes, entre otras. De los aproximadamente treinta mil genes que contiene el genoma humano, unos cuatro mil pueden estar asociados a enfermedades.

La alimentación³³ juega un papel esencial en el desarrollo ya que una buena alimentación favorece el crecimiento normal y el mantenimiento de la salud. Para que el cerebro y el organismo puedan funcionar de manera óptima, requieren una serie de sustancias que sólo pueden adquirirse a través de una nutrición adecuada.

La alimentación es asimilada por el cuerpo y debe estar compuesta por nutrientes y otras sustancias alimenticias como las proteínas, hidratos de carbono, grasas, vitaminas y minerales.

La función de las proteínas es producir tejido corporal y sintetizar enzimas, que regulan la comunicación entre órganos y células, y otras sustancias complejas, que rigen los procesos corporales.

Los minerales inorgánicos son necesarios para la reconstrucción estructural de los tejidos corporales además de participar en procesos tales como la acción de los

natural, etc., cuyo significado original se había perdido. Plomin, Robert y otros. *Genética de la conducta*. Ed. Alianza Madrid, 1995. Tratado sobre genética y conducta.

³² Benítez, Javier. *¿Por qué nos parecemos a nuestros padres?: los genes y las leyes de la herencia*. Ediciones Temas de Hoy. Madrid, 1997.

³³ Grande Covián, Francisco. *Alimentación y nutrición*. Ed. Salvat. España, 1985.

sistemas enzimáticos, contracción muscular, reacciones nerviosas y coagulación de la sangre.

Las vitaminas son compuestos orgánicos que actúan sobre todo en los sistemas enzimáticos para mejorar el metabolismo de las proteínas, los hidratos de carbono y las grasas, sin estas sustancias no podría tener lugar la descomposición y asimilación de los alimentos además de que ciertas vitaminas participan en la formación de las células de la sangre, hormonas, sustancias químicas del sistema nervioso y materiales genéticos.

Los hidratos de carbono aportan gran cantidad de energía en la mayoría de las dietas humanas. Los alimentos ricos en hidratos de carbono suelen ser los más baratos y abundantes en comparación con los alimentos de alto contenido en proteínas o grasa. Los hidratos de carbono se queman durante el metabolismo para producir energía, liberando dióxido de carbono y agua. Los seres humanos también obtienen energía, aunque de manera más compleja, de las grasas y proteínas de la dieta, así como del alcohol.

Aunque más escasas que los hidratos de carbono, las grasas producen más del doble de energía. Por ser un combustible compacto, las grasas se almacenan muy bien para ser utilizadas después en caso de que se reduzca el aporte de hidratos de carbono.

Los nutrientes los encontramos en los diferentes tipos de alimentos como son: panes y cereales, leguminosas o legumbres, tubérculos o rizomas, frutas y verduras, carne, pescado, huevos; leche y derivados, grasas y aceites, azúcares, confituras y almíbares.

La cantidad de nutrientes recomendada viene establecida por las autoridades competentes nacionales y algunas internacionales, para indicar las cantidades máximas de nutrientes necesarias para llevar una dieta sana y equilibrada. Estas cantidades, sin embargo, varían.

Cabe mencionar que el cuadro que aparece a continuación contiene información sobre los nutrientes que proporcionan los alimentos y no indica que estos sean los alimentos que se deban consumir. La alimentación del ser humano depende de su constitución física, de su edad, del estado de salud y de las actividades físicas que realice.

Cuadro 3

Distribución de alimentos por nutrientes³⁴

Energía		Proteínas		Vitaminas y Minerales	
Cereales	Azúcares	Leguminosas	Carnes Blancas	Frutas	Verduras
◆ Maíz	◆ Azúcar	◆ Ajonjolí	◆ Pescado de mar	◆ Aguacate	◆ Acelgas
◆ Trigo	◆ Miel	◆ Alverjón	◆ Pescado de agua dulce	◆ Arrayán	◆ Berros
◆ Arroz	◆ Piloncillo	◆ Cacahuete	◆ Aves	◆ Coco	◆ Cilantro
◆ Cebada		◆ Frijol		◆ Ciruela	◆ Coliflor
◆ Centeno	Grasas	◆ Garbanzo		◆ Chabacano	◆ Chayote
				◆ Chirimoya	◆ Chile
				◆ Guanábana	◆ Espinaca

³⁴ Fernández, Beatriz L. *Cuide a sus hijos... Su crecimiento su desarrollo*. Ed. CONASUPO, ISSSTE, DDF. México, 1986. p.139.

Raíces ◆ Camote ◆ Papa ◆ Yuca	◆ Aceite vegetal ◆ Margarina ◆ Crema ◆ Mantequilla ◆ Manteca	Oleaginosas ◆ Haba ◆ Lenteja ◆ Nuez ◆ Piñón ◆ Soya	Leche ◆ Leche de vaca y otras ◆ Yogurt ◆ Quesos	◆ Limón ◆ Mamey ◆ Mandarina ◆ Mango ◆ Melón ◆ Nanche ◆ Naranja ◆ Papaya ◆ Piña ◆ Pitaya ◆ Plátano ◆ Tejocote ◆ Zapote	Flor de Calabaza ◆ Huauzontle ◆ Jitomate ◆ Nopales ◆ Pimiento ◆ Quelite ◆ Rábanos ◆ Romeritos ◆ Tomate ◆ Verdolagas ◆ Zanahoria
		Carnes Rojas ◆ Carnero ◆ Puerco ◆ Conejo ◆ Chivo ◆ Res ◆ Visceras	Huevo ◆ Huevo de gallina y otros		

Los factores exógenos son las causas originadas en el exterior de un organismo y que actúan sobre él, como el sistema social, cultura, entre otros, determinados socialmente. El medio ambiente tiene una influencia decisiva en el desarrollo de los seres humanos y la formación de su inteligencia. Las principales variables de estos factores son los que se insertan en los procesos de socialización como cultura, comunidad y experiencias educativas y, finalmente, la familia.

La combinación de unos y otros factores, así como la influencia de sus múltiples componentes, pueden producir en diferentes personas los más diversos resultados.

Otras variables, que sin lugar a dudas influyen de manera considerable, son la cantidad y calidad de estímulos que recibe un ser humano a lo largo de su vida, que también se considera un factor fundamental. Estos estímulos podemos dividirlos en tres tipos:

- ◆ Sensoriales. Como la percepción, la motricidad o el lenguaje.
- ◆ Afectivos. Las primeras relaciones afectivas que el ser humano establece influyen en su desarrollo.
- ◆ Intelectuales. Incluye todos aquellos estímulos que desarrollan las capacidades que nos sirven para pensar, conocer, razonar, aprender y entender el mundo.

1.3. Desarrollo del Ser Humano de los 13 a los 15 años de edad.

Como se menciona con antelación, se selecciono este rango de edades porque entre los trece y los quince años de edad, los seres humanos, hombres y mujeres sufren los cambios más rápidos de sus vidas. Los cambios son biológicos como el aumento de estatura, de peso, forma, desarrollo pleno de los órganos sexuales, entre otros; así como, psicomotrices, cognoscitivos y socioafectivos.

En este rango de edades el ser humano busca ser independiente además de fortalecer una personalidad propia, a través del conocimiento en sí mismo, de lo que es y de lo que quiere. También vive el inicio de un periodo idealista, caracterizado por la intensidad de los sentimientos de alegría por vivir.

Cambia la capacidad de razonar, aprende a conocer cómo piensan los demás; descubre y critica la forma en cómo funciona el mundo y las inconstancias de la familia.

Es justamente por el cambio en su capacidad de razonar que se decide realizar el presente trabajo para fomentar la recepción crítica del mensaje televisivo. Aprovechando, el interés que tienen por aprender el funcionamiento del mundo para, después, aplicar la recepción crítica sobre cualquier problema o situación que se les presente.

1.3.1. Desarrollo Biológico³⁵

En este rango de edad se pueden observar cambios drásticos los cuales indican una maduración física y sexual. La maduración física hace referencia al aumento en la estatura y en la definición de los rasgos físicos. La maduración sexual supone el desarrollo de un conjunto de características sexuales primarias y secundarias. La actividad de la hipófisis supone un incremento en la secreción de determinadas hormonas con un efecto fisiológico general. La hormona somatotrópica produce una aceleración del crecimiento, conocida como “estirón”, que lleva al cuerpo hasta casi su altura y peso adulto en unos dos años. Este rápido crecimiento se produce antes en las mujeres que en los hombres, indicando también que las primeras maduran sexualmente antes que los segundos. Incluso el ojo crece más rápido y son frecuentes los fenómenos de miopía.

La madurez sexual en las mujeres viene marcada por el comienzo de la menstruación y en los hombres por el comienzo de la polución. Las principales hormonas que dirigen estos cambios son los andrógenos masculinos y los estrógenos femeninos. Estas sustancias están también asociadas con la aparición de las características sexuales secundarias. En los hombres aparece el vello facial, corporal y púbico, y la voz se hace más profunda. En las mujeres aparece el vello corporal y púbico, los senos aumentan su tamaño y las caderas se ensanchan.

La menstruación es un flujo sanguíneo que se produce en la mujer. Está constituido por sangre y por células procedentes del revestimiento uterino (endometrio). La menstruación forma parte del proceso que prepara a la mujer para el embarazo o parto. Cada mes aumenta el revestimiento del útero; si no se produce un embarazo este revestimiento se rompe y es eliminado a través de la vagina. El periodo menstrual abarca entre tres y siete días que es el tiempo que dura la menstruación.

Los cambios más evidentes en la piel son los brotes de barros y espinillas que anteceden a la aparición del acné, producido por la actividad aumentada de las glándulas sebáceas, que hacen la piel más grasosa, y por el aumento del tamaño de los poros y la textura más gruesa de la piel.

La actividad de las glándulas sebáceas también hace que el cabello sea más grasoso; las glándulas sudoríparas también parecen trabajar en exceso haciendo que el olor corporal sea más fuerte.

Es importante aclarar que en algunos casos estos cambios pueden presentarse mucho antes o después del rango de edades del que se está hablando.

³⁵ Gessell, Arnold, Frenel L, y Louise Bates Ames. *El Adolescente de 10 a 16 años*. Ed. Paidós. Colección Psicología, Psiquiatría, Psicoterapia. España, 1997. Segunda reimpresión.

Edad 13 años

Mujeres

En esta edad se da la continuación al proceso de maduración que a los cambios súbitos. La estatura y el peso siguen aumentando, pero con menos rapidez. En muchas se observa un redondeamiento en algunas partes del cuerpo. Las caderas, suelen presentar un aspecto más suave a medida que se llena la concavidad entre las crestas iliacas. Donde más evidente se hace este relleno es en el tronco y piernas, en tanto que el rostro, cuello y hombros pueden parecer más delgados que antes.

Algunas mujeres de esta edad que todavía no han experimentado la menstruación tienen la menarquía³⁶ durante este año, aunque algunas perfectamente sanas no la experimentan hasta los catorce años o aún más tarde.

Las características sexuales secundarias de los pechos y el vello corporal siguen desarrollándose lenta pero continuamente. Los periodos menstruales son irregulares. Aumentan también las secreciones de la vagina.

Hombres

Se aprecian rasgos físicos de madurez que hicieron su aparición a los doce años, se han hecho ahora más definidos. La mayoría de los hombres ya presentan vello en la región del pubis, con alguna pigmentación; para el grupo medio, es éste un período de rápido crecimiento de los órganos genitales; la voz se ahueca perceptiblemente en muchos, en tanto que en otros alternan la voz infantil y la adulta.

Al finalizar este año, alrededor de la mitad de los varones han alcanzado la mayor velocidad de crecimiento en altura, la cual, a partir de este momento, habrá de disminuir. Por lo común la primera eyaculación se produce más o menos por la misma época en que se alcanza el pico de crecimiento acelerado.

Edad 14 años

Mujeres

Aunque muchas todavía no han alcanzado esta etapa, la característica del cuerpo en esta edad es que sus formas se parecen más a las de una mujer joven. El crecimiento en altura ya se ha completado y también ha disminuido el crecimiento en peso, aunque habrá de continuar durante muchos años.

Las características sexuales secundarias presentan ahora una completa madurez: los pechos alcanzan casi el tamaño adulto y el vello de la región del pubis es denso y abundante.

El físico suele dar impresión de fortaleza; los rasgos parecen más fuertes y definidos. La gran mayoría ya ha alcanzado cierta regularidad en sus períodos.

³⁶ Primer Periodo menstrual que marca el comienzo de la fase reproductora en la vida de la mujer. *Guía Básica de Educación Sexual para el Maestro de Secundaria. Actividades I.* Ed. Presuperación Familiar Neolonesa, A.C. Segunda edición. México 1990. p. 51.

Hombres

El aumento de tamaño es marcado. El periodo iniciado a los trece años y medio que se continúa a lo largo de los catorce es el de mayor rapidez en el aumento de la estatura para la mayoría de los varones. El período adiposo pubescente llega a su fin, generalmente, en aquellos que lo habían presentado, y el físico presenta una musculatura más poderosa.

Las facciones se han hecho más firmes, el vello del cuerpo se halla más desarrollado, siendo el de la región del pubis más denso y oscuro, el de los antebrazos y pantorrillas más espeso y más largas las patillas. Se observa un marcado aumento de la transpiración axilar. Hacia el final de los catorce años la mayoría de los varones ha experimentado la eyaculación. La voz se hace a menudo perceptiblemente más profunda.

El ahuecamiento de la voz se ha hecho más perceptible. Es como si les sobreviniera una ronquera que no los abandona jamás.

Edad 15 años.

Mujeres

Aparecen pocos rasgos nuevos de madurez, los surgidos en épocas anteriores alcanzan un desarrollo más completo. La plenitud casi parece excederse en algunos casos; el redondeamiento de las formas continúa casi hasta el punto de una excesiva lozanía, con contornos rollizos. Es posible que la dirección de su desarrollo cambie en los años subsiguientes, haciéndoles adquirir un cuerpo más esbelto.

Hombres

Aunque lejos todavía de la completa madurez, el físico se parece más al de un hombre. La estatura, término medio, alcanza alrededor del 95% de la estatura adulta. La fuerza aumenta.

El vello del cuerpo ya ha alcanzado casi su crecimiento adulto, salvo en las áreas del pecho y rostro. La barba, desarrollándose a los lados del mentón, a continuación de las patillas y sobre los labios, comienza a adoptar gradualmente la distribución adulta. Los órganos genitales tienen virtualmente el tamaño maduro. La cabeza y las facciones resultan relativamente pequeñas a medida que aumenta el tamaño del cuerpo; el cuello se hace más largo. A menudo alcanza prominencia, a esta edad, la manzana de Adán.

1.3.2. Desarrollo Cognoscitivo³⁷

Entre los 13 y 15 años de edad no se producen cambios radicales en las funciones intelectuales, sino que la capacidad para entender problemas complejos se desarrolla gradualmente.

El ser humano de los 13 a los 15 años se encuentra en la etapa de operaciones formales – según Piaget – en la cual *puede manejar algo más que las situaciones concretas y reales..., piensa en forma lógica sobre cosas abstractas, puede crear teorías y*

³⁷ Gessell, Arnold, Frenel L, y Louise Bates Ames. *El Adolescente de 10 a 16 años*. Ed. Paidós. Colección Psicología, Psiquiatría, Psicoterapia. España, 1997. Segunda reimpresión.

sacar conclusiones lógicas sobre sus consecuencias, aún sin haberlo experimentado directamente³⁸.

Se interesa por los problemas inactuales, sin relación con las situaciones vividas día con día. Le es muy fácil elaborar teorías abstractas: escribe sobre filosofía, política, estética o lo que quiera. Quizá haya quienes no escriben, pero hablan. *Comparan la realidad con una posible y mejorada realidad*³⁹ Lo anterior puede originar un inconformismo o rebeldía.

Hay una consolidación del pensamiento hipotético deductivo y lo aplica a las áreas personales como estrategias para resolver sus problemas.

Adquiere una mayor conciencia de los valores morales y una mayor sutileza en la manera de tratarlos. La capacidad de abstracción le permite interiorizar los valores universales.

Le es posible realizar una planificación vocacional realista de acuerdo a sus intereses y posibilidades concretas, dejando atrás el periodo de fantasía y ensayo.

Toman y dejan una enorme cantidad de actividades y aficiones. Se definen ciertos criterios de belleza y de calidad.

- ◆ *Se afina su capacidad de abstracción.*
- ◆ *Se incrementa su capacidad de diferenciación.*
- ◆ *Se ocupa en asuntos de tipo existencial, refiriendo sus dudas al orden universal, del cual se siente centro o circunstancia.*
- ◆ *Suele oscilar su razonamiento del todo a las partes y viceversa con una vivacidad mayor a la de los niños y del adulto.*
- ◆ *Se plantea preguntas sobre el futuro de sí mismo y del mundo que lo rodea.*
- ◆ *Muestra ocasionalmente, que puede recurrir a diversos caminos para resolver cada problema.*
- ◆ *Muestra altibajos en su rendimiento escolar.*
- ◆ *En sus conversaciones, comentarios y discusiones involucra sus propias capacidades, intereses, temperamento y valores.*
- ◆ *Es capaz de valorar y reforzar sus fuentes de gratificación.*
- ◆ *Razona en función de su propia comodidad y conveniencia.*
- ◆ *Se interesa por la planeación y los grandes proyectos.*⁴⁰

Edad 13 años

En esta edad se aclaran y organizan las experiencias mediante ensayos interiores y exámenes de sí mismo. Sus reflexiones son polifacéticas, involucra múltiples aptitudes elecciones, deseos, ideas, ambiciones y pueden conducir a decisiones provisorias y potenciales en la esfera de la conducta moral. Gracias al esfuerzo reflexivo voluntario descubre que no se halla ensimismado en sus pensamientos, tiende a ser crítico.

Encuentra interesante la formulación de proposiciones y en el planteamiento de dudas. Asimila los conocimientos de forma prodigiosa. Existe una indudable disposición para aprender, además del deseo de ejercitar la independencia del pensamiento.

³⁸ Klausmeier, Herbert J. *Psicología Evolutiva. Habilidades Humanas y Aprendizaje*. Ed. Harla. p. 136.

³⁹ <http://apsique.virtuabyte.cl/tiki-index.php?page=DesaAdolescencia>

⁴⁰ Curso Básico para Profesores de Educación Primaria. Proyecto Estratégico 03. SEP 1985. p.14.

Edad 14 años

El ser humano a esta edad revela cierta disposición a mirar y considerar las dos caras de un problema. Le gusta razonar. Es capaz de pensar con independencia y de experimentar un placer intelectual en la discusión de un asunto. Su utilización del lenguaje y las modulaciones que efectúa al hablar revelan su conocimiento, el crecimiento de modos de pensar más maduros.

Edad 15 años

A los 15 años toma decisiones previamente meditadas, en caso de cometer algún error reconoce que se ha equivocado y que no medito lo necesario. Comienza a darse cuenta de que lo que él es depende más de él. Busca ser congruente con lo que siente y con lo que hace. Reúne ideas bastante precisas acerca de su propio ser. Ahora se da cuenta de que los bienes materiales y el dinero no son tan importantes como creía. Piensa más en lo que puede hacer él mismo, piensa en función de lo que se cree capaz de lograr con la finalidad de sentirse íntimamente satisfecho y no por un deseo de alcanzar la fama. Desea mejorar su capacidad para estudiar, para concentrarse en un tema sin que nada pueda distraerlo.

1.3.3. Desarrollo Psico-motriz

Las mujeres aumentan en un promedio de 45% su fuerza muscular medida por la presión de la mano, para jalar con los hombros, y empujar con ellos. Aplicando los mismos recursos de medición el promedio de los niños fue de 64%.

Aunque los hombres son más fuertes debido a que tienen más tejido muscular, también son importantes otras diferencias físicas, particularmente cuando está de por medio el esfuerzo para mantenerse en forma. Los hombres tienen más grande el corazón y los pulmones; su presión sanguínea es más alta, y la sangre contiene más partículas de oxígeno transportables. Esto significa que pueden absorber y transportar más oxígeno a los músculos en un determinado periodo. Los hombres también están mejor dotados para neutralizar los productos químicos residuales del ejercicio, tal como el ácido láctico, que provocan la fatiga y el dolor muscular.

Por razones del crecimiento acelerado y el aumento de peso y talla, suelen aparecer desfaseamientos en la coordinación motriz, que se corregirán o ajustarán hasta aproximadamente los 18 años de edad.

- *Presenta ligera pérdida en cuanto al dominio del espacio.
Tropieza con los muebles, derriba objetos.*
- *Presenta descontrol en la aplicación de su fuerza muscular.
Estruja al saludar, suelta objetos de entre sus manos, es violenta su palmada.*
- *Desciende ligeramente su precisión de movimientos.
Rasga los pliegos sobre los que escribe, distorsiona su escritura, desentoniza aparatos de precisión.*
- *Se incrementa su velocidad y fuerza motriz.*
- *Se amplía su repertorio en movimientos combinados.*

- Se modifican sus formas posturales y su andar acostumbrado⁴¹.

Las posibilidades de movimiento que el ser humano adquiere durante sus primeros años de vida, como *el flexionar, extender, torsionar, elevar, inclinar, muellar, rotar, abducción, balancear, ondular, bascular, aducción, pronar, supinar, invertir, evertir*,⁴² necesitan que les sean agregados cierto grado de dificultad.

Así el caminar se puede convertir en caminata, el correr en carrera, el lanzar con lanzamiento, etcétera, el fin de estas actividades es el de favorecer el rendimiento orgánico del ser humano logrando un desarrollo de este con su ubicación y orientación en el espacio y en el tiempo.

Las habilidades físicas son los componentes neurofisiológicos que intervienen en la realización de un movimiento, resultando ser la coordinación, la fuerza, el equilibrio, la flexibilidad, la agilidad, la resistencia y la velocidad.

Edad 13 años

A los 13 años se deben realizar actividades que requieran de una eficiencia en las posibilidades de movimiento ya vistos, así como del control de su cuerpo. Como actividades se recomiendan las técnicas de recreación en lo que respecta a los juegos, debido a que requieren de realizarlos con disciplina, dejan en libertad de llevarlos a cabo con esparcimiento, es decir en forma lúdica.

Las mujeres a esta edad suelen empezar a perder el interés en realizar actividades fuera de casa como los deportes o aquellas actividades que requieran de esfuerzos físicos “excesivas” y son sustituidas por paseos y por un interés en los hombres. Salvo en el caso de aquellas que tengan francas inclinaciones deportivas.

Los hombres tienen un mayor interés en realizar actividades fuera de casa y en especial en realizar actividades que sean deportivas (básquetbol, fútbol, natación, patinaje y todos los diferentes deportes).

Edad 14 años

A los 14 años se deben realizar actividades que involucren el control del cuerpo y el de un objeto o implemento. Las actividades a realizarse durante esta edad son aquellas cuya dinámica sea predeportiva⁴³, ya que propicia la disciplina, el orden y permite la adquisición de patrones motrices que son básicos para el aprendizaje de destrezas más complicadas.

También debe de haber una iniciación al ritmo, a través de la educación rítmica corporal⁴⁴ y/o de la iniciación a la danza.

Por lo general el hombre realiza actividades físicas sin propósito definido (“dar vueltas”), se permiten ser espectadores o participantes en las actividades deportivas.

⁴¹ *Curso Básico para Profesores de Educación Primaria. Proyecto Estratégico 03.* Subsecretaría de Planeación Educativa. Secretaría de Educación Pública, SEP. México, 1985. p.15.

⁴² *Programa de Educación Física. Secundaria.* SEP. México, 1988. p.22.

⁴³ Son juegos recreativos que contienen reglas simples previamente establecidas. *Programa de Educación Física. Secundaria.* SEP. México, 1988 p.40.

⁴⁴ Son actividades que se caracterizan por movimientos contruidos en espacio y tiempo, ajustados a la organización y sistematización del ritmo libre. *Programa de Educación Física. Secundaria.* SEP. México, 1988. p.39

Las mujeres siguen sin estar interesadas en las actividades deportivas. Los hombres en cambio, buscan tener una mayor cantidad de actividades fuera de la casa aunque no impliquen ser actividades deportivas.

Edad 15 años

A los 15 años las actividades demandarán el control del cuerpo, el de un implemento y de situaciones específicas. Las actividades deberán tener una dinámica totalmente deportiva considerando que favorecerá la formación de hábitos motrices, disciplina, colaboración, trabajo conjunto, etcétera. También es aquí cuando se deben realizar actividades que requieran de una utilización eficiente de las habilidades físicas al ejecutar acciones motrices, es decir, de un rendimiento físico.

En esta edad hombres y mujeres dejan completamente de lado las actividades deportivas y las cambian por paseos o “salidas con amigos”.

1.3.4. Desarrollo Socio-afectivo

En esta rango de edades el ser humano considera a sus iguales (amigos) como sagrados, les encuentra todas las virtudes.

- *Oscila entre la supervaloración de sí mismo y el autodesprecio.*
- *Alterna intencionalmente el aislamiento con la convivencia.*
- *Explota emocionalmente de manera desproporcionada a la intensidad de ciertos estímulos se desorganiza su identidad consigo mismo.*
- *Se reafirma su esfuerzo por hacer reconocer su autonomía, sin abandonar las ligas de dependencia con sus padres.*
- *Se afana por consolidar su sentido de individualidad, aún cuando se intensifica su necesidad de pertenencia a grupos de acción extraescolar y extrafamiliar.*
- *Se torna flexible, ocasionalmente, para asumir mayores responsabilidades.*
- *Puede asumir por conveniencia propia, roles pasivos mostrándose como conformista o como seguidor.*
- *Prueba diversas formas de conductas adaptativas, lo cual le ocasiona reproches, incomprensión y disgustos de los mayores.*
- *Se preocupa y puede angustiarse por la sincronía del crecimiento, desarrollo y maduración de su cuerpo.*
- *Su inseguridad se refleja en su susceptibilidad y fragilidad emocionales.*
- *Puede recurrir a solicitar orientación con algún adulto fuera del círculo escolar y familiar.*
- *Su desconfianza hacia los padres, le genera ansiedad.*
- *Se torna brusco en su vestir, hablar y comportarse.*
- *Rehúsa comportarse como se le indica.*
- *Su cuarto refleja parte del caos y desorden.*
- *Exige más dinero, prendas de vestir u objetos como formas sustitutivas a las pérdidas de serenidad y autoconfianza⁴⁵*

Edad 13 años

Tanto el hombre y la mujer en esta edad son en extremo sensibles y vulnerables; se sienten heridos y se enojan o irritan con facilidad. Los rasgos de humor son menos frecuentes, inclinándose hacia el sarcasmo.

⁴⁵ *Curso Básico para Profesores de Educación Primaria. Proyecto Estratégico 03.* Subsecretaría de Planeación Educativa. Secretaría de Educación Pública, SEP. México, 1985. p14-15.

Se nota, en ambos, una mayor seriedad e inclusive melancolía, así como una tendencia a parecer hoscos y sombríos sin estar realmente de mal humor o insociables.

Pueden pasar por momentos de extrema felicidad sin ninguna razón aparente, pero éstos no suelen durar mucho. Sus sentimientos de tristeza son más intensos que en épocas anteriores.

Cuando se hallan irritados parecen ser capaces de controlarse mejor que antes. Rara vez se enfurecen realmente, estallando como en épocas anteriores. La irritación o el enojo lo reemplazan por la furia, son capaces de ejercer cierto control consciente.

Hay manifestaciones de llanto cuando se sienten excluidos. No son temerosos. A las mujeres de esta edad les preocupa el ser populares. A los hombres les interesa más la escuela o las cuestiones de dinero.

Son sumamente sensibles, es fácil herir sus sentimientos. En algunas ocasiones los hombres se siente fácilmente heridos por las palabras severas de sus padres. Son más conscientes de sus propios sentimientos, muchos los manifiestan sin importarles hacerlos conocer a los demás. Otros se procuran disimularlos u ocultarlos. A menudo sólo permiten que sus amigos más íntimos conozcan sus sentimientos y, en algunas ocasiones, se los confiesan a la madre.

No siempre se muestran abiertos y comunicativos. Tienden a retraerse del círculo familiar para hurgar más a fondo la realidad en su pensamiento.

Esta situación se manifiesta al dedicar parte de su tiempo libre en buscar un programa televisivo que sea de su interés. Pasa poco tiempo ante la televisión durante la semana pero miran los programas del sábado y del domingo. No buscan programas conocidos de antemano ya que pretende sorprender a los demás comentándolo.

Edad 14 años

A la edad de 14 años tanto hombres como mujeres pueden experimentar en realidad una mayor confusión y desconcierto íntimos que lo que parecería indicar su actitud independiente y segura de sí misma.

Son afectuosos y extrovertidos, entusiastas y llenos de energías. Son menos retraídos que a los trece años. Tiene cierto amor propio y le gusta competir. La cólera es menos frecuente y la manifiesta de forma verbal o bien optan por retirarse.

Pueden experimentar una mayor confusión y desconciertos íntimos lo cual se puede ver reflejados en la seguridad que tenga en sí mismos.

Buscan la auto-aceptación a través de la comparación de sí mismos con los demás. Desean ser exactamente como los otros.

En la mayoría de los casos solamente escuchan los programas de televisión ya que manifiestan que no pueden ver la televisión debido a que tienen demasiado que hacer. Aunque, lo hacen para poder tener un tema de conversación con sus amigos.

Edad 15 años

Parecen buscar una relación de sus propias ideas e ideales con lo que los demás piensan acerca de ellos mismos. Tienen éxito en las argumentaciones y discusiones;

se muestran ansiosos por expresar sus pensamientos correctamente, dándole a cada palabra su significado exacto. El auto-análisis es reflexivo y posee mayor objetividad.

Pueden sentirse desconcertados y confundidos. Tienen conciencia de muchos problemas, aunque no ha logrado hallar todavía las soluciones.

Le dedican muy poco tiempo a ver programas de televisión, ahora su interés se vuelca en la radio. Les gusta la radio sólo como un telón de fondo, la encienden mientras estudian; aunque algunos lo hacen después de haber terminado sus deberes.

En este rango de edades los medios de comunicación son muy importantes, pareciera que es de "muy buena educación" decir: *lo ví en televisión que lo aprendí en la escuela* y sobretodo considerar que todo lo que se transmite por la televisión es verdad.

Sin olvidar que los medios de comunicación son muy importantes para el ser humano, los más económicos son la radio y la televisión, también son los que se encuentran en la gran mayoría de los hogares mexicanos. Son económicos por que solo se necesita comprar un aparato receptor de las frecuencias de radio y/o televisión para poder disfrutar de los programas que se transmiten a través de ellos.

Los productores de televisión saben que entre los 13 y los 15 años de edad el nivel de audiencia es muy bajo y por eso "crean" programas de televisión que atraigan su atención sin importar si el contenido de estos contribuye o no a fomentar algunos de los aspectos que conforman el desarrollo. No consideran las diferencias que existen, aunque sean mínimas de una edad a otra no dejan de ser importantes, solo se aprovechan de la necesidad de pertenencia y/o aceptación que tiene el ser humano en estas edades y le ofrecen que sí compra un artículo de los que promocionan nadie les dirá nada malo sobre su persona y serán admirados por haber adquirido el o los artículos.

Los programas que son transmitidos especialmente para los seres humanos de 13 a 15 años de edad son programas cuya atracción principal es presentar a los cantantes y/o grupos musicales más famosos de la radio, pretendiendo formar un acercamiento de estos con el público. Son muy pocos los programas de televisión que buscan fomentar el desarrollo de alguno o todos los aspectos que han sido descritos en este capítulo.

La gran mayoría de los programas que se transmiten en la televisión pública son programas producidos en otros países. Esta situación es un reflejo del contexto histórico-social que se vive en la actualidad. El mundo se esta globalizando; es decir, se están eliminando las fronteras lo cual traerá como consecuencia que al pasar de los años *los pueblos pierdan su identidad y ya no respeten más de dónde vienen, los seres no respetarán más lo que son, sino que buscarán ser lo que nunca podrán ser. Lo que algún país con una muy buena mercadotecnia venda, será el objetivo del ser humano en el presente.*⁴⁶

La mercadotecnia es un conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores. Se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretende establecer sus necesidades y deseos e influir su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes, de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran determinado producto. Cabe mencionar que la gran mayoría de las veces se ofrecen productos que en realidad no son necesarios

⁴⁶ Stemberg, Leonardo. *Sigmund Freud, el rey de la justificación*. Ed. Grijalbo. México, 2004. p.47.

pero la información que dan al respecto del producto hace que se piense que en verdad lo son.

El tema de la televisión es complejo y para entenderlo es necesario conocer también cómo es que el ser humano se comunica por lo que en el siguiente capítulo se desarrollarán estos tópicos.

CAPITULO 2

LA TELEVISIÓN

2.1. El proceso de Comunicación¹

La comunicación es un proceso mediante el cual se transmite información, sentimientos, pensamientos, y cualquier otra información que pueda ser emitida. Se dice que la comunicación es un proceso, porque se lleva a cabo en un lapso de tiempo, además de que intervienen varios elementos para que en efecto se realice. Con este fin, hay que pasar por varias etapas, que – aunque muy cortas – es necesario cumplir y conocer.

En la comunicación todos los elementos son importantes y absolutamente imprescindibles. Si cualquiera de ellos faltara, el proceso quedaría incompleto y la comunicación no se realizaría. Estamos ante una situación comunicativa, cuando este proceso se completa sin problemas, entonces, cuando se produce una situación comunicativa, es porque algo se ha transmitido.

Lo primero que hay que tener en cuenta, para que pueda haber comunicación es, ese algo que se desea transmitir. Esto constituye el primer elemento de la comunicación y se llama mensaje. Lo más probable es que el mensaje que se ha transmitido genere a su vez una respuesta. Se produce un mensaje nuevo.

Otra condición de cualquier situación comunicativa es que deben existir dos partes interviniendo en ella. Una, es la que transmite el mensaje, y la otra, es a quien se le transmite. A la parte que transmite el mensaje, se le llama emisor, y a la que lo recibe, receptor. Los papeles de ambos pueden ser adoptados indistintamente por las personas, dependiendo de las circunstancias, o sea, en una conversación, se es alternadamente emisor y receptor.

Para tener una buena comunicación con los demás es importante ser un buen emisor. Es decir, se debe expresar el mensaje de una manera apropiada. Pero, también, es necesario aprender a ser buen receptor, o sea, a recibir en forma abierta los mensajes que nos dirigen los emisores².

El código es un conjunto de signos que permite que el emisor transmita el mensaje, de manera que el receptor pueda entenderlo. Para que se produzca comunicación se necesita que tanto el emisor como el receptor manejen el mismo código.

Existen cuantiosos códigos con los que nos comunicamos día a día. El más común es el idioma. Aparte del idioma, existen otros, es decir, algunos son conjuntos de signos, que utilizamos a diario. Al referirnos a ellos, lo primero que debemos hacer es distinguir entre código lingüístico y código no lingüístico escrito.

El código lingüístico es un conjunto de signos que necesita del lenguaje, ya sea oral o escrito. El cual se divide, a su vez, en código lingüístico oral – si utiliza el lenguaje oral – y código lingüístico escrito.

¹ www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/FormBas/CComun/ComYLeng.htm

² <http://www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/FormBas/CComun/ComYLeng.htm>

Los idiomas son los códigos más comunes, corresponden a códigos lingüísticos, que pueden ser orales o escritos, si se trata del idioma en esa forma.

El código no lingüístico es aquel que no necesita del lenguaje. No requiere de un idioma determinado para ser capaz de transmitir el mensaje. Para que este código sea útil es necesario que tanto el emisor como el receptor conozcan su significado, pero no tienen que saber leer ni escribir. Ello se debe a que en este código no se utiliza el lenguaje, el código no es ni escrito ni oral.

Este código se divide en no lingüístico visual, no lingüístico gestual y no lingüístico auditivo.

En el código no lingüístico visual el mensaje se percibe por medio de la vista. Para captar el mensaje, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía y no se debe confundir ver con leer. Un ejemplo típico del código no lingüístico visual es el de la mayoría de las señales de tránsito. Con dibujos, el personal de tránsito transmite las indicaciones a seguir en el camino.

Otras variantes del código no lingüístico son el gestual y el auditivo.

En el código no lingüístico gestual el emisor transmite sus mensajes a través de gestos, utilizando el cuerpo. Podría parecerse al código no lingüístico visual, ya que se trata de un signo o señal comunicativa que el receptor también debe recibir a través de la vista.



Lo que distingue a este tipo de código es su origen. Este consiste en que el emisor hace gestos para transmitir el mensaje, en cambio, el otro corresponde a cualquier señal que solo es necesario ver.

Un ejemplo de código no lingüístico gestual es el lenguaje de los sordomudos.

Al código no lingüístico auditivo también se le conoce como código no lingüístico acústico y se transmite a través de los oídos, es decir, el receptor debe escuchar la señal para recibir y entender el mensaje.

En el código no lingüístico auditivo, la señal es más universal, y no incluye palabras ni nada lingüístico. Lo podemos encontrar a diario en ejemplos como estos:

Las campanas de una iglesia: anuncian que la Misa va a comenzar.

La sirena de una ambulancia: avisa a los demás que le abran paso.

Según el código que en ellas se ocupe, existen distintos tipos de comunicación. En la comunicación lingüística escrita el código empleado es el lingüístico escrito. Un ejemplo es la correspondencia por carta y para la comunicación lingüística oral el código es oral. Por ejemplo, cuando se conversa.

En cambio para la comunicación no lingüística visual el código es visual y un ejemplo claro de ello es la publicidad. Para la comunicación no lingüística gestual se utiliza el código corporal, como los gestos que utilizamos a diario. Así, como en la comunicación no lingüística acústica en donde se utilizan sonidos como la bocina del autobús.

Sin embargo, para que la comunicación se lleve a cabo en forma óptima, todos los elementos que participan en ella deben estar funcionando bien. Basta que uno falle, para que el proceso entero fracase.

El emisor falla cuando no se expresa con claridad, cuando transmite algo distinto a lo que en realidad quería transmitir, cuando se confunde, cuando olvida partes importantes de su mensaje.

Asimismo, el emisor puede errar en el medio que utiliza para transmitir. Por ejemplo si hablamos de lenguaje oral, un emisor que habla demasiado bajo o demasiado rápido, no transmitirá de buena manera sus mensajes. Si hablamos de lenguaje escrito, un emisor que tiene una letra incomprensible también dificultará que la comunicación se produzca.

Los mensajes deben elaborarse completos y correctos para que puedan ser entendidos por el receptor, puesto que esta es su finalidad. Cuando el mensaje está incompleto, o es poco claro, estamos ante un mensaje que presenta fallas, y que, por lo tanto, no producirá comunicación alguna. El problema más frecuente en la elaboración de mensajes es la ambigüedad, es decir, aquellos mensajes que pueden ser interpretados de más de una manera.

En cuanto a los códigos no todos son efectivos para todas las personas ni en todas las situaciones. Al momento de elegir uno, el emisor debe cerciorarse de dos cosas. Primero, que el receptor maneja ese código, es decir de que lo entiende y, segundo de que el receptor podrá captar el código en la situación en que se encuentra.

En algunas ocasiones, el receptor no capta el mensaje, debido a una falla propia. Un receptor desconcentrado, distraído, somnoliento, no comprenderá el mensaje que se le está enviando, aunque todos los otros elementos de la comunicación estén funcionando bien.

Gracias a esta necesidad de comunicar es que el ser humano ha desarrollado medios y/o tecnología que le permitan acortar distancias, tiempo, costos y sobre todo romper con la barrera del idioma. Es necesario conocer la cronología de la aparición de estos medios de comunicación³.

Los pueblos antiguos buscaron un medio para registrar el lenguaje y así nacieron los signos y símbolos. A medida que fue desarrollándose el conocimiento humano se hizo necesaria la escritura para transmitir información. La primera escritura, que era pictográfica, con símbolos representaban objetos, fue la escritura cuneiforme, es decir, con rasgos en forma de cuña grabados con determinado estilo en una tabla de arcilla. Posteriormente se desarrollaron elementos ideográficos, en donde el símbolo no sólo representaba el objeto, sino también ideas y cualidades asociadas a él.

Sin embargo, la escritura seguía conteniendo el significado, pero no el sonido de las palabras. Más tarde, la escritura cuneiforme incorporó elementos fonéticos, es decir, signos que representaban determinados sonidos. Los jeroglíficos egipcios pasaron por un proceso similar (de pictogramas a ideogramas) e incorporaron signos para las consonantes, aunque no llegaron nunca a constituir un verdadero alfabeto. El alfabeto se originó en Oriente Próximo y lo introdujeron los fenicios en Grecia, donde le añadieron los sonidos de las vocales. El alfabeto cirílico es adaptación del griego. El

³ www.geocities.com/kasen667/medios.html

alfabeto latino se desarrolló en los países más occidentales, donde dominaba la cultura romana.

Con el desarrollo de la civilización y de las lenguas escritas surgió también la necesidad de comunicarse a distancia de forma regular, con el fin de facilitar el comercio entre las diferentes naciones e imperios.

Los egipcios descubrieron un tipo de material para escribir que se extraía de la médula de los tallos de una planta llamada papiro. Posteriormente se inventó el pergamino, que se obtenía preparando las dos caras de una tira de piel animal. Entretanto, en China, hacia el año 105 D.C. se descubrió el papel. Mil años después, al llegar esta técnica a Europa, provocó una gran demanda de libros. A mediados del siglo XV, Johann Gutenberg utilizó tipos móviles por primera vez en Europa para imprimir la Biblia. Esta técnica amplió las posibilidades de estudio y condujo a cambios radicales en la forma de vivir de los pueblos. Contribuyó a la aparición de un mayor individualismo, del racionalismo, de la investigación científica y de las literaturas nacionales. En Europa, en el siglo XVII, surgieron unas hojas informativas denominadas *corantos*, que en un principio contenían noticias comerciales y que fueron evolucionando hasta convertirse en los primeros periódicos y revistas que ponían la actualidad al alcance del público.

Los primeros manuscritos estaban iluminados con dibujos muy elaborados. A finales del siglo XV se empezaron a utilizar grabados en madera para realizar las ilustraciones de los libros impresos. A finales del siglo XVIII se inventó la litografía, que permitió la reproducción masiva de obras de arte. En 1826, el físico francés Nicéphore Niépce, utilizando una plancha metálica recubierta de betún, expuesta durante ocho horas, consiguió la primera fotografía. Perfeccionando este procedimiento, el pintor e inventor francés Louis Jacques Mandé Daguerre descubrió un proceso químico de revelado que permitía tiempos de exposición menores, consiguiendo el tipo de fotografía conocido como daguerrotipo.

Las técnicas y aplicaciones de impresión se desarrollaron, por lo general, con gran rapidez en los siglos siguientes. Esto se debió sobre todo a la introducción de las máquinas de vapor, en las imprentas a principios del siglo XIX y, posteriormente, a la invención de las máquinas tipográficas. La primera de estas máquinas, denominada linotipia, fue patentada en 1884 por el inventor germano-estadounidense Tomar Mergenthaler. En las décadas siguientes fueron apareciendo una serie de técnicas de impresión a gran escala, cada vez más rápidas.

De los diferentes tipos de servicios de comunicación de la antigüedad, el más notable fue el sistema de relevos del Imperio persa. Jinetes a caballo transportaban mensajes escritos de una estación de relevos a otra. En extremo Oriente también se emplearon sistemas similares.

A pesar de que en la Europa medieval los servicios postales eran en su mayor parte privados, el auge del nacionalismo posterior al renacimiento propició la aparición de sistemas postales gubernamentales.

Los sistemas postales modernos siguieron creciendo con la aparición del ferrocarril, los vehículos de motor, los aviones y otros medios de transporte. Últimamente ha surgido el correo electrónico. Sin embargo, a lo largo de los siglos siempre se han buscado medios de comunicación a larga distancia que fueran más rápidos que los convencionales.

Hacia 1790, Claude Chappe, científico e ingeniero francés, inventó un sistema de estaciones de semáforos capaz de enviar mensajes a muchos kilómetros de distancia en algunos minutos. La distancia entre estas grandes torres (similares a las utilizadas posteriormente en el ferrocarril) podía alcanzar los 32 kilómetros. Este procedimiento era lento, pues era necesario repetir las señales en cada estación con el fin de verificar la exactitud de la transmisión.

Con el descubrimiento de la electricidad en el siglo XVIII, se comenzó a buscar la forma de utilizar las señales eléctricas en la transmisión rápida de mensajes a distancia. Sin embargo, no se lograría el primer sistema eficaz de telegrafía hasta el siglo XIX, cuando en 1837 se hicieron públicos dos inventos: uno de Charles Wheatstone y William F. Cooke, en Gran Bretaña, y otro de Samuel F. B. Morse, en Estados Unidos. Morse también desarrolló un código de puntos y rayas que fue adoptado en todo el mundo (Código Morse Internacional). Estos inventos fueron mejorados a lo largo de los años. Así por ejemplo, en 1874, Thomas Edison desarrolló la telegrafía cuádruple, que permitía transmitir dos mensajes simultáneamente en ambos sentidos. Algunos productos actuales de la telegrafía son el teletipo, el télex y el fax.

A pesar de que la telegrafía supuso un gran avance en la comunicación a distancia, los primeros sistemas telegráficos sólo permitían enviar mensajes letra a letra. Por esta razón se seguía buscando algún medio de comunicación eléctrica de voz. Los primeros aparatos, que podían transmitir vibraciones sonoras, aunque no la voz humana. La primera persona que patentó un teléfono eléctrico, en el sentido moderno de la palabra fue el inventor de origen inglés Alexander Graham Bell, en 1876. En aquellos años, Edison investigaba la forma de poder registrar y reproducir ondas sonoras, abriendo así el camino a la aparición del gramófono.

Los primeros sistemas telegráficos y telefónicos utilizaban el cable como soporte físico para la transmisión de los mensajes, pero las investigaciones científicas indicaban que podían existir otras posibilidades. La teoría de la naturaleza electromagnética de la luz fue enunciada por el físico británico James Clerk Maxwell en 1873, en su Tratado sobre electricidad y magnetismo. Las teorías de Maxwell fueron corroboradas por el físico alemán Heinrich Hertz. En 1887, Hertz descubrió las ondas electromagnéticas, estableciendo la base técnica para la telegrafía sin hilos.

En la década siguiente se realizaron gran número de experimentos para la transmisión de señales sin hilos. En 1896, el inventor italiano Guglielmo Marconi logró enviar una señal de hilos desde Penarth a Weston-super-Mare (Inglaterra), y en 1901 repitió el experimento desde Cornwall, a través del Océano Atlántico. En 1904, el físico británico John Ambrose Fleming inventó el tubo de vacío con dos elementos. Un par de años después el inventor Estadounidense Lee de Forest consiguió un tubo de vacío de tres electrodos, invento en el que se basarían muchos dispositivos electrónicos posteriores. La primera emisión de radio tuvo lugar en 1906 en los Estados Unidos. En 1910, De Forest transmitió por primera vez una ópera desde el Metropolitan Opera House de Nueva York. En 1920 se crearon varias emisoras o estaciones de radio en Estados Unidos, y en 1923 se fundó en el Reino Unido la British Broadcasting Corporation (BBC). En 1925 ya funcionaban 600 emisoras de radio en todo el mundo. En la actualidad, casi todos los hogares de los países desarrollados disponen de radio.

A finales del siglo XIX se descubrieron diferentes métodos que conferían a la fotografía la ilusión de movimiento. En 1891, Edison patentó el cinetoscopio, máquina para proyectar imágenes en secuencia, que presentó en 1889. En 1895, los hermanos Lumière presentaron y patentaron el cinematógrafo, máquina que lograba proyectar

imágenes con secuencia. A finales de la década de 1920, se añadió el sonido a estas imágenes en cadena.

El sistema de transmisión de imágenes en movimiento está basado en varios descubrimientos, entre los que se encuentra el disco perforado explorador, inventado en 1884 por el pionero de la televisión, el alemán Paul Gottlieb Nipkow. Otros de los hitos en el desarrollo de la televisión son el iconoscopio y el cinescopio, para transmitir y recibir, respectivamente, imágenes a distancia, inventados ambos en 1923 por el ingeniero electrónico ruso Vladimir Kosma Zworvkin. En 1926, el ingeniero escocés John Logie Baird utilizó este sistema para demostrar la transmisión eléctrica de imágenes en movimiento. Estos inventos propiciaron nuevos progresos en Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania. En Gran Bretaña la BBC inició la emisión de sus programas de televisión en 1927 con el sistema de Baird, y en 1937 se inauguró el primer servicio público de televisión de calidad.

A finales de la II Guerra Mundial la televisión se adueñó de los hogares estadounidenses. El número de emisoras de televisión pasó de 6 en 1946 a 1, 362 en 1988. En Gran Bretaña, a finales de la década de 1980 el pasatiempo más popular era ver la televisión, y el 94% de los hogares disponía de una televisión en color. Más del 90% de los hogares en los países desarrollados disponen actualmente de televisión en color.

La televisión se ha extendido por todo el mundo; los satélites de comunicaciones permiten transmitir programas de un continente a otro y enviar acontecimientos en vivo a casi cualquier parte del mundo. Los circuitos cerrados de televisión se utilizan, entre otras aplicaciones, en los bancos para identificar cheques, en las compañías aéreas para mostrar información de vuelo y en medicina para estudiar las técnicas a utilizar en el quirófano. La grabación de video también ha revolucionado la capacidad de almacenamiento, recuperación y transmisión de la información.

En México, las transmisiones de televisión se iniciaron oficialmente en el año 1950, aunque la historia de este medio de comunicación se remonta varios años atrás. Dos décadas antes de ese comienzo formal, técnicos mexicanos ya experimentaban con la transmisión de imágenes a distancia, a veces con sus propios recursos o con apoyo gubernamental. Más tarde, empresarios también destinarían recursos a la experimentación televisiva cuando, a mediados de los años cuarenta, el nuevo medio de comunicación mostraba ya potencial para convertirse en un gran negocio.

La televisión ha tenido un desarrollo tecnológico, en cuanto a los programas que transmite y su contenido; así como, en sus leyes por lo que serán desarrollados en este capítulo para entender el porqué este medio es objeto de estudio en este trabajo.

2.2. La Televisión

La televisión, es un aparato transmisor instantáneo de imágenes, tales como fotos o escenas, fijas o en movimiento, por medios electrónicos a través de líneas de transmisión eléctricas u ondas de radio (radiación electromagnética)⁴.



Televisión antigua

La aparición de la televisión desplazó rápidamente la radio del salón al dormitorio, el cuarto de baño o la cocina. El equipo que aparece en la fotografía, fue presentado por Decca en la 19ª Feria Nacional de Radio y Televisión en Londres en 1952,

⁴ Son ondas producidas por la oscilación o la aceleración de una carga eléctrica.

*combinaba la radio y la televisión en un solo mueble. El tamaño de la pantalla permitía a grupos numerosos presenciar programas de éxito.*⁵

Según la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión de México, CIRT, la televisión es un sistema de telecomunicación; es decir, un medio de comunicación a distancia, que permite la transmisión de imágenes permanentes de objetos fijos o móviles.

Como se puede observar existe un sinnúmero de definiciones que pretenden explicar con claridad y exactitud el significado de la palabra televisión. Lo que sí es claro es que en casi todas estas definiciones contemplan a la telecomunicación y la transmisión de imágenes como aspectos que pueden ayudar a entender mejor lo que es la televisión.

2.3. Tipos de Televisión

La clasificación de la televisión es diversa y depende de la perspectiva bajo la cual se decida clasificarla como puede ser por su sistema técnico de producción, por su condición jurídica y por la forma en que se reciba la señal de televisión. Además, en los últimos diez años se ha clasificado a la televisión por la forma en que se realizan los programas.

En los primeros años de transmisión de la televisión lo único que se necesitaba para tener acceso a este medio era contar con un aparato receptor. Pero sí había dos sistemas técnicos diferentes para realizar televisión y eran:

- ◆ El sistema estadounidense, el cual se caracterizaba por ser una televisión de carácter comercial con inversión privada, dirigida al entretenimiento.
- ◆ El sistema británico que básicamente es un sistema público, sujeto al control del gobierno, y que se caracterizaba por contar con una programación mixta de entretenimiento e información.

El Presidente de la República Mexicana, Miguel Alemán Valdés, solicita al músico Carlos Chávez, director del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), que nombre una comisión encargada de analizar cuál de los dos sistemas de televisión predominantes en el mundo es el más conveniente para México. La Comisión del INBA se integró por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero Guillermo González Camarena quienes, durante el mes de octubre de 1947, viajan por Estados Unidos y Europa para cumplir con la instrucción presidencial.

Para 1948, esta comisión entrega al presidente Miguel Alemán el resultado de la investigación encomendada. El texto consta de dos partes. La primera, escrita por Salvador Novo, se refiere a los aspectos administrativos, de organización, financiamiento y contenido programático de los sistemas de televisión estadounidense y británico. No recomienda que se adopte alguno de los dos en México, sin embargo vierte elogios con respecto a la televisión británica, operada por la British Broadcasting Corporation (BBC).

La segunda parte, elaborada por el ingeniero González Camarena, constituye una recomendación formal para que México adopte el sistema estadounidense. Las razones expuestas son de índole técnica y económica: se argumenta que todos los experimentos hechos en México hasta ese momento se han realizado con base en las

⁵ Microsoft. Encarta 2002. Hulton Deutsch Collection; THE BETTMANN ARCHIVE

especificaciones técnicas vigentes en Estados Unidos, que los aparatos fabricados en México funcionan de acuerdo con esas especificaciones y, por último, que para hacer funcionar la televisión en el país será necesario importar una gran cantidad de aparatos receptores y resultará mucho más fácil traerlos de Estados Unidos que de Europa.

Finalmente, el 11 de febrero de 1950 se publica en el Diario Oficial de la Federación el “Decreto que fija las normas que deberán observar para su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión”, la primera disposición legal específica que se debe adoptar el sistema técnico estadounidense.

Jurídicamente, la televisión esta considerada como empresa de interés público⁶, no como una empresa de servicio público⁷ como en muchos otros países. Esto ha permitido en la práctica usar a la televisión para fines mercantiles y concesionarla a individuos y empresas, pero a la vez mantenerla bajo el control gubernamental, que es el que por ley tiene el control del espacio sobre el territorio nacional.

Las concesiones públicas son negocios cuyos objetivos radican en proporcionar servicios esenciales para el público, y tienen la posibilidad de hacer un negocio, en el caso de la televisión, a través del medio de comunicación sin que el gobierno pierda el control de ellas. Estas empresas se diferencian de otras ya que están obligadas a atender a cualquier persona que requiera sus servicios, y necesitan una enorme inversión de capital en relación con los ingresos que obtienen. Además, suelen estar sometidas a una vigilancia económica, y a veces ecológica, por parte del gobierno.

Las concesiones tienen el objetivo de asegurar un servicio adecuado y barato a los beneficiarios, permitiendo que la empresa concesionaria pueda obtener recursos, parte de los cuales se podrán reinvertir en el servicio público que se ofrece. Además de tener la facultar para transmitir anuncios comerciales.

En México, las concesiones de estaciones y/o canales de televisión, se otorgan por 30 años y son renovables, aunque no están reglamentadas.

Además de las estaciones concesionadas existen las permisionadas, es decir, son estaciones cuya transmisión no puede ser usada con fines comerciales, es decir no pueden anunciar la venta de algún producto. Su administración se encomienda a entidades no lucrativas.

Sin embargo se puede clasificar a la televisión de acuerdo a la forma en que el televidente pueda contar con el medio, es decir, si necesitará o no pagar para poder recibir las señales de televisión y se divide en:

- ◆ Televisión pública o abierta es aquella que no cobra a los televidentes para que éstos puedan recibir su señal o tener acceso a sus canales, pero tiene la desventaja de que los programas serán interrumpidos constantemente y por espacios prolongados de anuncios comerciales. Para poder recibir la señal de

⁶ Es lo que a uno le afecta por el provecho o utilidad que reporta. La utilidad, conveniencia o bien de los más ante los menos, de la sociedad entre los particulares, del Estado sobre los súbditos.

<http://www.notaria.com.mx/diccionario.html>

⁷ Es una organización cuyo personal esta destinado a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Es satisfacer una necesidad colectiva por medio de una organización administrativa o regida por la administración pública, por el derecho político y el administrativo.

<http://www.notaria.com.mx/diccionario.html>

televisión, solamente necesitan un aparato televisor y una antena e instalación eléctrica.

- ◆ Televisión restringida o de paga si exige un pago mensual por tener acceso a un número considerable de canales e internacionales, además de que estos canales no son interrumpidos con tantos comerciales o sus intervenciones son más breves y espaciadas. La televisión de paga si necesita de algún artefacto para que los televidentes puedan recibir su señal, que bien puede ser una antena de microondas, una antena satelital o un cable especial, además del aparato televisor.

La televisión desde hace unos diez años se clasifica por la posibilidad que tenga de difundir mayores programas que sean capaces de enfrentar una contienda por el rating, por la ganancia, sin importar lo que se tenga que hacer para obtener mayores niveles de teleaudiencia, a esta forma de hacer televisión se le llama *Telebasura*⁸.

En España la bautizaron con ese nombre y cada día se apodera más de las pantallas del mundo. México no ha sido la excepción. Un claro ejemplo son aquellos programas de televisión que son creados para explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como lo eran los programas “Ciudad Desnuda”, “Duro y Directo”, “Laura en América”, entre otros.

La telebasura se puede encontrar en horarios infantiles, no hay una autorregulación de concesionarios y dueños de medios. Los empresarios mexicanos de la televisión se han opuesto a leyes y reglamentos que permitan el Estado exigirles el cumplimiento de las funciones sociales que les asigna la ley vigente de Radio y Televisión y es: ***fungir como instrumentos de auxilio y apoyo de la educación, informar, difundir cultura, dar a conocer bienes y servicios socialmente necesarios; entretener y divertir con inteligencia.***⁹

Los concesionarios de la televisión se oponen a toda propuesta de reforma que les obligue a elevar la calidad de la televisión en México.

2.3.1. Televisión Pública o Abierta

La televisión pública en México es proporcionada por Televisa, TV azteca, por el Instituto Politécnico Nacional, Televisión Metropolitana, Corporación de Noticias e Información. A continuación se describirá cuántos canales ofrecen y los tipos de programas.

Televisa



El logotipo que identificó a la empresa desde 1973, hasta diciembre del 2000, fue diseñado por el arquitecto Pedro Ramírez Vázquez en 1972, quedando desde entonces como colores corporativos el amarillo y el naranja.

El logotipo representa el ojo del hombre que observa el mundo a través de la pantalla de la televisión, por eso, se mantuvieron las líneas, que ahora son ocho en lugar de diez; se conservan los colores amarillo y naranja que contrastan con un tono azul

⁸ González, Felipe de Jesús. *¿Quién frena la telebasura?* en *La Revista* N° 052. Febrero 2005. México, D.F. p.15.

⁹ Marentes, Pablo. *Muy campantes.* *El Universal.* Año 90. N°32,192. México, D.F. Martes 13 de diciembre de 2005. p-A27 Diario.

oscuro, el cual se suma a los dos colores corporativos. Y lo más importante: el centro del actual logotipo es una esfera sólida que representa la tendencia globalizada que viven hoy en día todos los países del mundo y en el que los medios de comunicación, especialmente la televisión, contribuyen a acortar distancias y borrar las fronteras que separaran a los hombres, por otra parte la tipografía cambió por la Helvética Black, una fuente atemporal, fácil de leer y de reproducir.

El actual logotipo transmite alegría y diversión, flexibilidad y solidez, esencia y visión; conjugándose con él todos los tiempos y conservando, sobre todo, la actitud de un líder frente al porvenir¹⁰

Breve historia.

En 1949, se otorga la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión. Se trata de XHTV, Canal 4. El titular de la misma es la empresa Televisión de México, S.A., propiedad de Rómulo O'Farril, dueño en esa época del diario Novedades de la Ciudad de México.

En el mes de enero de 1950, el ingeniero Guillermo González Camarena obtiene la concesión para explotar comercialmente el Canal 5 al que decide asignar las siglas de XHGC

El día 1° de septiembre el Canal 4 inicia sus transmisiones regulares con la difusión del IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

El 21 de marzo de 1951, se inician las transmisiones regulares del canal 2, XEWTV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta.

El 10 de mayo de 1952, el Canal 5, concesionado a la empresa Televisión González Camarena, S.A., inaugura formalmente sus operaciones. En este año se inició la competencia entre Canal 2 y Canal 4 con respecto al teleteatro.

El 26 de marzo de 1955, las empresas concesionarias de los canales 2, 4 y 5 anuncian que han decidido fusionarse en una sola entidad, llamada Telesistema Mexicano, la cual se encargará de administrar y operar esas frecuencias.

En 1968 surge XHTMTV Canal 8, Televisión Independiente de México propiedad de un grupo empresarial regiomontano que se instaló en San Ángel Inn.

Después de competir entre sí por un periodo de cuatro años, las empresas Telesistema Mexicano, operadora de los canales 2, 4 y 5, y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria del Canal 8, deciden en noviembre de 1972, fusionarse en una sola entidad que habrá de operar esas emisoras así como sus repetidoras en el país. El día 28 de ese mes, los señores Bernardo Garza Sada, del grupo Alfa de Monterrey y Emilio Azcárraga Milmo, de Telesistema Mexicano, firman un acuerdo de fusión y surge de esta manera el consorcio de Televisión Vía Satélite S.A. (TELEVISA).

El 8 de enero de 1973 el nuevo consorcio inicia oficialmente sus actividades y el 75 por ciento de las acciones de Televisa queda en poder de Telesistema Mexicano, mientras que el 25 por ciento restante permanece en manos de Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa. Emilio Azcárraga Milmo es designado presidente de Televisa.

¹⁰ www.esmas.com/televisahome/

El consorcio Televisa adquiere el 20% de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation (SICC) de los Estados Unidos y funda el sistema Univisión, que incluye estaciones en Los Ángeles, Nueva York y San Antonio, gracias al cual exporta programas vía satélite y microondas hacia ese país. (1976)

En mayo de 1980, Televisa contrata, con autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los servicios del satélite estadounidense Westar III con lo cual adquiere la posibilidad de cubrir el territorio mexicano, pues la huella del artefacto cubre nuestro país, y de transmitir directamente a Estados Unidos.

El 7 de mayo de 1981, fallece en la Ciudad de México Rómulo O´Farril Sr., fundador del Canal 4.

En 1982, el grupo Alfa sufre una fuerte crisis financiera por lo que su director, Bernardo Sada, decide vender el 25 por ciento de acciones que el grupo posee en Televisa. Telesistema Mexicano, presidido por Emilio Azcárraga Milmo, adquiere entonces el total del paquete accionario del consorcio formado diez años antes.

En 1997 toma la presidencia de Grupo Televisa el Sr. Emilio Azcárraga Jean, debido al fallecimiento del Sr. Emilio Azcárraga Milmo. El 3 de junio de 2001, Canal 9 se convierte en Galavisión; y el 30 de abril del mismo año, Canal 4 se convierte en 4TV.

Actualmente, Televisa opera 225 estaciones concesionadas, distribuidas de la siguiente manera:

27 repetidoras de la cadena 2, 60 repetidoras de la cadena 5, 18 repetidoras de la cadena 9, 1 del canal 4 de la Ciudad de México y 19 televisoras locales.

Las cadenas se complementan con otras 19 repetidoras independientes afiliadas: 1 de la cadena 2, 6 del 5 y 12 del 9.

Además tiene contrato de afiliación para ventas y programación, con 13 televisoras locales afiliadas. En su conjunto, sus operaciones incluyen un total de 257 estaciones, de las cuales 225 son propias y 32 afiliadas.

Televisa cuenta con cuatro canales:

XEW-TV. Canal 2.

Es el principal, con cobertura nacional e internacional directa, y donde domina la programación de telenovelas y los principales programas informativos.

XH-TV. Canal 4.

Cuenta con una programación variada y cobertura amplia a través de repetidoras en el país. Transmite programas nacionales e internacionales.

XHGC-TV. Canal 5.

Se ha especializado en dibujos animados, películas y series de aventuras. La gran mayoría de los dibujos animados son extranjeros, aunque, también cuenta con algunos programas nacionales.

XEQ-TV. Canal 9.

Cuenta con una programación variada. Su cobertura es superior a 14.9 millones de tele-hogares, con una penetración del 74.1% a nivel nacional.¹¹

¹¹ http://www.telesistema.televisa.com.mx/est_cadenas9.htm

TV AZTECA



Breve historia.

El 1° de septiembre de 1968, el presidente Díaz Ordaz rinde su IV Informe de Gobierno; su mensaje es transmitido por dos nuevos canales de televisión: XHTIM, Canal 8 (canal de Monterrey), yXHDF, Canal 13 (Canal del Distrito Federal), quien tiene como sede los antiguos estudios cinematográficos San Ángel Inn y su antena, de 130 metros de altura, se ubica en un predio de la calle General Prim, en el centro de la Ciudad de México, donde inicia transmisiones regulares el 12 de octubre del 68. La concesión para operar el canal se otorga el 24 de junio a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, encabezada por el industrial radiofónico Francisco Aguirre Jiménez, dueño de la cadena de radiodifusoras Organización Radio Centro.

El 15 de marzo de 1972, luego de operar durante casi cuatro años como empresa privada, el canal 13 pasa a ser propiedad del Estado. La operación se realiza a través de institución financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX).

La adquisición constituye la primera de una serie de acciones efectuadas por el gobierno del presidente Luis Echeverría encaminadas a fortalecer el papel del Estado como emisor a través de los medios de comunicación. Dentro de esas acciones destaca la creación, el 29 de abril, de la red de cobertura nacional denominada Televisión Rural de México (llamada más tarde, Televisión de la República Mexicana). En 1976 se construyen nuevas y modernas instalaciones para Canal 13 a unos pasos de la carretera del Ajusco en el sur de la Ciudad de México.

El 23 de marzo de 1983, el Gobierno de la República anuncia la creación de un organismo denominado Instituto Mexicano de Televisión bajo cuya responsabilidad queda el manejo de los recursos del Estado en esa área. El canal 13 y su red nacional, los canales 22 del Distrito Federal, 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez, la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) y la red Televisión de la República Mexicana (TRM) quedan a cargo del nuevo organismo.

El 29 de abril de 1985, el Gobierno de la República da a conocer que en adelante el Instituto Mexicano de Televisión asumirá para fines de identificación institucional y comercial el nombre de Imevisión, y anuncia la apertura de una nueva frecuencia en la Ciudad de México, la del Canal 7. La Televisora sale al aire el 18 de mayo de 1985 con las siglas XHIMT y como cabeza de una red nacional integrada por las 99 emisoras que hasta ese momento operaban con el nombre de Televisión de la República Mexicana (TRM), organismo que, como consecuencia de estos cambios, queda disuelto.

El 18 de julio de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión pasa nuevamente al sector privado, junto con el 13 y su red nacional, son “desincorporados” el Canal 7 con sus repetidoras en la República y el Canal 2 de Chihuahua. Para efectuar la “desincorporación” el Gobierno tiene que regularizar la situación legal de los canales, pues muchos de ellos, especialmente los de la red 7, tienen el estatuto de

permisionados lo cual impide formalmente su venta debido a que la legislación de la materia señala que solamente los canales concesionados pueden cederse en operaciones de compraventa. Crea, entonces, una serie de empresas paraestatales – la más grande llamada Televisión Azteca – para que se conviertan en concesionarias de los canales que forman las redes 13 y 7. Al final pone a la venta dos cadenas nacionales, una con 90 canales (la del 13) y otra con 78 (la del 7).

La privatización de los que fueran canales del Estado se lleva a cabo después de un largo y complicado proceso de licitación pública en donde participan cuatro sociedades empresariales y en el cual resulta elegido para efectuar la compra el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego propietario de la cadena de venta de artículos electrodomésticos Elektra. El grupo adquiriente paga alrededor de 650 millones de dólares por un “paquete de medios” que incluye, además de las cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Operadora de Teatros, S.A. y los Estudios América, ambos de propiedad estatal. En adelante, el sistema de canales que alguna vez fue conocido como Imevisión llevará el nombre de TV Azteca.

En 1991 se presentó una oportunidad: la adquisición del paquete de medios de comunicación controlado por el gobierno federal.

Después de 2 años de preparación el 16 de julio de 1993 se presentó la propuesta para ganar la licitación. El 2 de agosto de 1993 se tomó posesión de las instalaciones y se iniciaron los trabajos.

Al concluir 1995, la nueva empresa denominada TV Azteca aún no lograba que funcionaran en su totalidad los canales de televisión que obtuvo para las redes naciones 7 y 13 (78 para el primero y 90 para el segundo). Sin embargo, gracias a la instalación de transmisores nuevos en puntos estratégicos del territorio nacional había logrado una cobertura importante. Al finalizar 1995, el Canal 13 tenía una red de 54 estaciones que cubría 14.2 millones de tele-hogares (aproximadamente el 92 por ciento total, calculado en 15.5 millones), mientras que el 7 contaba con una red de 37 estaciones con las cuales cubría 11.8 millones de tele-hogares (el 76 por ciento del total).

TV Azteca tuvo una primera etapa de “limpieza”, se le llama así porque se implementó una reducción de costos a cero. Después se buscó tener cobertura. El siguiente paso fue separar las señales, después obtener dinero a través de vender espacios publicitarios. Así surgió el Plan Mexicano, un plan de ventas de costo por punto de rating.

Esta empresa sólo cuenta con 2 canales y son:

AZTECA 7.

Entre sus contenidos figuran “estrenos” de películas y una barra deportiva. Además de que también cuenta con una barra de noticias.

Azteca 7 combina programas producidos de manera interna y contenidos adquiridos en el extranjero: *que atraen principalmente a adultos jóvenes de los niveles socioeconómicos ABC+ y C, segmentos demográficos muy atractivos para los anunciantes debido a su capacidad económica y su propensión a gastar en sí mismos*¹².

¹² www.todito.com/corporativo/tvazteca

Adicionalmente, la audiencia de Azteca 7 también está compuesta por niños, adultos y personas mayores. *Esto representa una excelente oportunidad para los anunciantes, ya que cuentan con un gran número de opciones para desplegar su estrategia de medios*¹³.

AZTECA 13

Cuenta con una amplia barra de telenovelas, programas de concurso, revista y musicales, así como, con una barra de noticias y deportes, que le permiten llegar a más de 16 millones de TV hogares.

*La programación está seleccionada para informar y entretener principalmente a hombres y mujeres mayores de 30 años, de distintos niveles socioeconómicos. La audiencia con estas características tiene un alto poder económico y es susceptible a una amplia variedad de mensajes, pues son grandes consumidores que tienen familias, adquieren créditos, viven en un hogar propio para el cual compran artículos de todo tipo y pueden cambiar de automóvil*¹⁴.

Instituto Politécnico Nacional - CANAL 11



Breve Historia.

El 2 de marzo de 1959, de las 18:00 a las 20:00 horas, el canal 111, XEIPN, dependiente del Instituto Politécnico Nacional, realiza su primera transmisión de manera oficial. Un documental y una clase de matemáticas son los primeros programas que salen al aire. Unos meses antes, en diciembre de 1958, el canal 11 había iniciado pruebas transmitiendo dos horas por la mañana y dos por la tarde.

Con 46 años de vida, Canal Once, del Instituto Politécnico Nacional, es la televisora de servicio público más antigua de América Latina. A lo largo de este tiempo se ha destacado por transmitir una programación variada con miras a satisfacer las necesidades de entretenimiento y educación de los televidentes con programas de calidad, así como de información veraz y objetiva, que responde a los intereses de una amplia gama de segmentos de la sociedad mexicana.

*Su público constituye un verdadero corte transversal de la población, cuyo común denominador es el interés por lo que ocurre a su alrededor en el ámbito de la política, la economía, la naturaleza, los espectáculos, el arte, la salud, la ciencia, entre otros muchos temas. Niños, jóvenes, adultos y gente de la tercera edad encuentran siempre en esta emisora ofertas de programación que satisfacen sus gustos y necesidades informativas*¹⁵

Canal Once realiza tres noticieros diarios. Asimismo, el programa *Archivo Abierto*, presenta un amplio panorama del acontecer nacional, también se transmite una barra de servicio comunitario e información al público en la televisión mexicana por medio del programa *Diálogos en confianza*, el cual permite la discusión seria y abierta sobre temas de interés para padres de familia, amas de casa y educadores mediante un formato que admite una mayor interacción del público con los especialistas y un análisis más profundo de los tópicos abordados.

¹³ www.todito.com/corporativo/tvazteca

¹⁴ www.todito.com/corporativo/tvazteca

¹⁵ www.once.tv/ipn.mx

También transmite programas de entrevistas, destacando el programa *Aquí nos tocó vivir*, en el cuál los entrevistados son personajes de los sectores más marginados de nuestra sociedad y constituye un testimonio único de la vida en México durante los últimos 25 años.

Además de estos programas de corte social, la emisora se preocupa por exportar y documentar diversos aspectos de nuestra historia, cultura y entorno natural. A este afán de autoconocimiento responden *México, tierra de migrantes, Haciendas de México, Boleros y un poco más...*, *Águila o Sol*, *El rincón de los sabores*, *Mochila al hombro*, *Retrato íntimo*, *Santitos y santones*, *Sonidos de México*, *In Memoriam* y *la ruta del sabor*.

Dentro de su producción está la programación infantil cuyo contenido no es violento y permite a los niños interactuar con los programas, obteniendo un estímulo intelectual y provecho educativo. De ello dan cuenta los programas *Bizbirije*, *Camino a casa I y II*, *El Diván de Valentina*, *Mi gran amigo* y *Cuentos de Pelos*.

Este canal se ha propuesto extender su cobertura, aunque su señal cubre gran parte de los hogares de la República Mexicana, mediante estaciones transmisoras y retransmisoras.

Aun más consigue una cobertura nacional a través de los sistemas de cable y de satélite, con una imagen digitalizada, a través de SKY y PCTV.

Cabe destacar que Canal Once cuenta con dos códigos de ética que rigen su programación. El primer código de ética es para el programa *Diálogos en Confianza* y el Segundo para la sección dedicada a los niños llamada *Once Niños*.

Televisión Metropolitana - CANAL 22

Hasta ahora es el único canal mexicano que ha contado desde antes de ser “re-lanzado” al aire en 1991, con un consejo de planeación formado por representantes de la sociedad civil y sigue contando con un “consejo colaborador” para la supervisión de su funcionamiento.

A diferencia del Canal 11, que opera bajo el régimen de permiso, el Canal 22 cuenta con una concesión cuyo titular es la empresa de propiedad estatal Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. Su primer director es el escritor José María Pérez Gay.



Canal 22, ha decidido cambiar su imagen y se presenta ahora acompañada de otras imágenes además de su logograma original, invitando así a los televidentes a observar a su alrededor para que se percaten de que la cultura siempre los rodea y que está no es para una élite ilustrada.

Breve Historia.

El día 15 de abril de 1982, inicia sus transmisiones en la frecuencia UHF bajo la administración del organismo estatal Televisión de la República Mexicana (TRM).

El 23 de junio sale al aire una nueva televisora cultural: el Canal 22, XEIMT. Aunque su transformación en emisora cultural se remonta al 26 de enero de 1991 cuando un

grupo de 800 intelectuales mexicanos publica en la prensa nacional una carta abierta dirigida al Presidente Carlos Salinas de Gortari solicitándole que esa frecuencia no sea privatizada y se le destine, en cambio, a la difusión cultural. Responde afirmativamente el 21 de febrero.

Canal 22 es la emisora de TV del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes del Gobierno de México, realizó sus primeras transmisiones en junio de 1993 como televisora pública de carácter cultural. Al principio se prestaba servicio solamente en el área metropolitana.

Más de 1200 escritores, artistas, científicos y humanistas invocaron la necesidad de crear una red televisiva para hacer resaltar valores culturales y actividades científicas con un acercamiento distinto requerido por la TV mexicana.

El proyecto se convirtió en realidad bajo auspicios de la Secretaría de Educación Pública y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

El arte y la ciencia enriquecen sus diarias actividades con música, literatura, historia, ballet, películas, miniserias, programas para niños, documentales sobre investigación técnica y científica, noticias y periodismo.

Este canal está presente en los Estados Unidos a través una alianza estratégica con la empresa Satélites Mexicanos Satmex y sus socios tecnológicos y comerciales para expandir su señal desde México a la población de habla hispana en los Estados Unidos. Estas acciones permiten a Canal 22 crear su señal internacional, incrementando notablemente sus niveles de audiencia y ampliando su cobertura.

Muestra al mundo la gran diversidad artística y cultura que caracteriza al pueblo mexicano, a través de una programación que se distinga por su pluralidad. Sin limitación de géneros, formas y tendencias.

Tiene la misión de *generar y difundir las principales manifestaciones del arte y la cultura nacionales, que se distingan por la calidad y diversidad de las distintas expresiones a través de una programación propia, así como de aquella generada por los vínculos con instituciones educativas y culturales de México y USA, así como fortalecer los vínculos culturales entre la población de habla hispana que reside en USA, a través de la difusión de las principales manifestaciones del arte y la cultura nacionales.*¹⁶

Su visión es *constituirse en el primer medio cultural que genere y divulgue las principales manifestaciones del arte y la cultura de México, integrando los nuevos lenguajes y posibilidades de los medios televisivos, con el fin de elevar la educación y la cultura.*¹⁷

La señal abierta cubre el Área Metropolitana, así como a los estados de Querétaro e Hidalgo.

Al inició del año 2001, se habían formalizado 13 convenios con las televisoras estatales para transmitir los contenidos del canal con derechos propios. En los años 2002 y 2003 la programación ya era recibida por las 22 televisoras estatales.

En el año 2001 la señal era recibida en 341 poblaciones; en el 2002 llegó a 368 poblaciones, y al cierre del 2003 a 437 poblaciones. Durante el segundo semestre del año 2003, gracias al apoyo de la SEP a través de la DGTVE, fueron renovados en todas estas poblaciones los equipos técnicos que hacen posible bajar la señal.

¹⁶ www.canal22.org.mx

¹⁷ www.22mexico.tv

Asimismo, es posible recibir la señal de Canal 22 a través del este sistema de televisión por cable, el cual en el año 2003 contó con un universo de 1.7 millones de suscriptores.

DirecTV y SKY también ofrecen dentro sus paquetes básicos este canal. Quienes en el año 2003 contaron con un universo de 300 mil y 788 mil suscriptores respectivamente.

Canal 22 forma parte de los canales básicos del sistema de Cablevisión de la ciudad de México, con un universo de 630 mil suscriptores, sin contar con los universos del Sistema de Televisión por Cable en todo el país y de las 22 televisoras estatales. Canal 22 está llegando en el año 2004 a una audiencia potencial de aproximadamente 36 millones de personas¹⁸

Corporación de Noticias e Información - CANAL 40

Distintivo de llamada: XHEXI-TV

Identificación señal: XHTV¹⁹

Nombre de la Empresa: Corporación de Noticias e Información S.A. de C.V.

Actividad Comercial: Operación Comercialización de un Canal de Televisión "CNI Canal 40"

Breve historia.

- Autorización oficial procedimiento de concesión 4 de octubre de 1991.

El 19 de junio de 1996, comienzan las transmisiones formales del Canal 40 del Distrito Federal, una nueva opción en la banda de frecuencias ultraelevadas (UHF)²⁰. La concesión para operar este canal es obtenida el 23 de septiembre de 1991 por la empresa Televisión del Valle de México, S.A. (TEVESCOM), propiedad del empresario Javier Moreno Valle, sus transmisiones de prueba inician el 5 de diciembre de 1994.

Operado por la entidad denominada Corporación de Noticias e Información (CNI), filial de TEVESCOM, y con el lema "CNI Canal 40, la realidad en televisión" ofrece al teleauditorio una programación que pone el acento en los temas de tipo periodístico y noticioso.

El 5 de diciembre de 1994 inicia transmisiones; 14 días después, comienza con su servicio informativo a través del cual y al año siguiente, logra transmitir 19 horas diarias.

Canal 40 se inserta en la banda de UHF como un servicio esencialmente de telenoticias, con una perspectiva propia. Para sobrevivir financieramente hace un convenio con Televisión Azteca, que desbarata unilateralmente en el año 2001 lo que le ha costado una lucha en los tribunales. Su programación cambia y ya no fue solamente un canal de noticias, sino también de espectáculo y variedad.

Canal 40 hay ido ganando rating entre la audiencia mexicana y se ha colocado definitivamente como el preferido en ese nicho de audiencia que busca honestidad, contextualización y profundización en la



h Frequency, frecuencia de radio de onda corta comprendida MHz. Esta frecuencia se utiliza para modulación de frecuencia transmisión de televisión.

información, al tiempo que quiere ver otros temas y enterarse de otras cosas que no son consideradas noticias en otros canales.²¹

El logograma institucional está formado por tres cuerpos básicos, el símbolo, el logotipo y las siglas institucionales.

El símbolo proviene de la abstracción de un glifo mexicana cuyo nombre es Ollin y representa por sí mismo el movimiento del sol y su trayectoria diaria desde que sale hasta que se oculta, simbolizado por los mexicas como el nacimiento y la muerte del sol.

El símbolo ha sido creado pensando en las necesidades del proyecto. Simboliza un ojo y retoma la cosmogonía mexicana el concepto del ojo como el centro de la vida. Es así como las dos partes envolventes del símbolo representan la trayectoria cíclica del sol y el centro es en sí mismo el sol.

Canal 40 dejó de transmitir su señal debido a situaciones financieras. Su situación era incierta hasta el 27 de febrero de 2006 día en que se empezó a transmitir de nuevo a través del Canal 40 bajo el nombre Proyecto 40 con el slogan "Por un México libre", ahora propiedad de Ricardo Salinas Pliego, presidente de Televisión Azteca.

2.3.2. Televisión Restringida o de Pago

La televisión de pago o restringida ofrece una gran variedad de canales nacionales e internacionales con la finalidad de satisfacer las necesidades de los televidentes, que para efectos de la empresa reciben el nombre de suscriptores, a cambio de una cuota mensual.

Televisión Vía Satélite o Televisión Directa al Hogar (DTH)

La Televisión Vía Satélite transmite señales a través de la modalidad DTH (Direct To Home) es la forma digital, que ofrece la mejor calidad de audio y video. El sonido tiene calidad de un disco compacto, y la imagen una definición mucho mayor que la TV normal. Además, este sistema posee la ventaja de operar con pequeñas antenas semiparabólicas con diámetros de entre 45 y 90 centímetros y tiene una capacidad para transmitir más de 150 canales. Los sistemas de televisión vía satélite con mayor número de suscriptores son: SKY y DIRECTV.

SKY



Sky es una de las empresas, que brinda el servicio de televisión vía satélite. Ofrece: *un sistema de entretenimiento, diversión, información y cultura en su tipo, a través de una programación única.*²²

Esta empresa forma parte de una alianza de tres corporaciones internacionales:

- 1) Grupo Televisa. Empresa de Comunicación número uno del mundo de habla hispana.
- 2) News Corporation. Empresa líder en la distribución de programas y películas.

²¹ Orozco, Guillermo. Estudios de Televisión Historia de la TV en América Latina. Ed. Gedisa. España, 2002, p 228.

²² <http://www.esmas.com/televisahome/nuestrafiliales/304988.html>

- 3) TCI 2. Líder en tecnología y con gran experiencia en la industria de televisión de paga.
- 4) O'Globo. La primera empresa multimedia y productora de televisión de Brasil.

Las cuales durante 1996 decidieron unir sus esfuerzos para operar este servicio en América Latina, se formó una alianza entre cuatro de las empresas más importantes en el mundo de la producción audiovisual, tecnológica y telecomunicaciones, cuyo propósito fue el lanzamiento de un servicio de Televisión Directa al Hogar para el mundo de habla hispana y portuguesa. El anuncio de esta alianza se realizó el 20 de noviembre de 1995. Las cuatro empresas, ya mencionadas con anterioridad, llevan la televisión de paga vía satélite directamente a los hogares de todo el Continente Americano a través de un sistema creado para facilitar y optimizar el desarrollo del servicio en los distintos mercados.

Sky inicia su transmisión al aire el 15 de diciembre de 1996.

Ofrece a sus suscriptores una amplia variedad de paquetes de programación para cubrir los gustos de todos los integrantes de la familia. Cuenta con canales de audio, video y pago por evento.

13 Canales Nacionales	7 Canales para Adultos.
36 Canales de Entretenimiento y Cultura	28 Canales de Cine.
6 Canales de Música.	8 Canales para Niños.
6 Canales de Deportes.	8 Canales de Noticias.
8 Canales para niños.	32 Canales de Audio.

DIRECTV

El 9 de marzo las empresas Hughes Communications, de Estados Unidos, Organización Cisneros de Venezuela, Televisión Abril, de nacionalidad brasileña, y MVS Multivisión, de México, dan a conocer la creación del consorcio Galaxy Latin America. Se trata de una alianza estratégica para lanzar al mercado DirecTV, un servicio de televisión vía satélite DTH con cobertura latinoamericana. Se trata de un servicio diseñado especialmente para el público latinoamericano por lo que la programación será en español y portugués. La capacidad de transmisión del artefacto es de 144 canales de video y 60 de audio, en ambos casos con calidad digital. Se esperaba cubrir 21 países de la región.



Este proyecto es resultado de la expansión hacia Latinoamérica de otro que, con el mismo nombre, inició en Estados Unidos la empresa Hughes Communications a finales de 1993. el 17 de diciembre de ese año, colocó en el espacio un satélite – el Galaxy 4 H – con la finalidad de prestar el servicio de “TV directa al hogar o DTH. Para comercializar el nuevo sistema, además crea la filial DirecTV que mediante una inversión de 600 millones de dólares proporciona el servicio DTH en Estados Unidos, así el inicio de operaciones se produce en junio de 1994.

Entusiasmada por los análisis prospectivos efectuados en Estados Unidos durante el primer lustro de los años noventa, los cuales señalan a América Latina como una zona

con posibilidades de “crecimiento explosivo” en lo que se refiere a la televisión de paga, Hughes decide buscar socios en esa parte del continente para extender hacia ella su proyecto DTH. En México, ejecutivos de la compañía estadounidense se entrevistan en febrero de 1994 con el señor Clemente Serna Alvear quien en 1993, al frente de la empresa Corporación Medcom, había participado sin éxito en la licitación por adquirir los canales 7 y 13; la intención era llegar a un acuerdo con él, ya que su empresa había obtenido en octubre de 1994 una concesión para prestar el servicio DTH en la República Mexicana.


Las negociaciones con Medcom, sin embargo, no prospera, por lo que los ejecutivos de Hughes buscan establecer alianza con Televisa, pero Emilio Azcárraga Milmo no acepta debido a que, como se indicó previamente, está a punto de anunciar su propio proyecto de DTH. Hughes acude entonces con la familia Vargas, propietaria de la empresa MVS Multivisión, que también proyecta explotar ese servicio en México (al igual que Medcom, MVS obtiene en octubre de 1994 una concesión para operar el servicio DTH). Las negociaciones con los señores Vargas sí tienen éxito.

En México el comienzo de DirecTV se programó para llevarse a cabo en el segundo semestre de 1996. Cabe mencionar que esta empresa sigue existiendo gracias a los pocos suscriptores con los que cuenta y no se han adicionado nuevos.

Televisión por Cable

La tecnología empleada para la televisión por cable fue creada por el estadounidense John Walson en 1947, llega a México en el año de 1954 con la instalación de un pequeño sistema de cable en Nogales, Sonora, cuyo objetivo básico es llevar a ciudadanos estadounidenses que viven en México canales provenientes de su país. A este sistema siguen otros, igualmente limitados, en Piedras Negras, Coahuila (1963), Ciudad Acuña (1964), y Monterrey, Nuevo León (1964). Sin embargo, es hasta el surgimiento de Cablevisión cuando se inicia el desarrollo industrial de la TV por cable en México.

CABLEVISION

 Grupo Televisa es el propietario del 51% de Cablevisión. Provee servicios de televisión por cable a la Ciudad de México y área metropolitana. Los diferentes paquetes de servicio ofrecen múltiples canales de entretenimiento, noticias y programas informativos, incluyendo los canales 2, 4, 5 y 9, así como de algunos de los programas más populares que produce Televisa.

La penetración de la red de Cablevisión está compuesta por más de 9, 800 kilómetros de líneas de cable existentes, cubriendo más de 1.4 millones de casas. En 2002, cablevisión expandió su red en más de 320 kilómetros. Más del 50% de la red tiene capacidad de al menos 750 MHz y aproximadamente 36% tiene capacidad bidireccional.

Al 31 de diciembre de 2002, el número de suscriptores es de más de 412, 000, de los cuales aproximadamente 65, 000 son suscriptores del servicio digital.

El paquete básico de Cablevisión ofrece 49 canales, incluyendo los nueve canales de televisión abierta que se transmiten en la Ciudad de México. Algunos canales del paquete incluyen varios canales extranjeros como son: FOX, E! Entertainment, MTV

Latino, Nickelodeon, Discovery, Sony, Warner, ESPN y varios canales de películas extranjeras.

Asimismo, cablevisión ofrece los servicios de cinco paquetes digitales que proveen acceso a canales como: CNN Internacional, HBO Plus, Cinemas, Cinecanal y Movie City, ofreciendo hasta 100 canales de video y 50 canales de audio.

Actualmente Cablevisión ofrece 28 canales de pago por evento, que ofrecen películas y programas de eventos especiales, incluyendo eventos deportivos y conciertos. Cablevisión vende tiempo publicitario en sus canales de pago por evento durante la transmisión de éstos.

El 20 de mayo de 1969, la empresa Cablevisión, S.A., filial de Telesistema Mexicano, obtiene la concesión para prestar el servicio de TV por cable en la Ciudad de México, el cuál se empieza a proporcionar un año después, en 1970.

Esta tecnología, creada por el estadounidense John Walson en 1947, llega a nuestro país el año de 1954 con la instalación de un pequeño sistema de cable en Nogales, Sonora, cuyo objetivo básico es llevar a los ciudadanos estadounidenses que viven en México canales provenientes de su país. A este sistema surgen otros, igualmente limitados, en Piedras Negras, Coahuila, Ciudad Acuña y Monterrey. Sin embargo, es hasta el surgimiento de Cablevisión cuando se inicia el desarrollo industrial de la TV por cable en México.

Televisión por Microondas

El sistema Multichannel Multipoint Distribution System consiste en el envío, a través del espacio aéreo, de señales de televisión codificadas hacia los hogares de los suscriptores a quienes se dota previamente del equipo necesario para la recepción (antena, decodificador y control remoto). Funciona en el segmento de 2500 a 2696 megahertz.

MULTIVISION










El 1° de septiembre de 1989, inicia sus transmisiones en México un nuevo sistema de TV por suscripción. Se trata de MVS Multivisión, que emplea una tecnología nunca antes utilizada en nuestro país: el sistema denominado MMDS, sigla que significa Multichannel Multipoint Distribution System, es decir, Sistema de Distribución Multicanal Multipunto.

La concesión para operar Multivisión es otorgada al señor Joaquín Vargas Gómez, propietario de la empresa productora TELEREY y del grupo radiofónico Frecuencia Modulada Mexicana (Vargas fue también director de Televisión Independiente de México, Canal 8, hasta antes de que, en 1972, esta empresa se fusionara con Telesistema Mexicano para formar Televisa), Joaquín Vargas Gómez había solicitado a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, desde junio de 1983, la concesión para operar un sistema de televisión restringida en el Valle de México, misma que se le otorga el 14 de diciembre de 1984. Sin embargo, el inicio de operaciones de lo que en 1989 habría de ser MVS Multivisión se retrasa más de cuatro años. Las instalaciones de la nueva televisora se ubican en Boulevard Aeropuerto, al oriente de la Ciudad de México, y su antena transmisora irradia señales desde el Cerro del Chiquihuite al norte de la capital de la república.

2.3.3. Géneros Televisivos

El término género televisivo alude a un concepto que permite estudiar una gran cantidad de programas de televisión agrupados a partir de sus características comunes, tanto de formato y contenido, como de condiciones de producción.

En la televisión comercial se manejan múltiples géneros, algunos son originarios de este medio de comunicación, otros, son la mezcla o traslado de géneros manejados en otros medios –adaptados a la especificidad de la televisión, como son los teleteatros. Para los fines de este proyecto se retomarán los que son más significativos entre niños y jóvenes:

-  *Programas de aventuras.*
-  *Caricaturas.*
-  *Telenovelas.*
-  *Programas cómicos.*
-  *Programas musicales.*
-  *Programas de concurso.*
-  *Noticiarios.*²³

Los programas de aventuras, por lo regular se tratan de historias de detectives, policías – retirados o en activo – o personas que tienen como costumbre solucionar misterios: crímenes, robos, desapariciones, etcétera. La mayoría son producciones norteamericanas y muestran, a través de su trama, la lucha entre el bien y el mal, por lo regular de manera estereotipada.

Las caricaturas se diferencian de los demás programas televisivos al ser producto del restirador del dibujante. Los personajes, escenarios, escenas efectos especiales, movimientos, encuadres, etcétera, son logrados a través del trazo fino, preciso y secuencial de un grupo de artistas y, actualmente, mediante programas computarizados de animación. La gran mayoría de las caricaturas que se ven en México provienen de los Estados Unidos y de Japón, aunque estas últimas sean distribuidas también por consorcios americanos. Se distinguen tres tipos de caricaturas: de fantasías, aventuras y melodramas.

Las telenovelas son historias que suponen recrean la vida real. Se caracterizan por tener una historia central, y muchas historias secundarias relacionadas con la central. La historia central trata generalmente sobre una relación de amor que es interrumpida o alterada; por su parte, las historias paralelas tienen que ver con aquellos personajes secundarios –de apoyo- que habrán de facilitar o bloquear la felicidad de los personajes principales.

Bajo el género de programas cómicos se dan las producciones que intentan explotar la comicidad a través de pequeños Sketch (esbozo, obra, pieza corta), cuyos protagonistas caricaturizan el personaje y exageran las situaciones en que se ven envueltos. Los programas cómicos, tanto nacionales como extranjeros han ido evolucionando poco a poco.

Los programas musicales están hechos para la difusión (promoción) de artistas –o sus productos- de moda. Tradicionalmente cuentan con un animador o conductor que será el que presente y dialogue con el o los artistas en cuestión. Cabe señalar que este tipo

²³ Peña Ramos, Alexandrov Vladimir. *Viveros Ballesteros, Frank. TV y Escuela ¿Amigos y/o enemigos?* Ed. SEP. Colección: Educación para los Medios. México, 1997. p.70.

de programas son un elemento esencial en el círculo mercadotécnico construido entre la radio y la televisión.

Los programas de concurso son generalmente retomados por la televisión mexicana los realizados en los Estados Unidos de Norteamérica. Su mecánica es muy sencilla: los concursantes enfrentan una gama de pruebas para obtener algún premio.

La mayoría de concursos demandan la participación física directa de los concursantes y, en menor medida, de sus capacidades cognitivas.

Programas como los noticiarios son transmitidos regularmente en vivo. Están dedicados a la presentación o narración de acontecimientos nacionales y mundiales considerados, por su relevancia, como noticias. Por lo regular guardan gran similitud con los periódicos en la forma como ordenan sus noticias.

2.4. Tipos de Televidentes y usos de la televisión.

Cuando se habla de televisión generalmente se hace referencia a las personas que gustan de *ver televisión* como receptores o al conjunto de personas como audiencia, sin embargo la audiencia es una manera de remitirse a los públicos de la radio, que efectivamente son una audiencia.

En los últimos años se ha empezado a hablar de *televidentes*, entendiendo con ello a las personas que se relacionan con la televisión y de *televidencia* como las prácticas relacionadas al ver televisión.

Aunque, hay autores que consideran que si debe considerarse elaborar una tipología de los televidentes que de respuesta a la pregunta ¿qué hace la gente con la televisión? Todos vemos televisión, escuchamos radio o leemos periódicos por *algo* y puede ser una necesidad, un interés o una compensación.

Ezequiel Ander-Egg clasifica a los televidentes de la siguiente forma:

A) Televidentes que buscan compensaciones no relacionadas con el contenido: descanso y distracción, relajación frente al estrés, catarsis, escapismo o evasión, para huir del aburrimiento

*B) Televidentes que buscan compensaciones relacionadas con el contenido: información, entretenimiento, interés científico o cultural, información técnica.*²⁴

Sin embargo, la televidencia sitúa el asunto del ver televisión en el polo de las personas, es decir, la televidencia en principio permite establecer una relación entre los programas de televisión y las personas que los “miran”, también permite ampliar el número y tipo de relaciones que se pueden establecer entre un programa de TV y quien lo “mira”. Además, permite reconocer que existen múltiples prácticas relacionadas con el “ver televisión”.

Por lo tanto, cuando se refiere a la televidencia, se esta aludiendo tanto al acto mismo de estar frente al televisor como a las prácticas que se desarrollan antes, durante y después de ver TV.

Existen diferentes televidencias. *La televidencia es un proceso complejo que conlleva múltiples interacciones de la audiencia con la TV a distintos niveles y que es objeto también de múltiples mediaciones. Es un proceso largo que no está circunscrito al momento preciso de*

²⁴ Ander-Egg, Ezequiel. *Teledictos y vidiotas en la aldea planetaria I ¿Qué hace la televisión con nosotros?* Ed. LUMEN-HUMANITAS. Argentina, 1996. pág. 44.

contacto entre TV y audiencia (Orozco, 27, 1996) Orozco plantea como preocupación central de diferentes investigadores en comunicación la imperante de conocer la realidad para transformarla, una realidad perneada considerablemente por la televisión.

Se pueden identificar las siguientes formas de ver televisión y son:

Cuadro 3
Formas de ver televisión²⁵

Función	Ejemplo
Telón de fondo	Es cuando se prende la televisión para escuchar ruido sin prestar atención en lo que se transmite en esos momentos y necesita tenerla siempre encendida.
Somnífero	Ocurre cuando alguien activa el control remoto y enciende el televisor, al azar, en cualquier canal, sin importar cuan estridente sea el programa sintonizado, a los pocos minutos se duerme.
Compañía vicaria	Cuando alguien prende la televisión en bajo volumen, mientras se dedica a realizar otras tareas y se limita a mirarla distraída y fugazmente, de vez en cuando, sin que ésta conlleve una recepción real.
Dispensador de imágenes compensatorias; paliativo de la fealdad	Por lo general sucede los televidentes mantienen la televisión todo el día funcionando de la mañana a la noche, con un volumen bajo pero no lo apagan aunque no lo atiendan, debido a que el televisor provee imágenes “bonitas” de otros escenarios ideales y por añadidura cotidiano para conciliar mejor el sueño.
Caleidoscopio	Se refiere al hecho de sintonizar programas de videoclips pero sin sonido, como para abandonarse a esa lluvia de imágenes silentes en perpetuo cambio.
	Se usa a la televisión como compensador del tiempo que se solía destinar a realizar

²⁵ Peña Ramos, Alexandrov Vladimir y Frank Viveros Ballesteros. *Educación para los Medios. Desarrollo de la visión crítica*. SEP. Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal. México, 1997. 63-65pp.

Poblador de horas vacías	otras actividades y que ya no se llevan a cabo debido a la debilidad de alguno de los cinco sentidos.
Ansiolítico	Cuando se usa la televisión como tranquilizante o sustituto del uso de pastillas para los nervios.
Desenchufe	Se busca un programa que no sea ni cultural y mucho menos informativos, es decir, aquellos programas que no hagan pensar al televidente.
Profilaxis del alcoholismo masculino	Algunas mujeres usan la televisión para atontar al marido y así este no salga a tomar.
Preventivo del apetito de los hijos, cuando no se tiene con qué satisfacerlo.	Es cuando las mujeres amas de casa mantienen el televisor funcionando para mantener a los niños en casa, no sólo para prevenir los riesgos de la calle sino para evitar actividad física y disminuir así el hambre.

Aunque bien se puede agregar la siguiente clasificación hecha por Ezequiel Ander-Eg, quien considera que actualmente el uso de la televisión actualmente es fragmentario, es decir el ritmo de ésta ha llevado a que cada televidente haga *su propio programa*, dentro de la oferta disponible, cambiando de canal. En Estados Unidos se distinguen cuatro tipos diferentes de modalidades en el uso fragmentario de la televisión:

El *zapping* consiste en el cambio de canales durante una emisión; estos cambios se realizan sobre todo durante las tandas publicitarias.

El modo *zipping* se realiza acelerando la lectura de las imágenes de un magnetoscopio para evitar las interrupciones publicitarias o para saltar un fragmento que no interesa ver.

La modalidad *grazing* se hace mediante el salto constante de canal con el propósito de seguir diversos programas a la vez.

Y, por último la modalidad *flipping* consiste en cambiar de canal sin intención alguna; cambiar por el placer de cambiar.

La televisión ocupa un lugar importante en la vida cotidiana, tanto en el trabajo como en el uso del tiempo libre. El presente trabajo de investigación, debe hacerse para intervenir en la realidad, partiendo de las audiencias mismas. Las audiencias son por una parte activas frente a la televisión y al mismo tiempo son agentes sociales y culturales con múltiples interacciones con la televisión.

Plantear la necesidad de investigar para transformar significa conocer los procesos propios de televidencia, conocer la televidencia de los seres humanos de 13 a 15 años y finalmente, reconocer el papel de la televisión fuera del ámbito escolar.

Por lo tanto, transformar la realidad significa encontrar maneras novedosas, creativas, originales, informadas y viables para desarrollar una serie de actividades que permitan fortalecer, mejorar, cambiar o sustituir las prácticas de televidencia.

La necesidad de reconocer las prácticas relacionadas con la televisión o en las que esta sea parte de la vida cotidiana es uno de los primeros pasos para iniciar el camino al conocimiento de la televidencia y de su intervención.

2.4.1. El rating²⁶

El rating es el porcentaje de hogar (o personas) con la televisión encendida en un canal y hora específicos en relación al total de TV Hogares (o personas consideradas). Se obtiene mediante la fórmula:

$$\frac{\text{Peso}^* \times \text{Minutos Vistos}}{\text{Universo} \times \text{Minutos Posibles}}$$

De acuerdo a la fórmula anterior, el rating puede interpretarse de dos maneras diferentes:

Por ejemplo, un cierto programa con 30 puntos de rating puede significar que:

- El 30% de los televidentes posible está viendo el 100% del programa.
- O que la audiencia total (el 100%) únicamente vio el 30% del programa.

El rating es la más usada de las múltiples variables de audiencia que describen los hábitos de exposición del televidente, no obstante, existen otros indicadores que se utilizan para estos fines.

Importancia del Rating.

A través de los ratings, se determinan cuántas personas están viendo la televisión, y por adición, se sabe cuántos y quiénes ven tanto los programas, como los mensajes comerciales y así se determinan sus hábitos de exposición.

Millones de pesos se gastan anualmente en la compra de espacios publicitarios, con lo cual se asume la importancia de contar con esta información que permite a agencias, anunciantes y dueños de medios, planear, evaluar y optimizar el grado de efectividad de las inversiones que se realizan en este medio masivo por excelencia. En contraparte, el rating es utilizado también por departamentos de Marketing, Ventas, Programación e Investigación de las Cadenas de Televisión, ya que, a su vez, ellos pueden desarrollar sus estrategias de venta, programación y producción, con el objeto de atraer posibles compradores de sus espacios, y conservar a aquellos que ya tienen cautivos.

El rating se mide de la siguiente forma:

La empresa IBOPE AGB de México, inicia su proceso a partir del diseño muestral obtenido del “Establishment Survey” (ES). Este estudio de base sirve para conocer los parámetros poblacionales, especialmente la información significativa sobre el uso de los televisores, y se basa en un muestreo “probabilístico” efectuado en dos etapas y

²⁶ www.ibope.com.mx/

* El peso es el índice de representatividad, es decir, es el valor que se calcula para cada hogar o individuo de la muestra, de tal modo que la suma de los pesos de todos los hogares o individuos que se están considerando, suman el universo de estudio respectivo.

estratificado por áreas. A través de este “microcenso” en 27 ciudades (que es el dominio de estudio) se obtiene una descripción socioeconómica que refleja fielmente tanto los datos demográficos de la población, vivienda, la familia y los integrantes en el hogar, así como los aspectos más relevantes de la posesión y uso de los televisores. De él se extraen los hogares que conformarán el panel de estudio.

Una vez que el hogar acepta participar, el área técnica es la encargada de instalar el People Meter, el cual es una microcomputadora conectada a la televisión que registra el rating y tiene un sistema electrónico inalterable que almacena la información, la cual se recolecta vía telefónica (normal o celular). Mide minuto a minuto: encendido de la televisión, selección de canal, tiempo de permanencia en el canal, cambios de canal y personas que ven la televisión.

Cuenta con un control remoto cuya función es registrar la participación de los integrantes de la familia; este control únicamente sirve para registrarse, no permite encender ni apagar el televisor o cambiar de canales.

Para que se pueda analizar el rating por edad, sexo, nivel, región, sistema de TV de paga, etcétera, es necesario contar previamente con una base de datos que contenga los datos actualizados día a día sobre cada familia, integrantes del hogar, televisores y otras variables, dicha base maestra es alimentada diariamente por el Área del mismo nombre, para dar mantenimiento constante y preservar así la calidad de la información. Esta base junto con los datos extraídos del People Meter, permitirán cruzar la información demográficamente con toda exactitud.

El People Meter guarda en su memoria la información generada durante el día, y cada noche, Pollux, el sistema de producción maestro de IBOPE llama a los hogares del panel a fin de extraer la información acumulada en ese periodo de tiempo vía módem. Posteriormente, el sistema hace una depuración por ciertas reglas internacionales de validación y produce bases de datos para explotarse vía software.

También se efectúan distintos tipos de control de calidad en todos los procedimientos que dan lugar a la producción del rating, con objeto de otorgar validez y autenticidad a los resultados finales que conformarán las bases de datos. Estas prácticas incluyen una depuración, verificación de archivos y validación de todas las circunstancias que pudieran sesgar la información. Para ello, se realizan chequeos diarios de sus registros, con objeto de mantener la pureza de la información, dado que su función es liberar los datos y brindar confiabilidad en la calidad de los mismos.

Una vez que se asegura la correcta producción y conversión de los ratings en bases de datos para software, se entregan a los clientes de acuerdo a los tipos de servicios que adquiere.

2.5. Recepción Crítica Televisiva

En el proceso de recepción, los televidentes no asumen necesariamente un papel de receptor pasivo. La *actividad* se lleva a cabo de distintas maneras. Mentalmente, los televidentes frente al televisor se “enrolan” en una secuencia interactiva que implica diversos grados de involucramiento y procesamiento del contenido televisivo. Esta secuencia se inicia con la atención, pasa por la comprensión, la selección, la valoración de lo percibido, su almacenamiento e integración con informaciones anteriores y, finalmente, se realiza una apropiación y una producción de sentido.

La secuencia puede realizarse de distinta manera y a ritmos diferentes. La selección o la comprensión de lo que se mira en la pantalla son los esfuerzos mentales que definen el curso posterior de la interacción de los televidentes con la Televisión. A

veces, la rapidez de presentación de información que conlleva la programación acelera el ritmo de su percepción y puede disminuir la posibilidad de distanciarse de lo percibido. Sin embargo, lo más importante no es qué actividad mental arranca la secuencia, o a qué ritmo se realiza el procesamiento informativo, sino el que las distintas actividades que la conforman no implican un mero procesamiento mecánico de la información sino que involucran un proceso fundamentalmente sociocultural.

La razón principal es que la secuencia de actividades mentales conlleva una serie de asociaciones de contenido. –en este caso entre la información transmitida por la pantalla y por lo tanto externa al sujeto- y el mensaje previamente asimilado en la mente del televidente. Los televidentes no se enfrentan a la pantalla vacíos de ideas, emociones, historia y expectativas.

Vygotsky sostiene – a diferencia de Piaget y Kohlberg – que el desarrollo cognoscitivo está estimulado no sólo por aquello que genéticamente el sujeto es capaz de conocer, sino también por aquello que socio-culturalmente se considera relevante para ser conocido. La relevancia, por definición, no es una cualidad intrínseca al procesamiento mental mecánico del conocer.

En la última década, países como España, Inglaterra, Estados Unidos, Suecia, de manera evolutiva han ido construyendo lo que se ha denominado Educación para los Medios, la cual parte de un conocimiento y apropiación –desmitificación- de los medios; alfabetización audiovisual, apropiación técnica y sintáctica, producción, análisis –deconstrucción y construcción-.

Sin embargo, pocas son las experiencias que consideran que la actitud crítica no sólo implica ser un receptor, sino que implica asumir una forma de vida que se exprese en nuevas formas de relación con los medios, con los mensajes y con otras personas.

La recepción crítica permite formar un sentido crítico ante los mensajes televisivos cuyo contenido y objetivo no es propiamente de información sino de entretenimiento y/o motivación, como en el caso de la publicidad. Esta es la razón por la cual se busca abordar los mensajes televisivos.

La recepción crítica está constituida por el: pensamiento crítico, el lenguaje visual y las dimensiones del discurso. Otorgamos un alto grado de confianza a la información recogida a través de los órganos de percepción (vista, audición, gusto, tacto y olfato). Muy pocas veces se llega a considerar que esta percepción podría ser errónea o sufrir transformaciones antes de llegar a la conciencia, lo cual ocurre a menudo y provoca reacciones equivocadas. Conocer, es reconocer, por cuanto implica asociar al menos dos imágenes mentales, una de las cuales es un recuerdo. Así tendemos a comprender todo por referencia a elementos ya conocidos y simples. Se recurre siempre a la memoria y a soluciones que han resultado ser válidas en situaciones anteriores. Pero dichas soluciones anteriores no tienen por qué ser las mejores hoy. Más de una vez, no tienen ninguna validez para el nuevo caso.

El pensamiento crítico no sólo se refiere a la evaluación de mensajes recibidos de terceros, sino que ha de empezar aplicándose al modo que tiene cada ser humano de reflexionar sobre cualquier problema o situación, partiendo con las circunstancias en que se vive. El pensar crítico se aplica a la totalidad del modo de ser consciente, cuando su objetivo es ejercer plenamente la condición humana de ser responsable.

Las investigaciones realizadas hasta este momento permiten concluir que percepción en general y percepción consciente no son lo mismo. Existe un campo de elaboración de información que prescinde normalmente de la vivencia consciente, que varía

principalmente en función de factores emocionales y aparece como un mecanismo regulador y protector. Podemos estimar, como lo sugiere el psiquiatra E. De Bono (1973), que falta educación en lo relativo al control de la influencia de la memoria sobre el procesamiento pre-consciente de la información. Este control, sin embargo, debería constituirse en una primera etapa del pensamiento crítico, en la cual es necesaria una triple toma de conciencia:

1. de la parte de la situación percibida que será analizada,
2. de los recuerdos que serán usados en este procesamiento posterior,
3. de los valores y prioridades asociados a estos recuerdos.

Sólo después de realizar estas operaciones proseguiremos hacia niveles más avanzados de análisis o de tratamiento de lo percibido. La falta de atención por esta primera etapa del pensamiento crítico es una práctica cuyo peso puede llegar a perturbar muchas actividades humanas, incluyendo la investigación científica (cuya metodología es la que mejor tiende a superar el problema).

El proceso consciente de pensamiento debe, “volver sobre sus pasos”, criticando su propio origen para luego construir sobre bases más sólidas. ¿En qué consiste entonces, este pensamiento reflexivo? A decir de John Dewey, es *la consideración activa, persistente y cuidadosa de cualquier forma de conocimiento, a la luz de los fundamentos que la sustentan y de las posteriores conclusiones hacia las cuales tiende.*²⁷

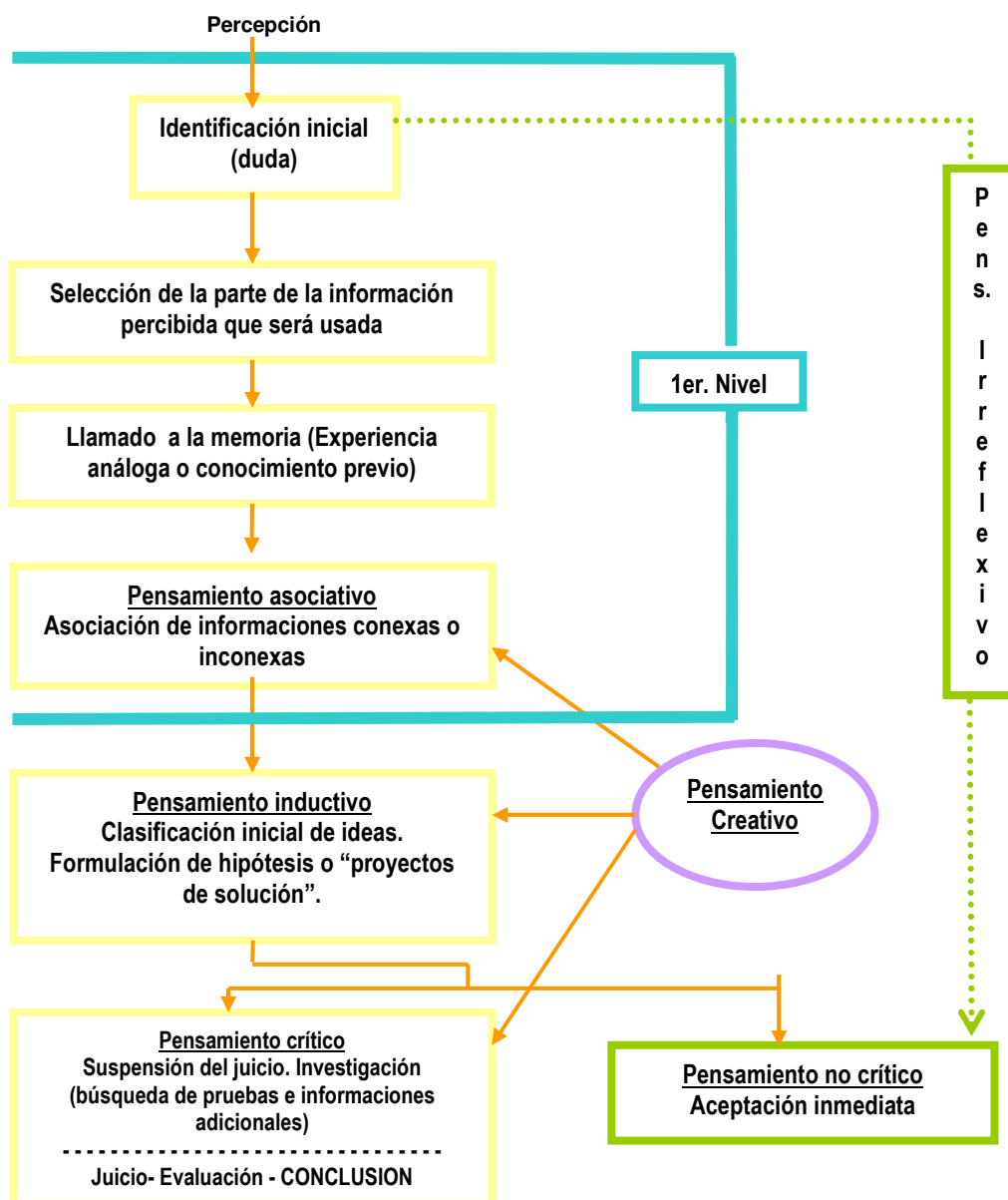
Si analizamos bien esta definición, descubrimos que implica la generación de un estado de duda, el cual lleva a un proceso de investigación con miras a resolver la duda y, eventualmente, a lograr un estado final de satisfacción. Aquí se aloja el aspecto medular del pensamiento crítico: se detiene, sospecha, formula hipótesis, las somete a prueba y sólo decide al terminar esta confrontación. El pensamiento acrítico admite sin discusión el producto de la percepción que llega a la mente, no se propone dudar ni comparar ni someter a prueba. Admite como seguro un pensamiento que, como lo acabamos de ver, no es en realidad más que una hipótesis de interpretación de la realidad.

Ver Gráfico 2.

²⁷ Dewey, John. “How we Think” 1933, p9. Burton p.40.

Gráfico 2

El proceso del pensamiento²⁸



El pensamiento crítico no es algo innato; es algo que se aprende. Sin ser muy difícil, es exigente y requiere esfuerzo y constancia. Exige la realización de juicios de valor. Puede traer algunas incomodidades sociales, especialmente cuando lleva a oponerse a opiniones o creencias mayoritarias. Es sin embargo una obligación propia de todo hombre que desee superarse, siendo al mismo tiempo testigo de la verdad y fiel a su conciencia. Pero a la afirmación de la propia opinión debe corresponder evidentemente la disposición a dejarse convencer por las evidencias o pruebas, la sinceridad personal y la confianza en la sinceridad de los demás así como el respeto por sus puntos de vista.

²⁸ www.puc.cl/curso_dist/infograf/recepción/RVM1/

La importancia de la escritura para la comunicación es tal que ha determinado una división fundamental en el estudio de la evolución del género humano: la distinción entre prehistoria e historia. La prehistoria, sin embargo, no nos es ajena: ha dejado para la posteridad una valiosísima información observable y hasta cierto punto comprensible no sólo por especialistas sino por cualquier persona con un buen sentido de la vista. Aunque la interpretación exhaustiva pueda ser compleja, lo más asombroso es que aún hoy estamos en condiciones de reconocer objetos y seres vivos desaparecidos hace miles de años, y que lo podemos hacer cualquiera sea el idioma que hoy hablemos.

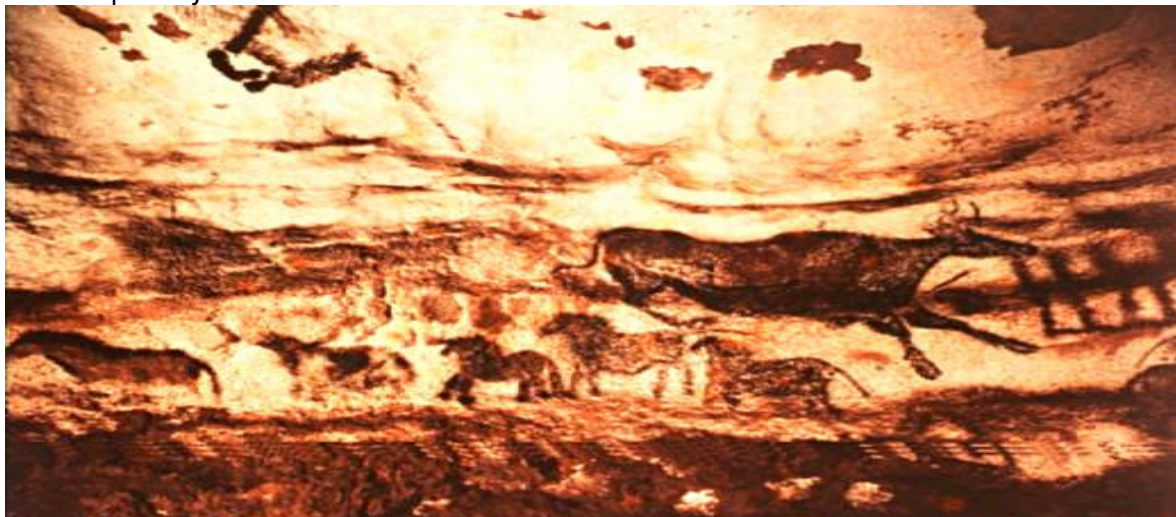


Imagen 3.
²⁹Pintura rupestre, Lascaux (Francia)

Nuestra actual civilización ha vuelto a descubrir el poder inmenso de esta otra modalidad de expresión del pensamiento que es el “lenguaje visual” y le está dando un carácter de avalancha a través de los medios de comunicación. El ser humano, usuario de estos medios, no puede quedar ajeno a esta realidad. En muchos casos, hoy, no podrá acceder al sentido completo de discurso si no está en condiciones de evaluar el significado de la expresión icónica.

La mutua complementación entre ambos lenguajes verbal-visual resulta actualmente obvia. El lenguaje verbal es analítico: divide y compara, en etapas que se suceden en el tiempo, y la comprensión surge del estudio de las partes y la aprehensión de sus nexos. El lenguaje visual, al contrario, es más sintético: por la vista se percibe una forma significativa en su globalidad. El proceso de comprensión, aquí, se invierte: se inicia en el conjunto, para investigar luego las partes, pero la aprehensión del conjunto es inmediata; se logra en el instante, antes e independientemente del análisis de las partes – que es posible pero no indispensable-.

La percepción visual corresponde a un sistema especial cuyos componentes son tres: las dos dimensiones ortogonales del plano y las características de forma de la figura que represente en este plano. Mientras en un “instante de percepción” se logran percibir simultáneamente estas tres variables visuales, en el mismo instante sólo se logra percibir una sílaba en el lenguaje oral. Así, se necesitan tres instantes para

²⁹ Las pinturas prehistóricas de las cuevas de Lascaux, Francia, datan aproximadamente del 13000 A.C. y fueron realizadas con pigmentos (rojo y ocre) sopladados a través de huesos huecos sobre la roca, o aplicados con juncos o ramas aplastadas después de mezclarlos con grasa animal.

Microsoft © Encarta © Biblioteca de Consulta 2002. Bridgeman Art Library, London/New York

percibir la palabra “estrella” mientras uno sólo basta para percibir su imagen y su ubicación en el espacio de un determinado cuadro.

Por otra parte, mientras la palabra “estrella” permanecerá sin sentido para quién no hable español, su representación gráfica podrá ser correctamente interpretada por muchos otros. Se puede decir por lo tanto que el lenguaje visual tiene una vocación más universal que el verbal, aunque puede ser necesario que un mensaje visual deba ser acompañado por un mensaje verbal para asegurar mejor una interpretación correcta. Aquí entra a jugar otra característica del lenguaje visual: se presta más fácilmente a una multiplicidad de interpretaciones, especialmente cuando la técnica expresiva es exhaustiva y no acompañada de texto, como en la pintura figurativa y la fotografía.

A continuación se hace una breve explicación de las dimensiones del discurso que como se explicó anteriormente están contenidos en los mensajes visuales.

Dimensión ideológica.

Todo mensaje tiene necesariamente una procedencia que es estrictamente interna del emisor (sus pensamientos). Sin embargo, todo emisor está en condiciones de discriminar dos distintos tipos de referentes: uno que pertenece solamente a su mundo interior (ideas, pensamientos, creencias, sentimientos) y otro que corresponde a una realidad externa observable por otros (objetos materiales y acontecimientos). Al respecto el profesor Desantes³⁰, experto español en derecho de la información, señala que desde el mundo interior surgen los juicios de valor y los argumentos para persuadir. Estos conforman la dimensión ideológica de los mensajes.

Dimensión fáctica.

Del mundo exterior procede el conocimiento de la realidad y de los hechos que conforman la historia: este conocimiento conforma la dimensión fáctica del mensaje. Los mensajes noticiosos del periodismo han de inscribirse en esta dimensión.

Dimensión “opinática”

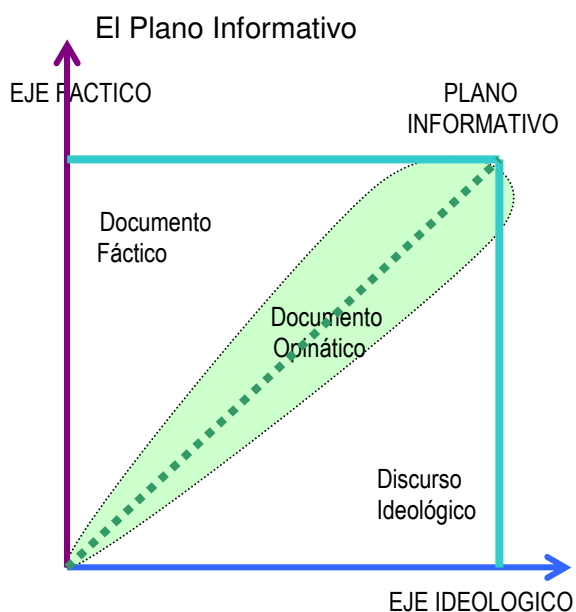
A estas dos categorías, dice Desantes, ha de agregarse una tercera. Cuando aplicamos a un hecho un juicio de valor, del choque de ambos términos resulta una mezcla del mundo interior (lo que sucede en la mente) y del mundo exterior del que realiza esta operación. Lo que el emisor comunica es una opinión que el destinatario podrá o no compartir. Por ello, este tipo de mensaje es llamado opinático. La opinión ha de basarse en un hecho verdadero al que se aplica una idea conforme con la ética, de acuerdo a reglas lógicas. El constitutivo de este mensaje es así triple: verdad, valores y lógica.

Como podemos deducir, cualquier discurso contiene, en última instancia, elementos que corresponden a los tres aspectos mencionados, aunque la intención del autor puede concentrarse en uno o dos de ellos. Es así como un informe científico hace predominar lo fáctico y trata de limitarse a ello, mientras – en un extremo opuesto – una declaración doctrinal poco se preocupa de hechos concretos. En consecuencia, podemos representarnos el universo de los discursos como un plano donde el eje vertical representaría la dimensión fáctica y el eje horizontal la dimensión ideológica.

³⁰ Desantes Guanter, Jose María. *Derecho a la información. Materiales para un sistema de la comunicación*. Ed. Fragua. España, 2004. 250pp.

En torno a la diagonal se situarían los discursos cuyo principal componente sea la formulación de juicios (lo que Desantes llama “opináticos”).

Gráfico 3



Discursos no propiamente informativos

El análisis de Desantes se refiere esencialmente a la producción de un discurso informativo y a sus componentes. Pero existen discursos que tienen otra finalidad o que combinan la finalidad informativa con otra: ¿qué pasa con mensajes en que no existe, en realidad, ningún contenido propiamente fáctico, reemplazándose éste por hechos imaginarios sea que existan sólo en la mente del emisor sea que hayan sido producidos artificialmente (como en el caso de obras teatrales o telenovelas)? De cuando con el enfoque de Desantes, estos son esencialmente productos de la mente (mundo interior) de un emisor.

Pero no incluyen necesariamente elementos “ideológicos”, ya que podrían ser “hechos imaginarios”. Tanto en el caso de la publicidad como de la propaganda, es obvio que se trata de mensajes persuasivos, que ofrecen habitualmente un bien o un servicio, pero combinan elementos fácticos (el producto) con un juicio (“Es bueno para usted”), lo cual está sujeto a discusión. La publicidad por lo tanto, tiene características “opináticas”, pero si contiene elementos de fantasía, no entra en lo que Desantes llama de este modo. En el caso de mensajes recreativos, es aún más difícil aplicar las categorías definidas. Esto nos muestra la necesidad de agregar otra dimensión al “espacio comunicacional”.

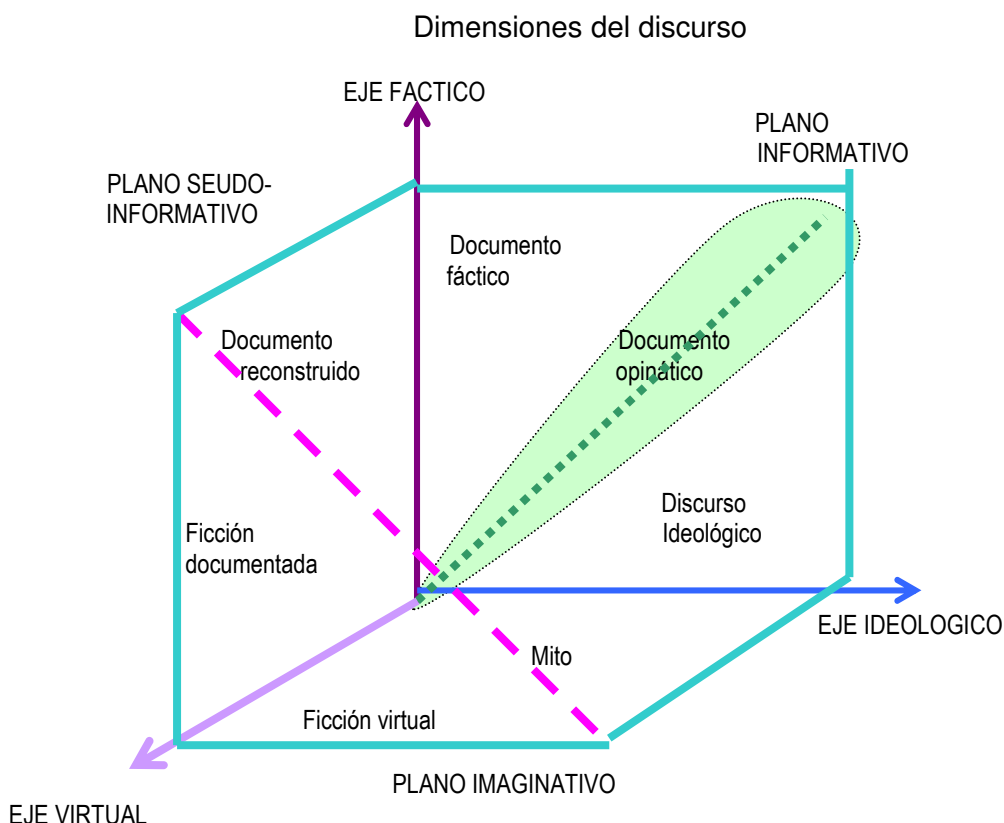
Así, a los dos ejes que forman el “plano informativo” analizado por Desantes, hemos de agregar un tercer eje, relacionado con la capacidad de imaginar hechos, el que llamaremos “eje virtual” – para introducir un término popularizado en el mundo de la informática -.

De este modo resultaría factible ubicar cualquier mensaje en el sistema de ejes, a partir de la ponderación de sus componentes fácticos o virtuales e ideológicos. En el plano informativo podemos ubicar el informe científico arriba, en el eje vertical, mientras la declaración doctrinal se ubica abajo a la derecha, en el eje ideológico. Una editorial periodística – expresión de opiniones del autor – se ubicará en el área opinática, es decir debajo de la diagonal, su altura dependiendo principalmente del

grado de la facticidad incluida. Una exposición interpretativa – en el sentido que le da el periodismo – se ubicaría por encima de la diagonal, cerca del límite de lo opinático (dentro o fuera, según sea el caso).

Descubrir que un aviso de publicidad tiene un componente fáctico (el producto o servicio ofrecido) y otro ideológico (su promoción como un bien), pone en claro que – desde el punto de vista informativo – se ubica en torno a la diagonal, es decir que pertenece al área opinática...y consecuentemente a lo eminentemente “opinable”. Pero si contiene elementos de ficción (como ocurre muchas veces) debe ser ubicado fuera del “plano informativo”, en el espacio volumétrico que separa este plano del que genera el eje virtual.

Gráfico 4



A su vez, una obra de ficción, como una serie televisiva o incluso dibujos animados, tiene un bajísimo componente fáctico real y un alto contenido imaginario (virtual), junto con demostraciones de modelos – positivos y negativos – de comportamiento, por lo cual los ubicaríamos cerca del plano horizontal (“Plano imaginativo”) con una posición mediana en el eje ideológico.

En el Plano imaginativo distinguiríamos discursos de ficción con un fuerte componente ideológico, como ocurre principalmente con los mitos, y discursos menos centrados en lo valórico que llamaríamos simplemente “ficción virtual”.

El otro plano que surgió con el agregado del eje virtual es el que llamamos “Pseudo-Informativo”. Congrega los discursos que tienen el aspecto de la facticidad pero que corresponden en grado variables a la realidad: desde la “reconstrucción” de un hecho sobre bases documentales con valor histórico (“Documento reconstruido”) hasta la ficción total “bien informada”, como en obras de teatro o cine “de época” pero sin valor histórico (“Ficción documentada”).

Esta distinción de dimensiones es muy importante para el análisis crítico, ya que lleva a buscar diferentes tipos de componentes y a utilizar diferentes criterios evaluativos para cada uno, como es la finalidad de realizar un trabajo cuyo tema central sea la televisión se debe justamente a la aceptación que ha tenido este medio de comunicación el cual ha sido de grandes magnitudes que incluso se considera como un fenómeno socio-cultural.

Este trabajo no pretende oponerse a la comunicación y mucho menos al uso de la televisión. Pero como se ha visto en este capítulo existen varias comunicaciones y para el autor Lucien Sfez la comunicación se divide en tres: *la representativa, la expresiva, la que confunde*³¹ que tiende hoy a abrazar el universo y que pretende ser la única comunicación posible. Siendo esta última la que parece peligrosa, debido a que se opone una política del sentido y la interpretación.

La comunicación que confunde se puede encontrar reflejada en la programación de la televisión y a que está ha cambiado en los últimos años y algunos especialistas consideran que ahora se transmite telebasura, la cual es la disputa por el rating entre las diferentes empresas televisoras que compiten por saber cuántas personas ven sus programas, por la ganancia que les generará la transmisión de los comerciales, para lo cual hacen uso de todo para obtener mayores receptores televisivos: imágenes de asesinatos, consumo de droga, violencia intrafamiliar y contra las mujeres, insultos, albures, exaltación del crimen e inclusive de los problemas de salud de otras personas. Es una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de los receptores. Este fenómeno se puede encontrar inclusive en los horarios infantiles, y esto es debido a que no hay una autorregulación de concesionarios y dueños de medios, los cuales se oponen a toda propuesta de reforma, a todo cambio, a cualquier petición para hacer elevar la calidad de la televisión – y de la radio – en México.

Otro aspecto de la televisión que debe ser tomado en cuenta es la publicidad, ya que constantemente los telespectadores (receptores televisivos) son bombardeados con mensajes, todos ellos con un propósito básico: hacer que aquellos que lo ven (comercial) compren el producto. Es necesario admitir que la publicidad por lo general tiene éxito al hacer que los telespectadores compren productos que, la gran mayoría de las veces, no pueden pagar o no necesitan. La forma en cómo los publicistas convencen a los receptores del mensaje es simple: manipulan el inconsciente, es decir, utilizan la psicología y saben cuáles son los miedos y los deseos de los seres humanos.

Por ejemplo, ¿Por qué una mujer compra cierto tipo de shampoo? El shampoo es usado específicamente para limpiar el cabello y el cuero cabelludo pero el publicista toma ventaja de los factores psicológicos y le atribuye otros beneficios al shampoo. Para garantizar la venta del shampoo se utilizan a mujeres bonitas en graciosas y deseables situaciones, entonces el shampoo deja de ser sólo un producto para limpiar el cabello y se convierte en una esperanza de que al usarlo se puede ser más atractiva, más popular, encontrar pareja y, sobretodo, la felicidad. A nivel consciente, es ridículo pensar que una marca de shampoo, desodorante, pasta de dientes, ropa interior, etcétera, puede resolver todos los problemas, pero a nivel inconsciente, los comerciales de este tipo tienen un fuerte impacto emocional, a este tipo de publicidad se le considera como publicidad subliminal.

³¹ Sfez, Lucien. *La comunicación*. Publicaciones Cruz, S.A. de C.V. México, 2003. p.17.

La intención de este proyecto no es el de juzgar a la televisión como medio de comunicación, ni mucho menos definir qué es lo que se debe o no transmitir o inclusive el de prohibir la transmisión de ciertos programas o de comerciales. Lo que busca este proyecto es sentar las bases para hacer responsable y/o consciente al receptor televisivo de lo que ve por medio de la televisión.

Esta situación tiene relación el trabajo social porque este es el profesionalista que puede intervenir de forma tal que su intervención sea el de difundir la recepción crítica televisiva para así mejorar los procesos de comunicación con la televisión y al mismo tiempo con los seres humanos entres sí a través del trabajo grupal.

CAPITULO 3

EL TRABAJADOR SOCIAL Y EL TALLER COMO ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN

En este capítulo se pretende establecer las razones por las cuales el trabajador social es el profesionalista adecuado para intervenir en los fenómenos comunicacionales.

Los sociólogos estudian el desarrollo, la estructura y la función que la sociedad le otorga a los medios de comunicación, así como su influencia, los psicólogos sociales estudian el impacto que éstos tienen, así como, sus repercusiones en el comportamiento y la conducta en los seres humanos. Los periodistas se encargan de obtener datos e información de los hechos que acontecen en la vida diaria, sin considerar las repercusiones de los mensajes que desea difundir.

El trabajador social no toma postura alguna ante cualquier fenómeno social, mucho menos ante los fenómenos comunicacionales, sino que los aborda lo más objetivamente posible considerando todos y cada uno de los aspectos que están involucrados. Es un profesionalista que sabe lo importante que es estar comunicados y reconoce que los medios de comunicación, en este caso la televisión, permiten que la comunicación se realice en un lapso menor de tiempo y a grandes distancias. También reconoce que la televisión como aparato emisor de mensajes no es del todo responsable del contenido de los mismos y pretende hacer que el receptor preste más atención al mensaje y así sea consciente de lo recibido, es decir, que a través de sus sentidos y facultades reflexione, analice la información recibida.

Además la palabra intervención implica que el trabajador social sea siempre el mediador, y es el encargado de hacer respetar los derechos de dos partes o de defender sus intereses. La televisión como medio de comunicación tiene el derecho de transmitir mensajes y el receptor televisivo (televidente) es responsable del mensaje recibido. Para lo cual, el trabajador social promoverá la recepción crítica televisiva, a través de la intervención grupal y utilizará como estrategia el diseño y la aplicación del taller de comunicación social.

3.1. Trabajo Social

Existe un gran número de definiciones sobre el trabajo social. A continuación se presentarán algunas de ellas.

Para Ezequiel Ander-Egg el trabajo social es: "...Una forma de acción social".¹

La acción social es toda actividad consciente, organizada y dirigida ya sea individual o colectiva que, de modo expreso, tiene por finalidad actuar sobre el medio social, para mantener una situación, mejorarla o transformarla.

Teresa Rosell define al trabajo social de la siguiente forma: *es una actividad, una forma de acción social, se trata de algo, que se hace en la sociedad y que lo hacen los trabajadores sociales*².

¹ Ander-Egg, Ezequiel. *¿Qué es el trabajo social?*. Ed. Humanitas. Buenos Aires, 1985. p 21-22

² Rosell, Teresa. *Introducción al Trabajo Social*. Universidad de Tucumán. Argentina, 1975. p.15

En los primeros semestres de la Licenciatura en Trabajo Social se realizó una definición a nivel grupal sobre el trabajo social:

*Es una profesión que investiga los problemas sociales de los individuos, comunidades, etcétera, para intervenir y así mejorar los niveles de vida del sujeto, individuos, comunidades, etcétera*³.

En el sexto semestre se vuelve a presentar la oportunidad de realizar otra definición del trabajo social:

*El Trabajo Social es una profesión que estudia, para después intervenir, las necesidades y carencias sociales*⁴.

Pero también, hay autores que han buscado ser más específicos en su definición del trabajo social como:

*Bower, quien considera al trabajo social como un arte;
Witmer, ve al trabajo social como una institución;
Perlman, considera que sólo es un proceso;
Kisnerman, por su parte, propone que el trabajo social es una disciplina;
Mickowo, cree que es una tecnología social;
Kruse, piensa que es una ciencia.*⁵

La Federación Internacional de Trabajadores Sociales (FITS) dio a conocer su propia definición del trabajo social en la Asamblea General celebrada en Montreal en julio del 2000 y es la siguiente:

*La profesión de TS promueve la resolución de problemas en las relaciones humanas, el cambio social, el poder de las personas mediante el ejercicio de sus derechos, liberación y la mejora de la sociedad, mediante la utilización de teorías sobre el comportamiento humano y los sistemas sociales, interviniendo en los puntos en los que las personas interactúan con su entorno. Los principios de los Derechos Humanos y la Justicia Social son esenciales*⁶.

Por lo que podemos decir que el trabajo social se refiere al ámbito de acción de profesionales que contribuyen a investigar, diagnosticar, asesorar, orientar, capacitar e intervenir a favor de personas o comunidades en su acceso a los servicios de asistencia social o políticas sociales. Su principal tarea es gestionar, rehabilitar, coordinar y reinsertar a las personas o comunidades que presentan carencias o problemas en su calidad de vida. Estas carencias pueden ser de carácter sectorial en el acceso o prestaciones de salud, pensiones, educación, vivienda, etcétera; o más generales que los ponen en una situación de riesgo social. Para ello reciben una formación del campo del conocimiento de las ciencias sociales.

Los elementos que constituyen al trabajo social son:

³ Apuntes de la materia “Investigación Social 1” de la Lic. en Trabajo Social, impartida por la Lic. Adriana Ornelas.

⁴ Apuntes de la materia “Trabajo Social Institucional” de la Lic. en Trabajo Social, impartida por el Lic. Raúl Coca Luna

⁵ http://www.elrincondelvago.com/trabajosocial-social_1.html

Tenorio, Herrera, Rosalía. “Manual de Trabajo Social”/comp.Manuel Sánchez Rosado.

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_social

- *Los sujetos sociales. Estos son los sectores, individuos o instancias involucradas que están relacionadas con el problema social que es objeto de intervención.*
- *El objeto de intervención. Es el fenómeno que demanda ser atendido.*
- *Los objetivos.*
- *Marco de Referencia. Es el contexto bajo el cual interactúan los sujetos sociales con el objeto de intervención.*
- *La función social.*
- *La identidad profesional, es ser y actuar como un trabajador social, estudiar las necesidades y carencias sociales.*
- *El perfil profesional, habilidades para investigar e intervenir.*
- *Estrategias Teórico-Metodológicas.⁷*

Estos elementos surgen de la intervención de factores en el marco de las relaciones sociales en un momento histórico y para el desarrollo de una sociedad.

Existen otras dimensiones que se desarrollan conjuntamente de manera autónoma y que muestran una cara de lo propio del Trabajo Social. Estas dimensiones son las siguientes:

- ◆ El saber especializado, esto es reconocer los conocimientos con que se cuenta acerca de un fenómeno y unir la experiencia profesional con la parte teórico-metodológica.
- ◆ El ejercicio profesional, caracterizado por las prácticas desarrolladas en las diferentes áreas de intervención del trabajo social.
- ◆ El currículo que consiste en el desarrollo del proceso de formación de los profesionales.
- ◆ El mercado de trabajo visto como el espacio donde la especificidad es la oferta y demanda de las capacidades, habilidades y funciones de un trabajador social.
- ◆ La identidad y el status son los rasgos característicos de los que ejercen la especificidad y que crean una imagen social a través de la cual la sociedad ve y reconoce a los profesionales.

Toda profesión tiene una metodología de intervención; es decir, sigue un camino que conduce al logro determinado de fines y objetivos. En la historia de la profesión, no se han establecidos diferencias conceptuales claras entre el método y la metodología. Sin embargo, la historia metodológica es inmensamente rica porque refleja las innumerables iniciativas que los trabajadores sociales han emprendido para realizar una acción más profesional y que han sido elaboradas de los marcos conceptuales de otras disciplinas.

El origen del trabajo social se ve determinado por superar la espontaneidad y la bondad con que se brindaba la ayuda indiscriminada a los pobres y necesitados. Se considera como antecedentes del trabajo social las formas de ayuda que surgen en la Edad Media y hasta el surgimiento del capitalismo industrial conocidas como acciones de caridad, beneficencia y filantropía, las cuales se agotaron como posibilidades de solución a los grandes problemas como: la acumulación del capital y la concentración de grandes grupos humanos en torno a los centros industriales.

Esta preocupación por lo humano, se encaminó a buscar, en lo más recóndito de la subjetividad humana las causas y razones que provocaban la “inestabilidad” y la “desadaptación” de los seres humanos en el medio ambiente familiar o laboral.

⁷ Apuntes de la materia “Trabajo social Institucional”.

Por ello las primeras influencias teóricas de esta profesión vienen de la psicología evolutiva, en un intento por brindar herramientas que ayudaran a explicar la situación de los individuos, surgiendo así el trabajo social de casos.

El trabajo social de grupos nació como resultado de las necesidades de contribuir a la atención de los lisiados e incapacitados, se inscribió en una posición psicologista al asumir a los grupos desde el punto de vista terapéutico, aunque ahora en el plano de la atención, y no sólo de la investigación como se hacía anteriormente. Las referencias teóricas y técnicas en estos momentos fueron retomadas desde la psicología estructural y se conservan de manera tradicional en la historia de la profesión, en una perspectiva de control de la dinámica grupal, más que de la dinamización de sus procesos.

El método denominado como organización y desarrollo de la comunidad, aparece como tal en la década de los sesenta del siglo XX, hay muchos indicios de que desde los antecedentes del trabajo social ya se veía la ayuda como una forma de intervención comunitaria.

Sin embargo, el trabajo social no encontró su perspectiva profesional y siguió la búsqueda de herramientas asumiendo las técnicas que otras profesiones desarrollaron como la observación, la administración, la supervisión y la evaluación.

En la década de los sesenta se produjeron confrontaciones en América Latina que obligaron a las ciencias sociales a reconceptualizar sus marcos teóricos y sus modelos intervención metodológica.

Así nace el método básico, método único y método integral, como intencionalidades que reivindican un camino unificado para la intervención profesional, ya sea como un solo procedimiento adecuado a individuos, grupos y comunidades o como un tronco común básico que sólo se diferenciaría a partir del tratamiento y de acuerdo al tipo de problema que se “diagnosticaba”, pudiendo ser de cualquier índole: asistencia, educación, desempleo, recreación etcétera.

A mediados de la década de los sesenta y desde las Ciudades de Araxá y Teresópolis se emiten documentos que son para el trabajo social verdaderas declaraciones éticas, filosóficas e ideológicas que sustentan un cambio cualitativo en las posturas profesionales.

Es aquí cuando la profesión asume la elaboración de metodologías que buscan la integración teórico-práctica. Se empieza a hablar de los modelos de acción-reflexión-acción e investigación-acción; investigación participativa; práctica-teórica-práctica, o bien se asumieron posturas metodológicas que se desarrollaron en otros ámbitos, tales como los modelos educativos integrados (método mez) o el método psicosocial de Paulo Freire. Todos ellos desarrollados con énfasis en la perspectiva ideológica.

Así en la década de los ochenta se continuó con el debate conceptual y se comenzó a hablar de una metodología científica, cuyos soportes fundamentales son el materialismo histórico, el materialismo dialéctico y la economía política. A partir de aquí se recomponen nuevamente las propuestas de intervención profesional. Y, es entonces cuando se entiende que la metodología es una conjunción de orientaciones, intencionalidades, procedimientos instrumentos y técnicas que se interrelacionan entre sí para accionar en un contexto determinado.

Esto significó un gran salto en el trabajo social, se asume la intervención profesional desde la perspectiva de tener un proceso metodológico que va del conocimiento a la

planeación de la acción y a la intervención que el trabajador social orienta, diseña, ejecuta y evalúa, brindando una perspectiva de integridad y globalidad.

El proceso metodológico⁸ se divide en tres etapas:

Etapa 1. Conocimiento, el cual puede obtenerse a través de la investigación descriptiva, la investigación documental, la elaboración del marco teórico, la elaboración del marco operacional y la recolección de información.

Etapa 2. Planeación. Pertenecen a esta etapa el análisis, la elaboración diagnóstica la programación, la elaboración de proyectos y la sistematización.

Etapa 3. Intervención. Se realiza a través de la organización, la realización de proyecto, supervisión y evaluación.

Para efectos de este trabajo es necesario abundar en el trabajo social con grupos.

3.2. Trabajo Social con grupos

El estudio científico de los grupos nace de la psicología social y la sociología. Kurt Lewin fue el primero en estudiar los grupos, en la década de los años treinta. Distinguió tres tipos de funcionamiento de los grupos: autoritario, laissez-faire y democrático.

Después de los años cuarenta y hasta la actualidad, se multiplican las investigaciones sobre los grupos y la dinámica de estos. Parte de estos estudios se centran en la descripción de conductas; otros tratan de explicar la conducta del grupo a partir de las teorías psicológicas, y otros más crean teorías para describir el funcionamiento de los grupos.

En la actualidad el trabajo social con grupos no tiene definición propia en instituciones, su intervención se torna en una plática o en una conferencia, dejando de lado la integración de los miembros del grupos a transitar por un proceso en donde se le de solución a una problemática a través del trabajo grupal.

Para poder adentrarnos más en el tema del trabajo social con grupos es necesario saber qué es un grupo.

Distintos autores especialistas en el tema de grupo, lo definen como una reunión, más o menos permanente, de varias personas que interactúan, con el objeto de lograr ciertas metas comunes, en donde todos los interesados se reconocen como miembros pertenecientes al grupo y rigen su conducta sobre la base de una serie de normas y valores que han creado o modificado.

Morton, define al grupo de la siguiente forma:

“...el concepto de grupo se refiere al número de personas que interactúan entre sí, según patrones establecidos... a veces se anuncia como personas que tienen relaciones sociales establecidas y características. Sin embargo, las dos afirmaciones son equivalentes pues las “relaciones sociales” son, en sí, formas encasilladas de interacción social que duran lo suficiente para volverse partes identificables de una estructura social...”⁹

⁸ Mendoza Rangel, María del Carmen. *Metodología y trabajo social*. UNAM. ENTS. p.231

⁹ Apuntes de la materia de “Teoría de Grupos” de la licenciatura de Trabajo Social

G.C. Homans, nos dice:

“...se entiende por grupo cierta cantidad de personas que se comunican a menudo entre sí durante cierto tiempo y que son lo suficiente para poder comunicarse entre ellas de forma directa...”¹⁰

Los autores mencionados anteriormente y otros, han definido al grupo como una reunión, más o menos permanente, de varias personas que interactúan entre sí, con el objeto de lograr ciertas metas comunes, en donde todos los interesados se reconocen como miembros pertenecientes al grupo y rigen su conducta sobre la base de una serie de normas y valores que han creado o modificado.

Con base en esta revisión teórica se puede resumir que el grupo es aquel conjunto de personas, interdependientes que se unen de manera libre o predispuesta, a la interacción para el logro de un objetivo o fin común. Estos actores se van desarrollando en un ambiente apropiado a sus intereses y a su vez van buscando la permanencia y pertenencia al grupo específico.

La clasificación de los grupos¹¹ es diversa, así como los criterios que se emplean para la realización de la misma. Para clasificar a los grupos se tiene que tomar en cuenta, el tamaño, el grado de interacción física de los integrantes, lugar donde se realizaran las actividades, grado de formalización de las reglas, de acuerdo a los roles y/o funciones de los integrantes, sus objetivos, etcétera.

A continuación se explicaran brevemente en qué consiste cada uno de los diferentes tipos de grupos.

El Grupo Grande se define al comenzar la reunión. En estos contingentes humanos se pueden hallar subgrupos compuestos por familias, grupos de amigos o de vecinos, adolescentes y jóvenes, gente de edad mayor, o mujeres por un lado y hombres por otro.

El Grupo de reflexión se compone de manera más o menos homogénea y el número de sus integrantes es reducido (15 a 20 personas). Se debe establecer las condiciones en las que va a trabajar el grupo: fecha y hora así como el lugar, sin variaciones o con el menor número posible de ellas. Esto origina seguridad y permite establecer una comunicación más profunda y continua, con el menor número de obstáculos externos.

Los Grupos Formales se forman por la similitud de tareas y funciones agrupadas o bien por la convivencia diaria, por lo que se forman espontáneamente. Cuando estos grupos inician su integración, las personas se identifican y crean aquellas características que los van a distinguir como grupo y por lo tanto se distinguirán de los demás. Además existen lineamientos que indican la forma en que las personas deben actuar individualmente y con respecto a los demás, según el rol y las tareas asignadas.

Los Grupos Informales son aquellos grupos espontáneos que se integran dentro de la organización formal. Está constituido por las relaciones afectivas que existen entre los integrantes del grupo.

¹⁰ Apuntes de la materia de “Teoría de Grupos” de la Lic. en Trabajo Social, impartida por la Lic. Marisa Guzmán.

¹¹ Apuntes de la materia de “Teoría de Grupos” de la Lic. en Trabajo Social.

El Grupo Primario esta caracterizado por una asociación y cooperación íntima. Las relaciones son más cara a cara, los roles y estatus configuran una estrecha estructura, las normas son aprendidas, practicadas y reforzadas, los miembros pueden manifestarse sin alejamientos.

Por el contrario los grupos secundarios están caracterizados por una relación funcional en base a un interés específico el que, al perderse o terminarse, lleva a la disolución, su duración es breve. Suelen ser formales y por lo general caracterizan a la sociedad moderna.

Se llama abierto al grupo flexible que permite el ingreso y salida de los miembros.

El Grupo Cerrado es aquel que ofrece resistencia al cambio de participantes, no deseando recibir nuevos miembros para conservar prestigio y por poder o por temor a cambios. En algunos, se establecen normas para la admisión, y en otros el egreso esta funcionando.

El Grupo Homogéneo es aquel en que los miembros tienen características en común, en cuanto a la edad, sexo, nivel socioeconómico, etcétera.

En los Grupos Heterogéneos hay diversas desigualdades entre los miembros que lo conforman. Puede ser en la edad, el sexo, etcétera.

Se le llama grupos organizados a aquellos grupos donde existe una división de trabajo en procura de una meta productiva, en los que se establecen posiciones y roles.

En los Grupos desorganizados los integrantes asumen roles independientemente con el otro, no existiendo división del trabajo. Es permisivo y por lo tanto es escasamente productivo.

Para que un grupo pueda ser considerado como tal es necesario que tenga ciertas características. A continuación se presentan algunas de las características principales de los grupos, propuestas por Susana Palomas y Deolidia Martínez, las características de los grupos son las siguientes:

- 1. Todo grupo constituye una UNIDAD que se manifiesta como TOTALIDAD.*
- 2. El grupo es una entidad DINAMICA, es decir, un proceso en continuo movimiento.*
- 3. Los integrantes desempeñan ROLES (papeles) que pueden ser fijos o cambiantes, pero que dependen de la interacción dinámica del grupo y no de las características aisladas de cada individuo.*
- 4. La dinámica del grupo depende de una ENERGÍA que se desarrolla a partir de cada miembro, se descarga en las relaciones de interacción y en la actividad o tarea como totalidad y se dirige hacia el logro de determinados objetivos.*
- 5. En todo grupo coexisten dos FUERZAS contradictorias permanentemente en juego: una tendiente a la cohesión del grupo y otra a su desintegración.*
- 6. Para que un grupo exista como tal, es necesario que sus miembros perciban y tengan conciencia de la INTERACCIÓN que se da entre ellos y de la presencia de una TAREA COMÚN¹², cuyos objetivos sean compartidos¹³.*

¹² La tarea común es aquello para lo cual se constituyó el grupo y se reunió a todos los participantes alrededor de un mismo trabajo.

¹³ Palomas, C. Susana. Martínez, O. Deolidia. *Del pizarrón al video. Manual de medios de comunicación.* Fundación Mexicana para la Planificación Familiar, A.C. México, 1993. pp13.

Para Cartwright y Zander el grupo debe poseer alguna o algunas de las siguientes características:

- a) *Que sus integrantes interactúen frecuentemente.*
- b) *Se reconozcan unos a otros como pertenecientes al grupo.*
- c) *Que otras personas ajenas al grupo también los reconozcan como miembros de éste.*
- d) *Acepten las mismas normas.*
- e) *Se inclinen por temas de interés común.*
- f) *Constituyan una red de papeles entrelazados.*
- g) *Se identifiquen con un mismo modelo que rija sus conductas y que exprese sus ideales.*
- h) *El grupo les proporcione recompensas de algún tipo.*
- i) *Las metas que buscan alcanzar sean interdependientes.*
- j) *Todos perciban al grupo como una unidad.*
- k) *Actúen en forma similar respecto al ambiente*¹⁴

De acuerdo a Didier Anzieu:

*El grupo debe formarse por pocas personas, para que cada una pueda percibir a todos los demás en forma individual y pueda existir una relación social recíproca. Debe ser permanente y dinámico, de tal manera que su actividad responda a los intereses y valores de cada una de las personas. Con intensidad en las relaciones afectivas, lo cual da lugar a la formación de subgrupos por su afinidad. Que exista solidaridad e interdependencia entre las personas, tanto dentro del grupo como fuera de éste. Los roles de las personas deben estar bien definidos y diferenciados. El grupo debe poseer su propio código y lenguaje, así como sus propias normas y creencias.*¹⁵

Como se puede apreciar, los autores tienen puntos en común y son, principalmente, la interacción y el sentido de pertenencia a un grupo.

La interacción en un grupo es de vital importancia ya que sin ésta, no se llegaría al consenso o a la búsqueda de acuerdos para el beneficio del grupo. El sentido de pertenencia a un grupo, permite que los integrantes del grupo convivan y adopten roles y normas sin tener que adecuar su comportamiento, asegurando así el logro del fin común.

Estas características son diferentes de acuerdo al grupo en cuestión, se pueden modificar con la realidad vivida. Aunque se pueden apreciar puntos de vista en común o ciertas similitudes.

La base de formación de un grupo está dada por las características afines en los integrantes que lo identifican como una organización diferenciada de otras, ya sea por las creencias, valores o intereses específicos.

Estas características permiten comprender al grupo como una unidad integrada por varias dimensiones las cuales están relacionadas y dan como resultado una estructura cuyas acciones permiten su funcionamiento.

Por otra parte es importante mencionar que los grupos se ajustan a una dinámica.

¹⁴ Flores Santacruz, Julieta. y López Rojas, Adriana. *Trabajo Social con Grupos. Manual de Trabajo Social*. UNAM, ENTS. Plaza Y Valdés. 2ª. Edición. México, 2004. Pág. 192.

¹⁵ Flores Santacruz, Julieta y López Rojas Adriana. *Trabajo Social con Grupos. Manual de Trabajo Social*. UNAM, ENTS. Pág. 193.

La dinámica de grupo¹⁶ se refiere a las fuerzas que actúan en cada grupo a lo largo de su existencia y que lo hacen comportarse en la forma como se comporta. Estas fuerzas constituyen el aspecto dinámico del grupo, movimiento-acción, cambio.

La interacción o acción recíproca de estas fuerzas y sus efectos resultantes sobre un grupo dado, constituyen su dinámica. Dinámica de grupo es un campo de estudio, una rama de las ciencias sociales que se dedica a aplicar métodos científicos para determinar por qué los grupos se comportan en la forma en que lo hacen.

La dinámica de grupo, como disciplina, estudia las fuerzas que afectan la conducta del grupo, comenzando por analizar la situación grupal como un todo con forma propia del conocimiento y comprensión de ese todo, de esa estructura, surgirá luego el conocimiento y la comprensión de cada uno de los aspectos particulares de la vida del grupo y sus componentes.

La dinámica de grupo trata de explicar los cambios internos que se producen como resultado de las fuerzas y condiciones que influyen en los grupos como un todo. También se interesa por investigar los procesos mediante los cuales la conducta individual se modifica en virtud de la experiencia del grupo, y trata de poner en claro por qué ocurren ciertas cosas en los grupos, por qué estos se comportan como lo hacen y por qué los miembros del grupo reaccionan como reaccionan.

La dinámica de grupo se ocupa del estudio de la conducta de los grupos como un todo, y de las variaciones de la conducta individual de sus miembros como tales, de las relaciones entre los grupos, de formular leyes o principios o de derivar técnicas que aumenten la eficacia de los grupos. La interacción entre los miembros del grupo es evidente, esta corriente grupal modifica la conducta del individuo.

Las técnicas de grupo, son maneras, procedimientos o medios sistematizados de organizar y desarrollar la actividad de grupo, sobre la base de conocimientos suministrados por la teoría de la Dinámica de Grupo.

Los medios, o los métodos, empleados en situaciones de grupo para lograr la acción del mismo, se denominan técnicas grupales, constituyen procedimientos fundados científicamente y suficientemente probados en la experiencia, otorgan estructura al grupo, le dan una cierta base de organización para que el grupo funcione realmente como tal.

Las técnicas tendrán siempre el valor que sepan transmitirle las personas que las utilizan, deben ser verificadas por el espíritu creador de quien las maneje: su eficacia dependerá; de la habilidad personal de su buen sentido y donde la oportunidad, de su capacidad creadora e imaginativa para adecuar en cada caso las normas a las circunstancias y convivencias del momentos (el aquí y el ahora).

Las técnicas se deben de considerar como instrumentos o medios para el logro de la verdadera finalidad grupal: beneficiar a los miembros y lograr los objetivos del grupo. Para seleccionar la técnica más conveniente en cada caso habrá de tomarse en consideración los siguientes factores:

- los objetivos que se persigan
- la madurez del grupo
- el tamaño del grupo

¹⁶ Apuntes de la materia de “Teoría de Grupos” de la Lic. en Trabajo Social.

- el ambiente físico
- las características del medio externo
- las características de los miembros
- la capacitación del conductor, coordinador.

Con eso se trata de conseguir que los individuos se desarrollen, crezcan, maduren, establezcan nuevas formas de relaciones, estimulen y organicen el aprendizaje y ejerzan la función de guía.

La función del coordinador consiste en reflexionar con el grupo acerca de la relación que los integrantes del mismo establecen entre sí y con la tarea por realizar. En este sentido hay que señalar que el coordinador es un facilitador del aprendizaje y puesto que aprender es la finalidad del grupo y aprender significa cambiar, el coordinador es entonces un estimulador del cambio en el grupo.

La actividad del coordinador consiste esencialmente en crear, mantener y fomentar la comunicación en el grupo. Comunicar, significa poner en común. El proceso de comunicación se completa cuando el hablar y el escuchar llegan a un equilibrio que posibilita el diálogo.

El coordinador es también un informador. Informar es un elemento fundamental en la comunicación. Las personas aprenden cuando reciben, elaboran, incorporan o rechazan información. Además del coordinador, la información proviene de diversas fuentes: material escrito en libros, folletos, revistas, películas y videos.

La incorporación de nueva información tiene dos etapas, *la indagación y la elaboración*. La primera corresponde al estudio de los materiales y su análisis crítico y la segunda, a la discusión grupal y la producción de conocimientos nuevos según la tarea del grupo.

La comunicación puede fluir y circular libremente en el grupo cuando todos los miembros tienen y sienten la posibilidad de expresarse. Comunicarse no siempre significa hablar. Lo que se siente, los afectos, se manifiestan frecuentemente con gestos, miradas o posturas corporales que dan a entender lo que se siente en ese momento, ya sea con el grupo, con el coordinador o con un compañero. Lo que pensamos es lo que solemos expresar en palabras.

Un coordinador, al observar en forma constante a todos los integrantes del grupo, detecta el clima predominante para estar atento a las dificultades de comunicación tanto de la afectivo como de los pensamientos.

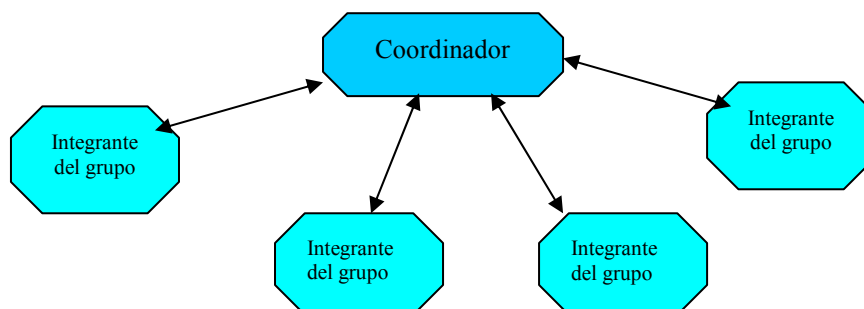
Es muy común que una barrera afectiva, impida expresar libremente lo que se siente; la misma se ha ido consolidando desde las experiencias escolares en donde las normas disciplinarias censuran lo afectivo y las emociones. En algunos grupos el temor a la crítica o el ridículo lleva a veces a reprimir los sentimientos. Esta situación no debe pasar desapercibida para el coordinador.

Un modo muy frecuente de comunicación de los grupos con el coordinador es en forma radial.

Ver Gráfico 5

Gráfico 5

Comunicación Radial

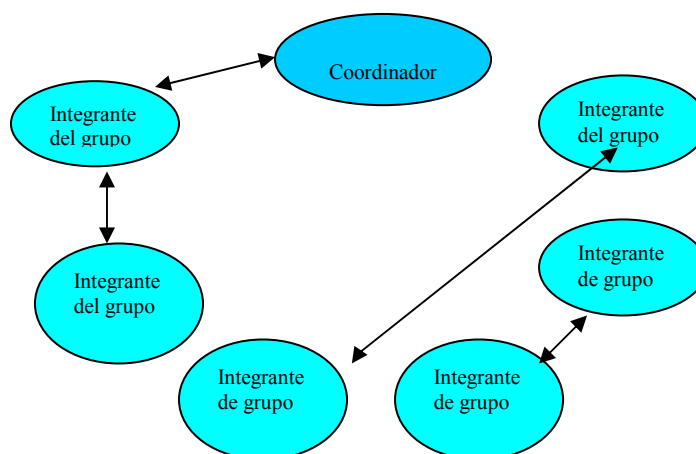


En él todos le hablan al coordinador. Casi no hay diálogo entre los integrantes; cuando hablan entre ellos no se miran, siguen pendientes de la mirada o el gesto de aprobación o rechazo del coordinador. Esta dependencia puede aparecer naturalmente al inicio de una reunión o en las primeras etapas de conocimiento de un grupo, pero es necesario que no continúe. El coordinador, al observar esta dificultad, tiene que estimular al grupo para que adquiera mayor autonomía; además revisar su modo de trabajo pues puede ser él la causa de esa dependencia en la comunicación.

Una comunicación ideal es aquella en la que todos pueden libremente hablar de todo con todos y no apropiándose de la palabra sin dejar hablar a los demás o sin escucharse.

Gráfico 6

Comunicación Ideal



Es importante considerar las condiciones en las que debe trabajar un grupo para tener seguridad y cuidar su producción: el lugar, el tiempo, el número de miembros y la tarea que acuerden realizar juntos.

Un grupo tiene que reunirse en el mismo lugar a la hora convenida y por el tiempo acordado, durante toda la secuencia de reuniones que se hayan programado. Por ejemplo, se recomienda tener en cuenta la convocatoria; si ésta se realizó con carteles con un horario determinado, debe cumplirse, pues así se dará seguridad y confianza a los participantes.

Respecto a la tarea, es necesario que el grupo conozca la meta final por alcanzar, la forma de trabajo; si es un curso, taller o seminario, y los instrumentos con los que el grupo cuenta para trabajar: libros, revistas, proyectos, transparencias, grabadora, etcétera.

En cuanto a las funciones y responsabilidades de los miembros y del coordinador, es necesario establecerlas con claridad al comienzo del ciclo de reuniones y fecha de finalización.

El trabajo social con grupos es una forma de acción social realizada de forma grupal que puede perseguir propósitos muy diversos (educativos, correctivos, preventivos, de promoción, etcétera) cuya finalidad es el crecimiento de los individuos en el grupo, y el desarrollo del grupo hacia tareas específicas y como medio para actuar sobre ámbitos sociales más amplios.

Permite conocer más íntimamente la dinámica interna y el juego de actitudes que posibilitan y obstaculizan los procesos de enseñanza entre los miembros del grupo y las relaciones de éstos con los coordinadores, facilitadores, moderadores, etcétera.

Es importante conocer la metodología del trabajo social con grupos porque su eje central es el manejo de enfrentamientos entre los miembros del grupo y la búsqueda de soluciones a las ansiedades surgidas en situaciones de conflicto, las cuales obstaculizan su proceso e impiden que se generen cambios dentro del mismo.

Uno de los problemas más comunes que existe cuando se trabaja con grupos y que dificulta la integración es la ideología y por medio del grupo se puede hacer que la ideología sea un instrumento para el ser humano y no al revés e implica que los integrantes del grupo vayan ubicando en terreno, sus propias concepciones sin perderse en la búsqueda de enfoques filosóficos que fundamenten las formas individuales de pensar y actuar.

Este tipo de dinámica propicia que los integrantes del grupo no sólo aprendan a pensar, sino que permite aprender a observar y escuchar, a relacionar las propias opiniones con las ajenas, a admitir que otros piensen de distinto modo y a formular hipótesis en una tarea de equipo.

En la dinámica de grupo, el juego de roles es un modelo organizado de conductas relativo a una cierta posición del individuo en una red interacción. Uno de los roles más importantes es la del trabajador social, quien opera cuando se integra una tarea, al mismo tiempo condiciona una interacción de las personalidades de los seres humanos que intervienen en el grupo con el postulado de que el rendimiento no se puede alcanzar operando individualmente.

La práctica profesional con grupos permite aprender a través de la experiencia personal y de la experiencia de las concepciones que se aborden dentro del proceso del grupo. A partir de estas concepciones, se puede pensar en la modificación de actitudes, en la ruptura del miedo al cambio y de la resolución de las ansiedades existentes.

El trabajo social con grupos implica que se conciba cualquier tipo de vínculo de forma social; es decir, no existen relaciones impersonales ya que el vínculo de los dos se establece siempre en función de otros vínculos.

Cabe mencionar que es importante que toda intervención grupal cuente con una supervisión la cual puede ser: individual, del equipo de coordinación y la grupal.

En la supervisión individual se establece una relación directa entre el facilitador o coordinador y el supervisor, su desventaja es que el supervisor no puede cotejar sus impresiones con respecto al análisis que realice de los puntos ciegos del coordinador o facilitador que realiza la función.

La supervisión del equipo de coordinación permite la entrada de los observadores. Su desventaja es que el coordinador cree que debe saber todo pues puede sentirse perseguido ya que debe explicar sus intervenciones y los observadores pueden ampliar la información.

La supervisión grupal es un complemento de la supervisión individual.

Para el trabajo social de grupos se propone usar como herramienta al taller ya que éste permite que, durante su aplicación, los integrantes expongan sus ideas y se analicen las propuestas de todos para la solución a un problema determinado. Al escuchar y emitir razonamientos que promuevan una mejora en el proceso comunicativo.

3.3. El Taller

El taller por lo general se entiende cómo aquella modalidad de trabajo con grupos que dura un tiempo determinado y se planea con un tema o temas específicos, con un propósito de enseñanza mutua y reflexiva. El taller para los Trabajadores Sociales, así como para otras profesiones, es una acción, una estrategia o herramienta de trabajo.

Durante el taller se aprende haciendo y en el hacer se resuelven problemas que redundan en la transformación de la realidad y por ende la realidad humana, de ahí el aprendizaje significativo.

Nelia Tello se refiere al taller de la siguiente manera:

*El taller se conceptualiza como un espacio de creación, un espacio de producción*¹⁷

Ander-Egg por su parte, considera que:

*Los talleres se utilizan como una forma de enseñar y sobre todo, de aprender mediante la realización de “algo” que se lleva a cabo conjuntamente*¹⁸

Kisnerman aporta otro elemento a la construcción del concepto:

*El taller es una entidad productiva de conocimientos a partir de una realidad concreta, para ser transferido a esa realidad a fin de transformarla, donde los participantes trabajan haciendo converger teoría y práctica*¹⁹

En el taller se involucra la tridimensionalidad del ser humano (pensar, sentir y actuar) para aprender. Asimismo permite el desarrollo de habilidades, destrezas, capacidades que se realizan en grupo, teniendo como propósito, transformar la realidad y se realiza en un tiempo determinado.

¹⁷ Tello Peón, Nelia. Manual para taller de prácticas de comunidad. México, 2000.

¹⁸ Ander-Egg, Ezequiel. “El Taller: Una alternativa de renovación pedagógica”. Argentina: Magisterio del Río de la Plata, 1999. p.14.

¹⁹ Kisnerma, Natalio. “Los talleres, ambientes de formación profesional”. p. 13

El taller permite construir los conceptos y/o aprendizajes por medio del “hacer” y no por lo que me dan. Es claro que los aprendizajes son individuales, pero esto no excluye el trabajo en grupo porque, la reflexión se logra al interactuar y en la diversidad de ideas y/o puntos en común. En él, se favorece el intercambio de información, así como experiencias y vivencias personales o teóricas para poder transmitir la información hacia los demás interesados.

A través del diálogo, es como se dan a conocer puntos de vista, positivos o negativos, (entendiendo con esto que cada persona tiene una forma distinta de ver las cosas, los problemas o los temas tratados), lo que pone en funcionamiento el proceso de comunicación, y análisis sobre lo que se está tratando en el taller.

La reflexión es cuando se llega a un punto donde cada participante propone conclusiones ante el tema expuesto y lo analiza a fondo para generar un cambio de percepción o confirmación de su pensamiento.

El taller es una estrategia para la toma de decisiones, es poder compartir, por medio de la participación constante entre los involucrados, algún punto de vista importante y con el fin de plantear a los demás situaciones específicas de un tema dado.

La aportación de los integrantes del grupo es un paso importante a seguir. Es indispensable que lo dicho sea serio y comprometido por parte del facilitador o coordinador y si algún miembro del grupo no asume los planteamientos de lo expuesto sea capaz de cuestionar su permanencia en el grupo para evitar un estancamiento en los integrantes del grupo que asisten al taller.

Los talleres se clasifican de acuerdo al tipo de personas que van a participar en estos; es decir, a su sexo, a su edad, el grado de estudios, situación laboral, etcétera.

Según lo anterior, se puede hablar de tres tipos o clases de talleres que son: cronológico, actividad, cultura y reflexivo. A continuación se desarrolla cada uno de ellos.

Taller Cronológico²⁰. La edad de los participantes es importante, no es lo mismo realizar un taller con un grupo de personas adultas, niños o con jóvenes. Para diseñar un taller en donde la metodología a seguir sea acorde a los integrantes y así lograr que se sientan cómodos en la realización de las actividades.

Taller de Actividad. La actividad está relacionada con la labor o profesión que ejerce en la época en la que se realiza el taller. Este tipo de clasificación surgió a partir de las asesorías que se hacen en el contexto organizacional de una empresa. No es lo mismo un grupo de personas que desempeñan el cargo de secretarías, cuyas habilidades, destrezas e intereses cognoscitivos, son tan diferentes a otro grupo como bien pueden ser los operadores de maquinaria industrial.

Taller de Cultura. Se cuenta con diferentes niveles de lenguajes, conocimientos, creencias, valores, connotaciones de su idiosincrasia y la psicología grupal.

Para Maya Betancour, los talleres se clasifican según el tipo de personas a quien está dirigido, así como los objetivos y los temas.

²⁰ Sosa, G. Mercedes. *El Taller. Estrategia Educativa para el Aprendizaje Significativo*. Círculo de Lectura Alternativa L. Colombia, 2002. p. 34-36

Los conceptuales, de habilidades intelectuales, de creatividad, de cultura y de expresión. Ejemplo: talleres de lectura, de pintura, etcétera.

Los centrados en solución de problemas de los individuos y la comunidad tales como talleres de diagnóstico, carencia, o deficiencia de servicios.

Los de producción, en los que se pueden producir objetos, bienes o mejoras e instalaciones o servicios²¹

Ander-Egg, los clasifica de acuerdo a sus objetivos y son de dos tipos: para formar profesionalmente o simplemente para adquirir destrezas y habilidades.

Además existen otros tipos de talleres como son: los talleres institucionales que son realizados sobre todo, por las entidades educativas. Los talleres empresariales, organizados por los servicios de capacitación y desarrollo de personal de la empresa; los talleres realizados por las Organizaciones No Gubernamentales; así como, los talleres comunitarios, organizados por la misma comunidad para solucionar problemas o necesidades comunes.

El taller tiene principios pedagógicos²² que son:

El aprender haciendo. El taller permite aprender a través de la experiencia de la acción. Su prioridad es la utilización de una metodología de la apropiación del saber; las habilidades se adquieren por la práctica y/o la ejercitación; en el taller predomina el aprehender más que la enseñanza.

Es una metodología participativa: se enseña y se aprende a través de la experiencia realizada conjuntamente, en la que todos están implicados e involucrados como sujetos / agentes. Igualmente es una preparación para el trabajo cooperativo.

Es una pedagogía de la pregunta: El taller se desarrolla en respuesta a unas preguntas explícitas. Siendo así como inicia el conocimiento, a través de plantearse una pregunta de investigación.

Implica y exige un trabajo grupal y el uso de técnicas adecuadas. Permite integrar, en un solo proceso, tres instancias como son la docencia, la investigación y la práctica.

Todo taller debe ser diseñado previamente en consideración a la población, el problema a discutir, los objetivos, la metodología a emplear siguiendo los siguientes pasos:

1. Planeación.

Consiste en un ejercicio de prever el futuro del taller a gran escala, es decir, la proyección a mediano y largo plazo. Se planea sobre los temas, personas participantes, lugar, tiempo, descansos, recursos entre otros.

2. Organización.

Se entiende como la distribución y manejo interno de los componentes del taller como son: las personas y sus funciones, recursos tecnológicos, materiales, el tiempo y el espacio. Se tiene que pensar en términos de todos los elementos que se requieren para la realización del taller.

²¹ Maya Betancourt, Arnobio. *El Taller educativo*. Bogotá: Magisterio, 1996. p. 163

²² Montaine, *Cuestiones pedagógicas*. p. 15.

3. Dirección.

Por la naturaleza del taller la dirección es de tipo circular/radial y se utiliza la figura del moderador, coordinador o facilitador. No se trata de mandar, sino, de coordinar un proceso para que se de el aprendizaje o se solucione el problema. Permite la retroalimentación, promoción de la toma de decisiones y pluralidad de ideas. El facilitador procura el orden, manejando el tiempo, utilizando los materiales de trabajo, no permite que se desvíe el tema y además, es quien planea y organiza el taller, se encarga de cumplir los objetivos trazados y resolver el problema propuesto y ofrece un clima de trabajo apropiado.

4. Coordinación.

En el taller se coordina el personal, se busca que todas las actividades como las técnicas no se repitan, que no se pierda el tiempo y que los materiales utilizados no se desperdicien, también se coordina que los temas se desarrollen en su totalidad y que cada grupo responda por lo acordado.

5. Control y Evaluación.

Consiste en comprobar si todo ocurre conforme al programa adoptado. Tiene por objeto señalar las faltas y los errores a fin de que se pueda reparar.

El control, consiste en vigilar que se desarrolle el taller según los terminos en que fue planeado, así mismo, es una forma de facilitarle la coordinación parcial a los integrantes, según los objetivos trazados, es decir, en cada actividad o dinámica programa, se reflexiona y extraen unas ideas concluyentes para asegurar el aprendizaje final.

La evaluación es un proceso mediante el cual se emite un juicio de valor con respecto al tiempo empleado, las actividades realizadas. Se debe realizar al término del taller ya sea al término de cada sesión o al término de todas las sesiones.

Para este trabajo se propone que el trabajador social sea promotor de la recepción crítica televisiva y se define así porque las labores que debe realizar deben ser contundentes para su logro.

Un trabajador social no solamente debe contribuir, es decir, convenir con otro u otros en la solución de un problema sino en que procurará que se realice lo pactado y que se actué de forma tal que no sea necesaria una segunda intervención del trabajador social.

El taller de comunicación social que se diseñará y aplicará; contendrá actividades que fomenten el desarrollo cognoscitivo de los seres humanos de 13 a 15 años de edad a través del reconocimiento y apreciación del proceso de comunicación promoviendo la recepción crítica televisiva.

Como se carece de datos estadísticos poblacionales por colonia tanto en el INEGI y por parte de la Delegación Iztacalco¹, se considerarán para efectos de la muestra los resultados estadísticos proporcionados por la SEP.

En donde establece que en está 25, 538 personas estudian la educación secundaria, en sus diferentes modalidades como son: diurna, técnica y telesecundaria. Los cuales habitan en las 38 colonias que la conforman. Considerando que por cada colonia habitan 673 estudiantes de secundaria se puede establecer que para efectos de este trabajo sólo se trabajara con el 2% de la población que estudia secundaria en el ciclo escolar antes mencionado.

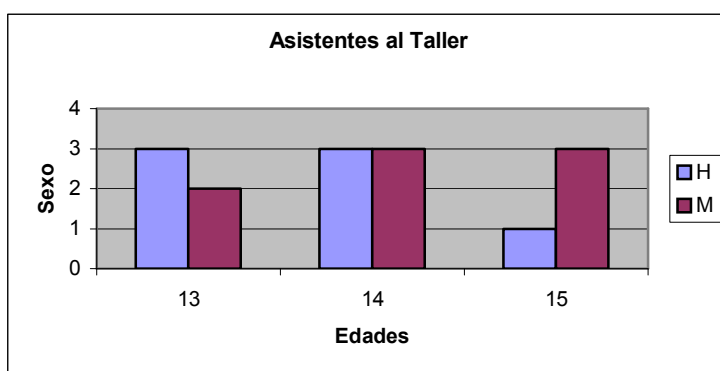
Es importante señalar que (la muestra adoptada) el grupo de investigación se integró con una pre-muestra incidental; es decir, un grupo de piloteo constituido por sujetos que no fueron seleccionados al azar. Si bien es cierto, que esta circunstancia reduce la posibilidad de generalizar los resultados también es cierto que, en el estudio de los grupos humanos, el control riguroso de las condiciones de investigación no corresponde necesariamente a las condiciones en que se desarrolla la cotidianidad.

4.2. RESULTADOS Y ANÁLISIS DEL PRETEST

Asistieron al taller 15 personas con un rango de edades de 13 a 15 años, de los cuales ocho fueron mujeres y siete hombres, todos ellos estudiantes de secundaria. Contestaron el cuestionario correspondiente al pretest en la primera sesión. Cabe mencionar que mientras lo contestaban, algunos de los participantes decidieron tomar una postura en contra de la televisión creyendo que se hablaría mal con respecto a la programas que se transmiten en los canales de televisa y tv azteca.

A continuación se presentan las preguntas que contestaron los entrevistados su respuesta durante el pretest y un gráfico de barras.

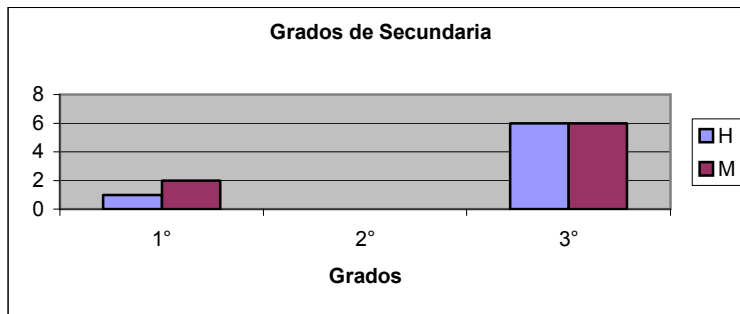
Gráfica 7



¹ Se carece de datos estadísticos porque, como se puede apreciar, la colonia San Pedro es una de las más pequeñas que conforman la Delegación Iztacalco.

Grafica 8

Nivel de Estudios de los entrevistados



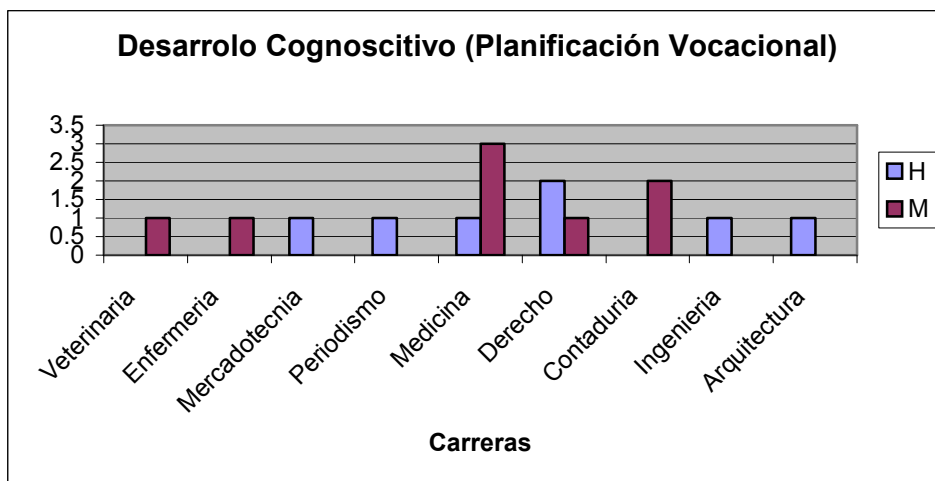
El cuestionario del pretest se divide en dos secciones: A y B. En la primera se realizan preguntas referentes al desarrollo del ser humano, sobretodo en los aspectos cognoscitivos, socioafectivos y psicomotriz.

1. ¿Qué carrera te gustaría estudiar? Y ¿por qué?

Es una pregunta de respuesta abierta y esta elaborada de forma tal que el entrevistado pueda manifestar si ha planeado o no su vida vocacional futura, la cual esta relacionada con el desarrollo cognoscitivo acorde a la etapa que se encuentra viviendo tal y como se explico en el primer capitulo de este trabajo.

Como se puede observar en la gráfica de desarrollo cognoscitivo, la gran mayoría de los integrantes del grupo tienen una idea acerca de la carrera que les gustaría estudiar. Sin embargo, no tienen claro la razón por la cual la pretenden estudiar.

Gráfica 9



Solamente el 13.3% de los integrantes manifestó tener razón por la cuál habían elegido esa profesión, las dos son mujeres. Una de ellas quiere estudiar enfermería, debido a que cuando ella era niña su padre falleció al no proporcionarle los primeros auxilios y en el segundo caso porque afirma que las personas son poco condescendientes con los animales y por esa razón quiere estudiar veterinaria.

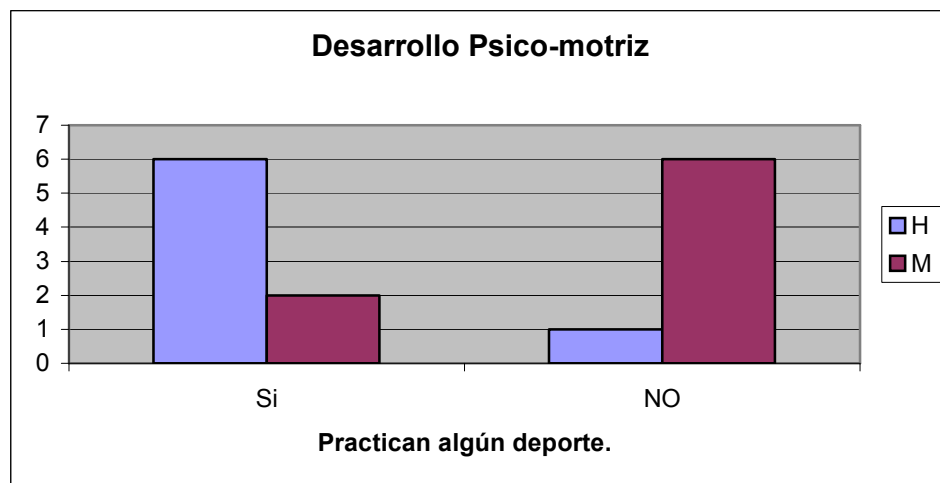
En el caso de los hombres han elegido sus carreras porque tienen cierto reconocimiento ante la sociedad y sobretodo porque son bien renumeradas.

2. ¿Practicar algún deporte?

En esta otra se dan dos opciones de respuesta (Si o No) y posteriormente se pregunta en caso de haber contestado afirmativamente ¿Cuál deporte practicas? Y si la respuesta es negativa se pregunta ¿por qué?

Esta pregunta es correspondiente al desarrollo psicomotriz, se comprueba con la siguiente gráfica lo establecido en el capítulo 1 en donde especifica que los hombres son los que por lo general practican un deporte a diferencia de las mujeres, las cuales afirman que no lo practican por falta de tiempo.

Gráfica 10



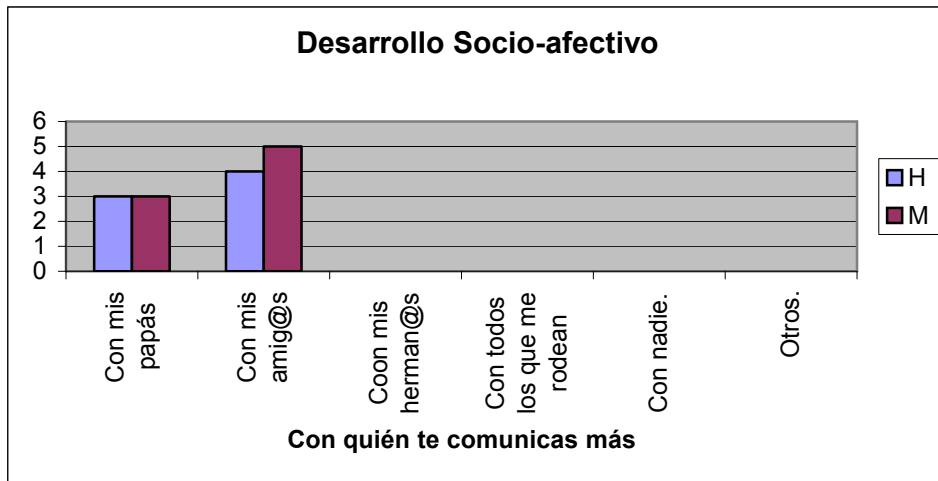
Entre los deportes que practican las dos mujeres que contestaron son: correr y en el caso de los hombres el deporte que más practican es el fútbol.

3. ¿Con quién te comunicas más?

Esta pregunta es de respuestas cerradas ya que presenta las siguientes opciones: con mis papás, con mis amig@s, con mis herman@s, con todos los que me rodean, con nadie, otros; en esta última opción se pregunta ¿con quién? Par abundar más en las relaciones socio-afectivas que establece.

Las relaciones socio-afectivas demuestran que solamente seis participantes se comunican más con sus padres, el resto prefieren comunicarse con sus amigos.

Gráfico 11



Aunque como se muestra en la siguiente gráfica el 40% de los entrevistados contestó que se relacionan con sus papás aunque durante los 3 días en los que se realizó el taller se comprobó que esto no es así ya que en los breves periodos de descanso comentaban entre ellos que eso es lo que les gustaría que pasaría o que les gustaría que sus padres estuvieran siempre disponibles para hacerles cualquier tipo de consulta.

La sección B esta conformada por 19 preguntas relacionadas con la televisión, dos con la comunicación y una con la recepción crítica y de igual forma también están numeradas.

1. ¿Ves televisión?

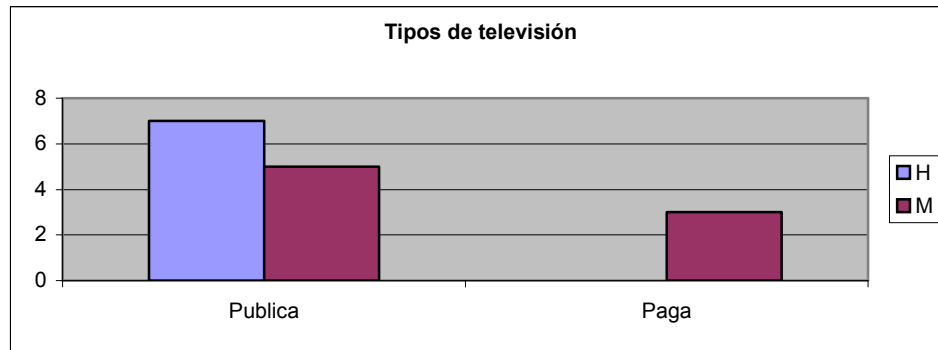
La primera pregunta se refiere a si los participantes del taller ven televisión, el 100% afirma que sí. Este dato difiere del establecido en el capítulo uno, donde establece que entre el rango de edades que tienen los participantes pierden el interés en la televisión y comprueba la información obtenida en otras investigaciones en las que se demuestra que en este rango de edades se dedican aproximadamente 5 horas diarias a ver televisión.

2. ¿Qué tipo de televisión ves?

La segunda pregunta es de tipo cerrada. El 80% de los entrevistados tienen acceso a la televisión abierta, además de que al parecer conocen las diferencias entre una y otra porque ninguno preguntó en que consistían.

Ver Gráfica 12

Gráfica 12



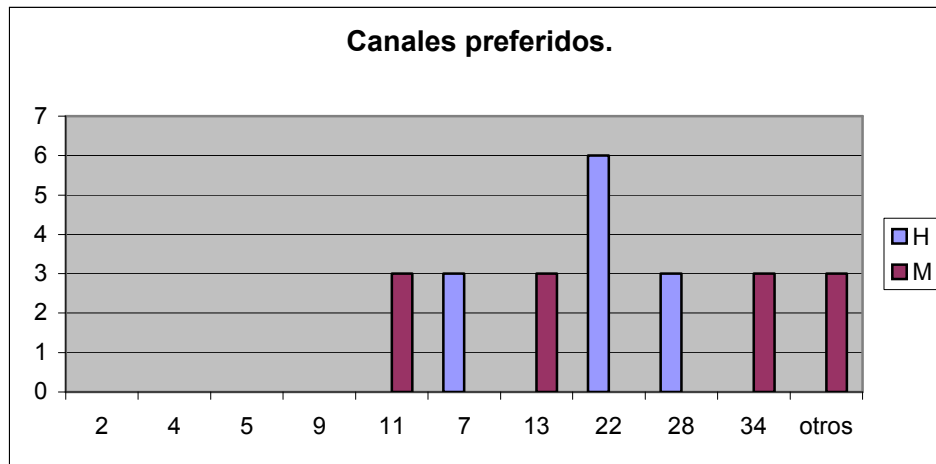
3. ¿Cuánto tiempo ves televisión?

Esta pregunta es de respuestas cerradas con las siguientes opciones: No veo televisión, menos de 1 hora, 1 o 2 horas, 3 o 4 horas, 5 horas o más. La pregunta tres pretende saber cuánto tiempo le dedican a la televisión el 70% de los integrantes contesto que de una a dos horas ven televisión mientras que el 30% afirmó que aproximadamente 3 ó 4 horas.

4. ¿Qué canal prefieres ver?

En la siguiente gráfica se muestran los canales con mayor preferencia.

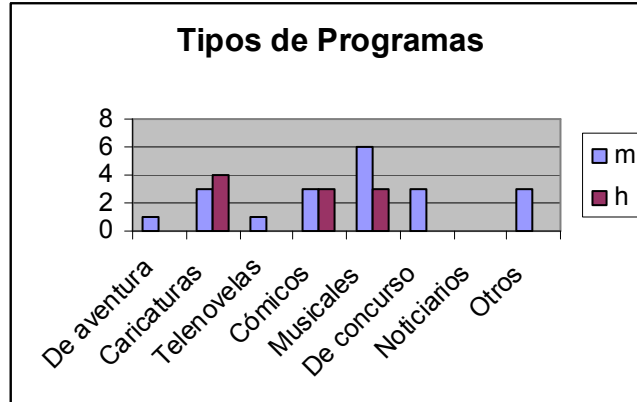
Gráfico 13



5. ¿Qué tipo de programas prefieres ver?

Esta pregunta es de opción múltiple, es decir que el entrevistado puede escoger más de una opción para dar su respuesta en caso de ser necesario.

Gráfico 14



Como se puede observar en el gráfico las respuestas que dieron tienen estrecha relación con la información proporcionada en el capítulo 2 de esta investigación en el tema 2.3.3. Géneros Televisivos en donde se mencionan los programas que son más vistos en estas edades, aunque destaca el hecho de que ninguno de los entrevistados haya elegido a los noticiarios como uno de sus programas preferidos.

6. ¿Cuál es tu programa favorito?

Esta pregunta es de respuesta abierta ya que considera la posibilidad de que sean varios los programas favoritos y pide los nombres de estos y son: *Abrelatas, A ciencia cierta, Los Simpson, Los Super Campeones, Los Picapiedra, Perdidos, No te lo pongas, E.R. emergencias, Looney Tunes, Pájaro Loco, Ripley, Los animales más graciosos del planeta, La Ruta del Sabor, 47 segundos, Amor en custodia, Auto TV, El diván de Valentina, El Nuevo Restaurante de Pierre Quintonil, Disney Club, La vida es una canción, el rival más débil, Zoobomafoo, La Magia de la Naturaleza, Archivo Abierto, Rally Malayerba, Dinosaurios, Le temas a la oscuridad, Infancia Salvaje*, entre otros.

Lo sobresaliente de esta pregunta es el hecho de que afirman no ver telenovelas, ni series de televisión pero en sus preferencias televisivas destacan estos programas. Además de que alguno de los programas que ven son transmitidos en canales que según las respuestas dadas en la pregunta 4 de la sección B no suelen ver.

Cabe destacar que dentro de estas preferencias resalta el programa 47 segundos el cuál invita al televidente a hacer uso de su agilidad mental para formar palabras con letras dadas al azar y realizar operaciones que den un número exacto proporcionado por la locutora, siendo este programa interactivo.

7. Mientras estás viendo tu programa favorito, ¿qué es lo que generalmente haces?

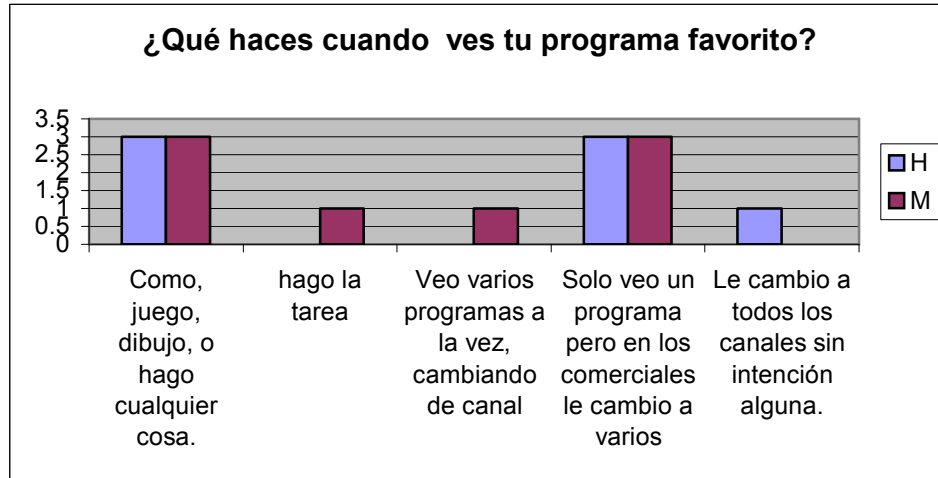
Esta pregunta también es de opción múltiple y sus posibles respuestas son:

- como, juego, dibujo o hago cualquier cosa.
- hago la tarea.
- Veo varios programas a la vez, cambiando de canal
- Sólo veo un programa pero en los comerciales le cambio a varios canales

- Le cambio a todos lo canales que pueda sin intención alguna

Gráfico 15

Televidencia



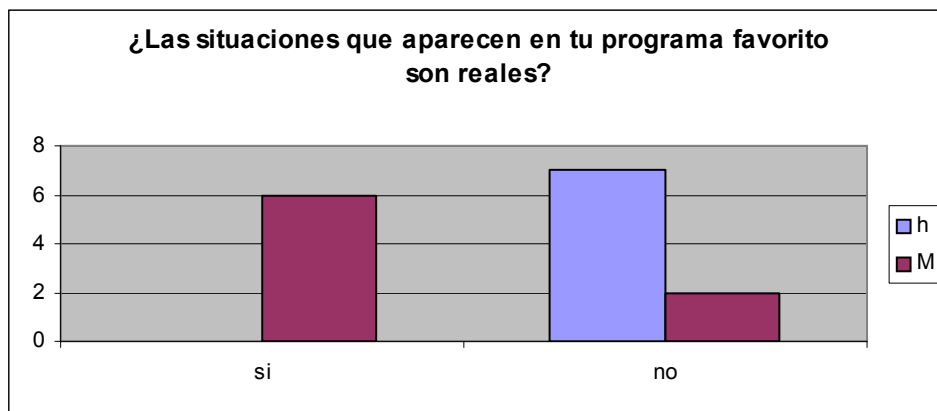
Seis participantes del taller comen, juegan, dibujan o hacen cualquier cosa mientras “ven” su programa favorito, otros seis prefieren no ver televisión y le cambian a otros canales, esto indica que los entrevistados no están totalmente concentrados en ver televisión.

8. Consideras que las situaciones que aparecen en tu programa favorito son reales?

Esta pregunta es de respuesta cerrada sus opciones son Si o NO, para ambas preguntas se realiza la siguiente formulación por qué con la finalidad de abundar y brindar la oportunidad de que fundamenten su respuesta.

El 60% de los entrevistados afirman que las situaciones que aparecen en su programa favorito no son reales y eso se debe a que los programas preferidos son las caricaturas. Meter la pregunta en el parrafo. El 40% en su mayoría mujeres a firma que si son reales las situaciones que aparecen en su programa favorito porque prefieren ver programas documentales y/o entrevistas.

Gráfico 16



9. ¿Por qué razón te gusta ese programa?

Los quince participantes del taller, es decir el 100%, contestaron que su programa favorito simplemente les gusta, sin que exista alguna razón específica que aclare los motivos de su preferencia.

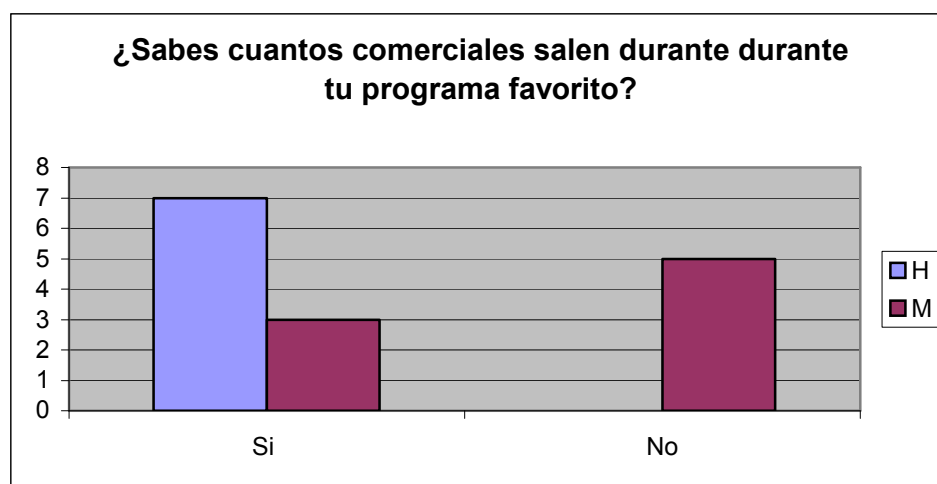
Esta pregunta es de respuesta cerrada siendo sus opciones las siguientes: porque lo ven mis amigos, porque es el programa de moda, porque me gusta, porque toda mi familia lo ve, otra razón.

10. ¿Sabes cuántos comerciales salen durante tu programa favorito?

Las respuestas de esta pregunta son cerradas y su posibles contestaciones son Si o No.

El 67% de los entrevistados creen saber cuántos comerciales se transmiten durante la transmisión de su programa favorito.

Gráfica 17.



Las mujeres que tienen acceso a la televisión de paga no saben si se transmiten o no anuncios comerciales durante la transmisión de su programa favorito, ya que no consideran como anuncios comerciales a los mensajes que indican el horario y los días de los programas que se transmiten en un canal en específico.

11. ¿Cuáles comerciales recuerdas?

Las 3 mujeres (20%) que cuentan con televisión de paga reconocen que hay pausas, más no recuerdan algún anuncio comercial. En cambio los que tienen acceso a la televisión pública si identifican algunos de los anuncios comerciales como los de coca-cola, palacio de hierro, juguetes, anuncios del canal.

12. De los comerciales que recuerdas ¿en cuál de ellos consideras que las cosas que dicen son verdad?

El 100% de los entrevistados consideran que lo dicen los comerciales que recuerdan no son verdad y consideran que en todos los anuncios comerciales se exageran las bondades de los productos.

13. ¿Cuáles comerciales consideras que las cosas que dicen son mentiras?

Como esta pregunta fue de respuesta abierta sus opciones son: los que promocionan artículos de belleza, aparatos de ejercicio, cirugías, productos de limpieza, los juguetes, los de comida, etcétera. Aunque tres hombres consideran que la gran mayoría de los comerciales promociona mentiras.

14. ¿Pides que te compren los productos que ven en los comerciales?

El 100% afirma que no solicitan la compra de los productos que ven en televisión y las razones que dan sustento a esta respuesta son: no soy consumista, hay muchos que no me interesan, porque hacen una publicidad que no necesariamente es cierta y porque primero hay que ver el producto para comprobar si sirve, no solo porque aparezca en la televisión.

15. Después de que ves televisión, ¿comentas con alguien lo que viste?

El 100% contesto que si comentan con alguien lo que ven en televisión y sus razones son: con mis amigos siempre y cuando sea gracioso, con familiares pero solo a veces y/o con quién esté cerca.

16. Sabes ¿Qué es la recepción crítica?

El 80% cree saber lo que es la recepción crítica el 20% restante lo desconoce.

17. ¿Crees que la recepción crítica televisiva pueda cambiar tu forma de ver televisión? ¿por qué?

La mitad de los participantes consideran que la recepción crítica no cambia la forma de ver televisión y la otra mitad considera que sí, porque ahora se vería la televisión con un fin y ya no por el simple hecho de hacerlo. Solamente hubo una persona que no estuvo ni a favor ni en contra de la recepción crítica televisiva porque no sabe lo qué es.

18. ¿Qué tan importante es la percepción para la comunicación?

El 80% desconoce si es importante o no la percepción para la comunicación. Sólo el 20% sabe que por lo menos la visión y el oído son empleados en la comunicación.

19. ¿Podrías explicar cuál es el proceso de comunicación?

Aproximadamente el 73% de los integrantes explica solamente cuáles son las partes involucradas en el proceso de comunicación y 27% describe como es que ocurre el proceso de comunicación pero no da más explicaciones con respecto al mensaje.

20. ¿Qué es un medio de comunicación?

El 100% afirman que es algo que permite estar comunicado y no explican los beneficios que tiene el contar con ellos.

21. ¿Cuántos tipos de televisión hay en México?

El 7% de los integrantes del grupo dice saber que son dos los tipos de televisión que hay en México: es la pública y la privada, se desconocen los otros tipos de televisión.

22. Explica lo que entiendes por recepción crítica.

Aproximadamente un 13.3% explica que la recepción crítica televisiva es saber cuál es el efecto que causa en cada individuo el mensaje que recibe y que tiene repercusiones a corto o largo plazo, un 43.35% dice que es como criticar lo que se ve en la televisión y el resto 43.35% dice que es analizar lo que estás viendo.

4.3 Taller de Comunicación Social: “¿Cómo tomar el control de la Televisión? Introducción a la recepción crítica.

PRESENTACIÓN.

La comunicación permite al ser humano expresarse y para eso se desarrollaron los medios de comunicación para estar en contacto con aquellas personas que se encuentren en los puntos más remotos del mundo.

La televisión transmite muchos mensajes, la gran mayoría de ellos son mensajes visuales que dicen más de lo que escuchamos y pocas veces nos percatamos de esta situación.

Así como existe la lectura de comprensión debe existir la comprensión de los mensajes televisivos. Por esta razón se ha desarrollado un taller cuyas actividades son el compendio de otros intentos por promover la Recepción Crítica y su aplicación en la vida diaria*.

OBJETIVOS.

- ◆ Promover la recepción crítica en los seres humanos de 13 a 15 años de edad que cursen la educación media básica, a través de un taller de comunicación social.
- ◆ Conocer y apropiarse del proceso de comunicación.
- ◆ Participar en una dinámica de creatividad y comunicación a través de la construcción y deconstrucción de los mensajes televisivos, lo que favorece la práctica de la expresión escrita, oral, mímica, gráfica, etcétera, y que contribuye al proceso de socialización en el equipo, grupo, escuela y familia.
- ◆ Analizar y reflexionar lo que se ve y se escucha por medio de la televisión.
- ◆ Juzgar lo que se ve en televisión.
- ◆ Distinguir entre la ficción y la realidad que se transmite por televisión.
- ◆ Entender la relación de los iconos visuales con la palabra escrita.
- ◆ Reconocer el papel que se tiene como receptor y productor de mensajes.

METODOLOGÍA.

El taller de recepción crítica estará conformado por tres sesiones, cada una de las cuales tendrá una duración de una hora con treinta minutos y tendrán la siguiente estructura:

* Este taller está basado en los siguientes libros: Alexandrov Bladimir Peña Ramos y Frank Viveros Ballesteros. *TV Y ESCUELA ¿AMIGOS O ENEMIGOS?* Ed. SEP. Col. Educación para los Medios. Desarrollo de la visión crítica. México, 1997. y en <http://www.puc.cl/curso/dist/infograf/recepcion/RMV7/> de donde se sustrajeron las ideas más importantes sin desarrollar tal y como vienen en estos documentos las actividades adecuándolas al tiempo presente.

Guiones de estructura del Taller.

Sesión: Primera.

Tema: La Recepción Crítica Televisiva.

Sede del Taller: Manuel J. Othon 85.

Responsable: Ariadna Peñaloza González

Participantes: Seres Humanos de 13 a 15 años de edad que cursen la educación media básica. (15)

Duración de la sesión: Una hora con treinta minutos.

Desarrollo y/o actividades.

■ Técnica de presentación o integración. (5 minutos) Los integrantes dirán su nombre y apellido, edad, hobbies y signo zodiacal.

■ Comunicación. (20 minutos)

Introducción al Proceso de Comunicación

Partes involucradas en el proceso de comunicación

Emisor - Mensaje – Receptor. (Hacer que los participantes expliquen cada una de ellas)

El Código es un conjunto de signos el cual debe ser conocido por el receptor. Existen 2 tipos de código: código lingüístico y código no lingüístico.

El código lingüístico es aquel que necesita del lenguaje, ya sea oral o escrito. Un ejemplo claro es el idioma.

El código no lingüístico es aquel que no requiere de un idioma para poder transmitir un mensaje. El emisor y el receptor deben saber el significado, pero no tiene que saber leer ni escribir.

Este tipo de código se divide a su vez en:

- Código no lingüístico visual, ejemplos: dibujos, señales de tránsito.
- Código no lingüístico gestual, un ejemplo es el lenguaje de los sordomudos.

Código no lingüístico auditivo o acústico. Campanas de una iglesia, sirenas de ambulancia, etcétera.

Actividad 1. Teléfono descompuesto.

El facilitador llevará un mensaje escrito y pedirá a 8 voluntarios, a los cuales enumerará, siete de ellos saldrán del área donde se este trabajando. El resto fungirá como observador.

El responsable leerá solamente una vez el mensaje al voluntario número uno, una vez hecho esto, pide al número 2 que regresa al salón. **“El otro día me encontré a Josefina. Por cierto, me dicen que parece que María y José no la están pasando muy bien. Pedro se va a casar con su novia Norma, esto me lo contó Miguel”.**

El número uno repetirá en voz baja al número 2 el mensaje que se le leyó sin ayuda de los observadores.

Se repetirá la secuencia anterior, continuando así hasta llegar al último voluntario.

El octavo voluntario escribirá en el pizarrón el mensaje recibido.

El facilitador escribirá al lado el mensaje original.

En base a este ejercicio se creará una discusión grupal para analizar las razones por las cuales el mensaje original fue distorsionado.

Notarán que el mensaje original estaba mal redactado y que esto influyó de manera determinante en la comunicación. Se reflexionará sobre la importancia de estructurar los mensajes en forma correcta, así como de poner plena atención al recibir información. (25 minutos)

■ El Lenguaje Visual. (35 minutos)

Introducción al tema.

Encontramos imágenes en cualquier lugar: en la parada del camión, en los espectaculares, fotos, avisos en diarios y revistas y en la pantalla del televisor. Se tiene la idea de que cualquier persona, sin preparación específica, está en condiciones de interpretar un mensaje visual.

Actividad 2. La imagen y mis sentidos.

1. El facilitador deberá mostrar una imagen al grupo.



2. Les pedirá que anoten cual parece ser el mensaje de la fotografía.
3. Cada asistente dirá su interpretación a todo el grupo.
4. Ante la diversidad de interpretaciones el facilitador lanzará la pregunta ¿Por qué hubo muchas interpretaciones?

Explicación.

Cuando una imagen no esta acompañada de un texto da lugar a que cada persona encuentre en esa imagen diversos símbolos y significados.

Identificar las actividades mentales involucradas en la actividad anterior y son:

Ver. Se vio la foto y se reconocieron (identificó) lo que aparece en ella.

Sentir. Sugirió algunos sentimientos, que guiaron el intento de interpretación.

Oír. No hay un verdadero y pleno mensaje si no se hace presente en un texto, una indicación acerca del modo de interpretar la ilustración. Cuando leemos un texto, lo “oímos” en nuestra imaginación.

¿Qué se debe hacer cuando alguien se encuentra con un mensaje visual? Primero hay que considerar los diferentes modos de percepción posible y la carga emocional del mismo mensaje.

Lo que generalmente observamos corresponde al uso de técnicas fotográficas que recurren a una máquina mediante la cual se “re-produce” la realidad visual en forma bidimensional, en un solo plano. El que reconozcamos con facilidad la imagen sustituta

que resulta de este proceso se fundamenta con el principio llamado isomorfismo es decir en la “identidad (iso) de forma (morfe)” que el ojo percibe entre la realidad primaria y su interpretación.

No ha de concluirse que la percepción del isomorfismo es universal y que cualquier persona “comprende” necesariamente una fotografía.

También es conocida la forma particular utilizada por los egipcios en sus grabados ceremoniales (tronco frontal con cabeza y piernas de perfil). Nada permite decir que las reglas que aplica nuestra cultura sean más “objetivas” o más cercanas a la realidad. Esta perspectiva plana es también bastante alejada de la percepción real, que tiene una base curvilínea debido a que el ojo es una esfera.

La percepción, tiene mucho que ver con la interpretación y con los recursos técnicos más comunes de la cultura. Los colores inspiran sentimientos particulares. Así es como hay imágenes que nos atraen, nos gustan, y otras que nos inquietan, nos molestan.

CARGA EMOCIONAL

Generalmente la “carga emocional” es mayor que la que corresponde a un texto o discurso verbal, justamente por el lenguaje visual que es menos analítico. Esta carga influye en nuestra percepción e interpretación. Quienes saben de ella – como los publicistas – hacen todo lo posible para aprovecharla en beneficio propio.

Los componentes que pueden influenciarnos de este modo son esencialmente la estética (muy difícil de definir y muy subjetiva) y más objetivamente la composición y los colores.

Composición. (Líneas)

Las horizontales sugieren paz y tranquilidad.

Las verticales separan o indican, elevan o hunden

Las oblicuas Perturban, mueven, empujan o sostienen, sugiriendo entusiasmo, anhelo, agresión, o desesperación.

Las curvas sugieren alegría, suavidad, acogida, alianza.

Colores.

El blanco y negro, representan la lucha entre la vida y la muerte, el bien y el mal.

El amarillo, asociado al oro, es signo de intuición espiritual, asociado al azufre significa ira divina, infierno; amarillo-ácido es el color de la envidia, la avaricia y la hipocresía o traición; encandila o perturba;

El rojo es símbolo de alegría, vida, amor, de ira, egoísmo, odio, violencia y guerra; es provocativo;

El azul evoca lo sobrenatural, la eternidad y la inmortalidad, como también la verdad, es tranquilizador;

El verde indica vida, esperanza, fecundidad, energía; vigoriza.

El morado o violeta, es meditación, humildad, expiación, melancolía así como gozo místico.

Dado lo anterior es necesario despejar primero los factores emocionales, para tomar distancia, estar menos involucrado y así poder realizar un análisis más frío. Para ello, el primer paso consiste en tomar conciencia de las emociones propias y buscar el origen de las mismas.

Volver a considerar la ilustración 1 y seguir las siguientes instrucciones:

1. Borrar de la mente los objetos representados y considerar solamente las manchas de colores, los contrastes, las grandes líneas y tratar de definir el ambiente sugerido.
2. Con los ojos cerrados analizar lo que se siente internamente. No importa si en un principio sólo definen sentimientos de gusto o disgusto, pero tratar luego de precisarlos más.
3. Repetir varias veces el ejercicio sin ayuda, y anotar las emociones positivas o negativas que provoque, así como la composición de las líneas dominantes y el color.
4. Cuestionarse finalmente si está conclusión coincide con la primer impresión que se tuvo al ver la fotografía. En caso de que no coincida se tiene que anotar.

Síntesis.

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Todo mensaje involucra emociones, y más los mensajes visuales.2. Los componentes que pueden influenciarnos son la composición y los colores, además de la estética, por lo tanto hay que prestar especial atención a las líneas y los colores dominantes.3. Aclarar las emociones, es el paso inicial indispensable para asumir una actitud reflexiva y proseguir con un proceso analítico y crítico. |
|--|

■ Televisión. (25 minutos)

Narración de la Historia de la TV.
Explicación de los Tipos de Televisión.
Tipos de Programas.

Se agradece la asistencia al taller y su participación y se les pide a los participantes que elijan un programa de televisión para que tomen el tiempo del periodo de duración de los mensajes comerciales y cuántos son transmitidos en ese periodo. Así como buscar en revistas ejemplos sobre lo visto durante la sesión.

Sesión: Segunda.

Responsable: Ariadna Peñaloza González

Participantes: Seres Humanos de 13 a 15 años de edad que cursen la educación media básica. (15)

Duración de la sesión: Una hora con treinta minutos.

Desarrollo y/o actividades.

■ Ejercicio inicial: La recepción crítica del mensaje visual (45 minutos)

Mirar atentamente la imagen y anotar en una hoja una descripción de lo que representa, siguiendo los siguientes pasos:

1. Nombre cada uno de los componentes visibles (vehículos, árboles, etcétera).
2. Pregúntese luego si esta lista es suficiente para explicar el significado. Anotar en caso de agregar algo.

Introducción.

Si nos preguntan por el significado de una fotografía, lo primero que haremos –

habitual y casi automáticamente – es transformar en palabras todo lo que vemos. Pero al hacerlo, elegimos ciertos componentes y despreciamos otros en forma inconsciente. Por otra parte, ya hemos señalado que no existe una equivalencia perfecta entre el lenguaje verbal y el de la imagen.

La imagen más sencilla, que percibimos en un par de instantes, necesita una extensa descripción verbal para lograr una mínima precisión. En particular, existen relaciones entre los componentes visibles que son generalmente de gran importancia para la definición del sentido. “Desestructurar”, en consecuencia, es un paso del análisis crítico que consiste en reconocer los componentes de la imagen así como sus relaciones, a fin de descubrir su estructura y – en particular – la jerarquía de los componentes. Sólo así puede accederse analíticamente al significado básico del mensaje visual.

Método de Análisis.

1. Identificar y Reconocer.

Anotar la lista de objetos reconocidos, identificados por su nombre común. Si se trata de personas, se anota sexo y edad aproximada, más su actividad, actitud o expresión visible.

Para cada uno de estos objetos, indicar si lo conocen por experiencia directa (realidad primaria) o indirecta (a través de otra imagen).

Comparar sus interpretaciones con los demás miembros del grupo.

2. Jerarquizar.

Saber si hay uno o varios elementos principales, si ocupan mucho o poco espacio en la imagen, entre pocos o muchos elementos anexos, es importante para acceder a una correcta comprensión del sentido. Para lo cual se aplicarán los siguientes pasos:

Retomar la lista de objetos reconocidos y anotar si es principal o secundario.

Para cada elemento “secundario” indicar si es indispensable o no como parte del significado total de la imagen.

Redactar una breve síntesis descriptiva de lo apreciado en la imagen. Empezando por señalar el objeto principal.

Síntesis.

Describir es recordar. Reconocer es comparar con el conocimiento acumulado en la memoria. Estaremos siempre mejor preparados cuando nuestro conocimiento proviene de la experiencia directa que cuando proviene de un medio de comunicación.

Analizar es diferenciar la importancia relativa de los diversos componentes icónicos. En particular, es importante descubrir si la representación del contexto (ambiente) influye o no en el sentido global, y si existen elementos que no influyen para nada.

Sabemos ahora “lo que se exhibe” pero esto no cubre necesariamente el verdadero y total sentido del mensaje. Se ha de tomar en cuenta, aún, otros factores –no formalmente explícitos- que inciden en forma menos precisa en la determinación del sentido general del ícono.

■ La sugestión publicitaria. (45 minutos)

Introducción

La publicidad nos sorprende debido a los recursos técnicos utilizados, los que tienen por finalidad captar y retener la atención. Así la marca del producto o el nombre del promotor se grabará mejor en nuestra memoria.

El análisis crítico no borrará la huella de lo que se haya producido de este modo. Pero

lo que puede lograr es agregarle un juicio que podría ser un potente disuasivo, si se llega a la conclusión de que el emisor trató de engañarnos o utilizó “trucos” no relacionados con las bondades del producto. Descubrir esos trucos una forma de liberarse de la presión que trata de ejercer el publicista.

1. Anotar que producto o servicio está promoviendo el aviso que se analiza.
2. Anotar cuál es el comportamiento que el avisador está esperando como respuesta. Los comportamientos típicos involucrados en la publicidad son, por orden de frecuencia: compra, utilización (de un servicio), afiliación, participación, contribución, y comunicación.
3. Necesidad ¿por qué necesito el producto? (por cobertura, zapatos finos, capacidad, etcétera)
- 4.Cuál es el objeto principal.
5. Beneficios del producto.

La publicidad utiliza recursos técnicos que tienen por finalidad captar y retener nuestra atención, a fin de que al menos memoricemos la marca del producto.

Es frecuente que use también alguna técnica tendiente a sugerirnos algún placer o satisfacción, ligada en forma directa o artificial al producto promovido. Resulta muy “útil” para ello la yuxtaposición de diversos elementos sugestivos en el cuadro visual elaborado. Estudiar éstos y juzgar su papel constituye por lo tanto una importante pista de “decodificación crítica”.

Se formarán dos equipos, se sortearán entre los equipos diferentes productos y servicios de manera que a dos les toque el mismo producto para que realicen dos versiones distintas (uno cuyo objetivo sea vender y otro el de informar acerca del producto).

Al interior de los equipos se delinearán la estrategia seguir, de acuerdo a la versión que les haya tocado; buscarán el concepto gráfico y las líneas discursivas.

Cada equipo expondrá el trabajo realizado. En la exposición deberán explicar la forma en que se construyó el concepto, narrando un poco el proceso de discusión, las ideas a favor y en contra y la forme en que se llegó al consenso.

Al término de la exposición de las dos versiones se reflexionará acerca de las diferencias y similitudes encontradas en ambos trabajos.

Sesión: Tercera.

Responsable: Ariadna Peñaloza González

Participantes: Seres Humanos de 13 a 15 años de edad que cursen la educación media básica. (15)

Duración de la sesión: Una hora con treinta minutos.

Desarrollo y/o actividades.

■ Actividad 1. El carácter de la recepción crítica. (una hora)

La recepción crítica es cuestionar los mensajes percibidos y transformarlos en nuevos mensajes que sirvan de motivación para que otros sigan el ejemplo.

El desarrollo de esta habilidad requiere de práctica.

Como último ejercicio se verá el programa de televisión “Los Simpsons” y al término del programa se deberán contestar las siguientes preguntas:

- ¿Quién es el creador del programa?
 - ¿Es conocido o no?
 - ¿Cuál fue el mensaje principal del programa?
 - ¿Hubo otros mensajes? ¿Cuáles?
 - ¿Quiénes fueron los personajes principales y secundarios en este programa?
 - ¿De qué sexo eran?
 - ¿Dónde se desarrolló la trama?
 - ¿Desarrollaron roles de acuerdo a su sexo?
 - ¿Hubo mensajes visuales? ¿Cuáles?
 - ¿Qué tipo de programa era?
- Resumen.

Elegir dos anuncios comerciales que se hayan transmitido durante el programa y contestar las siguientes preguntas:

- Nombre del producto o servicio.
 - Comportamiento esperado.
 - Roles de los personajes.
 - Necesidades creadas.
 - Beneficios del producto o servicio.
 - Descripción de objetos.
 - Colores empleados, sensaciones que provocan.
- Se comparan las interpretaciones y se comentarán ante al grupo.

■ Para concluir cada participante dará una breve explicación de lo que consideran que es la Recepción Crítica. (30 minutos)

Conclusión del facilitador.

“El conocimiento de los signos puede servir para que el individuo no permita que lo exploten. Desde la cuna hasta la tumba, desde que se levanta hasta que se va a dormir, el individuo se encuentra rodeado por una inacabable red de signos, mediante los cuales los demás procuran avanzar por sus propios objetivos... Si no se pone en guardia, se transforma en un verdadero robot manipulado por los signos, pasivo en sus creencias, sus valoraciones, sus actividades ... La semiótica puede servir como antídoto contra esta explotación de la vida individual. Cuando un individuo hace frente a los signos que se le presentan, con un conocimiento de cómo funcionan, le es más fácil defenderse contra la explotación por parte de los otros ... si se pregunta qué tipo de signo le sale al paso, con qué propósito se utiliza, qué pruebas hay de su verdad y

adecuación, su actuación se transformará de respuesta automática en conducta crítica e inteligente”

Charles Morris.

RECURSOS.

Los recursos más empleados en las tres sesiones serán del tipo material y tecnológico, los cuales se describen a continuación.

Un paquete de cien hojas blancas cuyo costo fue de \$27.

Quince lápices cuyo costo individual es de \$1 y el costo total fue de \$15.

Un pizarrón pequeño, el cuál fue proporcionado por una Clínica Veterinaria.

3 plumones.

Una televisión.

Una videocasetera.

Imágenes, de las cuales algunas fueron obtenidas de las carátulas de los CD y otras tantas son fotografías o recortes de revistas.

EVALUACIÓN

El taller será evaluado por los asistentes del mismo y se enfocarán a evaluar el contenido del taller.

Además, el facilitador también evaluará la dinámica grupal que se dio como resultado del contenido del taller.

Se hará el análisis de los resultados de la ficha de evaluación más adelante y el formato de evaluación se encontrara en la sección de anexos.

4.3.1. Reseña del Taller

El taller se había programado para realizarse del 6 al 8 de diciembre, se realizaron carteles que invitaron al taller y en donde se especificaba la hora de inicio (4:00 p.m.) y el lugar (Calle Manuel J. Othon N° 85). Dichos carteles fueron colocados en las tiendas de cada manzana sobretodo en aquellas que se encuentran dentro de los límites de las calles: Santiago, Plutarco, Eje 4 Xola y Andrés Molina, además de los carteles se hacia la invitación de forma verbal. Cuando se estaba colocando uno de los carteles se acerco una chica a solicitar informes con respecto al taller, se trato de dar una explicación muy breve haciendo énfasis en que si quería enterarse más sobre el taller se le hacia una cordial invitación a que formara parte del grupo y ella mostró interés.

El día martes 6 de diciembre se esperaba que llegaran los futuros participantes del taller pero únicamente llegó una chica (Adriana) que días antes había preguntado sobre lo que se realizaría en el taller. Pasaron alrededor de 30 minutos en los que se estuvo esperando a que se incorporaran más personas mientras Adriana comentó que algunos de sus amigos estaban muy interesados en asistir al taller pero que por diversas causas no les fue posible presentarse. Se le agradeció su asistencia y ella propuso que se reprogramara el taller para la semana siguiente y se comprometió a traer a todos sus amigos.

El taller se reprogramo para el martes 13 de diciembre, asistieron al taller 12 amigos de Adriana y otras 2 personas más que no tenían relación alguna con los demás integrantes del grupo.

Los participantes llegaron diez minutos antes del inicio de la primera sesión para tener el tiempo suficiente de contestar el pretest. Cabe mencionar que los participantes no sabían cuál era la razón por la cual estaban en ese lugar, pero la situación cambio un poco una vez que empezaron a contestar el pretest y hubo quienes asumieron la postura, creyendo que el taller tenía el objetivo de buscar los aspectos “malos” de la televisión.

La primera sesión empezó a las 4 de la tarde. El facilitador se presentó ante el grupo y explico los objetivos del taller y posteriormente solicito a cada integrante a realizar una pequeña presentación de sí mismos ante el grupo.

Al termino de la presentación de cada uno de los participantes del taller -incluido el facilitador- se hizo una pregunta para los participantes ¿saben por qué es importante comunicar? La gran mayoría de los participantes comento que es para estar informados y para saber qué es lo que sucede a su alrededor, el facilitador preguntó si alguno de ellos sabía cuál era el proceso de comunicación y solamente una persona quiso decirlo, entonces el facilitador dio una breve explicación sobre el proceso de comunicación, así como de los tipos de códigos que existen y los participantes los ejemplificaron.

Después se realizó la técnica “Teléfono descompuesto”. En donde se reconoció la importancia del proceso de comunicación y se apreció como algunas veces el mensaje verbal va acompañado por movimientos corporales. También se identificó que el mensaje final no fue nada parecido al inicial pero esta situación ocurrió en un principio porque el mensaje no estaba bien redactado e incluso los participantes intentaron redactar el mensaje de forma tal que fuera más fácil entenderlo. Aunque, para lograrlo tuvieron que quitar algunos enunciados y agregar palabras.

El facilitador dio la introducción al tema: Lenguaje visual para posteriormente, iniciar con la actividad correspondiente al tema. Pero, el que impactó más a los participantes fue la explicación de la percepción, la carga emocional de los mensajes visuales. La gran mayoría se asombró de que aspectos, que ellos consideraban insignificantes en una imagen, tuvieran tanta relevancia.

Después se retomó el tema de la televisión. Se hizo una pequeña narración de la TV en México, la cual fue secundada por las intervenciones de algunos miembros del grupo que sabían algunos datos referentes.

Se explicaron los diferentes tipos de televisión y los que tuvieron mayor interés fueron los Canales permisionados y concesionados.

Los diferentes tipos de programas fueron ejemplificados por los miembros del grupo e incluso se inició una pequeña discusión definir a que tipo de programa pertenece “Bailando por un Sueño” y “La Academia”.

En cuanto a la dinámica grupal de la primera sesión se apreció que en un principio los integrantes del grupo no estaban dispuestos a colaborar en la integración y esta situación se reflejaba en aquellos que mantenían sus brazos y piernas cruzados, conforme se fue explicando cuál era la razón del taller y sus objetivos se perdieron los nervios y hubo cierta disposición a la integración. Además de que las actividades obligaban a que los integrantes del grupo se interrelacionaran.

En la segunda sesión se empezó a manejar la recepción crítica pero del mensaje visual, debido a que la gran mayoría de los mensajes televisivos son visuales.

Se entendió el concepto “Una imagen dice más de mil palabras”, al realizar la primera actividad que consistía en mirar una imagen y describir lo que representa, anotando todos los componentes visibles, cuestionando después si la lista es suficiente para describir lo visto.

La imagen que se empleó fue la de un carretero en donde se aprecian un automóvil y camión de redilas, el automóvil va a una gran velocidad en una curva.

Después se identifican y reconocen los objetos enlistados describiendo cada uno de ellos detalladamente.

Se jerarquizan los elementos y se establece si es indispensable que aparezca en la imagen o no.

En el caso de esta imagen se apreció que tanto como el automóvil como el autobús eran indispensables porque el anuncio hacía referencia a tener cuidado cuando se maneje y que el bosque no estaba demás en la imagen ya que eso hacía que la imagen se considerara como real o como una situación que en verdad puede ocurrir.

La gran mayoría de los integrantes del taller se asombraron de la forma que tiene cada persona de percibir los mensajes y como no siempre vemos en ellos la intención con la que fueron creados.

Siendo el tema “la sugestión publicitaria” el que generó mayores comentarios al descubrir los trucos que se emplean en ellos y su posterior utilización en la elaboración de los mensajes comerciales, dicha actividad requirió de la actuación de los miembros de los respectivos equipos. También se realizó un sorteo para saber qué artículo era el que promoverían.

Se realizaron dos anuncios comerciales referentes al automóvil. Uno de los equipos retomó y satirizó el comercial del auto en donde se muestra cómo se pierde la individualidad del ser humano que busca ser aceptado por los demás y se pierde aún más cuando lo que más importa es lo que tienes y no quién eres.

El otro equipo pretendió dar información acerca del automóvil, sin exagerar los beneficios del mismo. Para algunos de los integrantes del taller no les fue tan atractivo el comercial que no exageraba los beneficios de contar con ese auto.

En cuanto a la dinámica de grupo que se desarrolló en la segunda sesión fue más enriquecedora ya que dio lugar a la reflexión individual, los integrantes se mostraron muy participativos en la última actividad, aunque cabe mencionar que al equipo que no hizo la sátira le costó un poco más de trabajo “vender” porque no conocían del todo los posibles beneficios del auto, aunque después de algunas discusiones prefirieron promocionar el agarre de las llantas en cualquier tipo de camino.

La tercera sesión se caracterizó por emplear la recepción crítica, para lo cual se vio una grabación del programa “Los Simpson” con todo y anuncios comerciales.

Antes de realizar la actividad se hicieron algunos comentarios acerca del programa y hubo quienes consideraban a “Los Simpson” como un programa de televisión que

simplemente exageraba un poco las situaciones que vivimos día con día en nuestra sociedad.

El comentario que más sobresalió fue el de una de las mujeres integrantes del grupo que hizo un análisis más profundo de los personajes identificando incluso problemas de autoestima en los personajes, sobretodo en Homero Simpson.

Se comparó la dinámica familiar que se maneja en esta caricatura con el programa “El Diván de Valentina”.

Los Simpson, representan a una familia estadounidense a la cual se le presentan buenas oportunidades en la vida, que pierden constantemente debido a su irresponsabilidad. La familia esta formada por Homero, quien es la cabeza de familia, aunque tiene un buen empleo no desempeña las funciones propias del mismo porque no las conoce, ni siquiera sabe como obtuvo el empleo, es irresponsable, alcohólico y tiene problemas de sobrepeso. Marge, es una mujer frustrada ya que perdió la oportunidad de continuar sus estudios al embarazarse, tiene cierta conciencia social la cual va perdiendo poco a poco ante la indiferencia de los demás miembros de la familia, busca olvidarse de los estereotipos de la mujer que no trabaja, aunque no siempre lo logra. Bart, es el hijo mayor con problemas de conducta debido a que cuando era pequeño no se le prestó atención porque aproximadamente dos años después de que él naciera su madre estaba embarazada de nuevo y este era de alto riesgo por lo que Bart se ha “educado” solo, los padres lo envían a la escuela para que ahí lo corrijan. Lisa, es la segunda hija, es soberbia, introvertida, insegura, pretende ser perfecta y en ocasiones se avergüenza de su familia. Maggie, solamente es espectadora de lo que sucede en su familia, no habla, pues no se le dedica mucho tiempo para que lo intente. El abuelo, es una persona senil, el cual fue enviado por el resto de la familia a un asilo, porque no lo soportan. Aún así él insiste en frecuentarlos, este programa es transmitido por el canal 7.

En el caso del “Diván de Valentina”, la familia esta integrada por los padres, una abuela, y cuatro hijos. A diferencia de los Simpson, Valentina es la protagonista principal, en este programa se aprecian situaciones en las que la protagonista aprende a relacionarse con los que la rodean. Los roles de los padres están más definidos, ambos padres trabajan. La hermana mayor a pesar de que hay una gran diferencia de edades entre ellas entiende lo que vive Valentina. La abuela es considerada una persona sabia, es la persona a la que Valentina recurre para solucionar algunos problemas, pedir algún consejo, aprender ballet, etcétera. La gran mayoría estuvo de acuerdo en que las situaciones que se presentan en el programa “El Diván de Valentina”, son muy parecidas a las que se viven en la realidad, aunque hay una tendencia en cuanto a que las situaciones que se presentan en el programa únicamente le suceden a Valentina y surge la duda del porqué no le sucede a cualquier otro de los personajes. El programa es transmitido por canal 11.

En ambos programas se aprecia la unión familiar sólo que en el “Diván de Valentina” se promueve el aceptar a los demás tal y como son. Y, en los Simpson se promueve el convivir con los demás a pesar de lo que son.

Casi al finalizar se los integrantes del grupo dieron su explicación de lo que consideran es la Recepción Crítica y ejemplificaron con situaciones diarias su aplicación.

Uno de los integrantes comentó que él aplicó la recepción crítica cuando el día previo llegó un poco tarde a casa y su mamá empezó a gritarle, comentó que ya no le molestó porque identificó que en verdad tenía razón en estar molesta y reconoció que

acepto el regañó sin sentirse enojado. Y, que después se enteró de que su mamá se había molestado por otras cuestiones, además de que su mamá se sorprendió porque por lo general siempre discute con ella.

Otra forma de aplicar la recepción crítica es cuándo ya no se toman las cosas “tan a pecho”; ya no se sienten lastimados cuando alguien pretende ofenderlos y no se ven en la necesidad de contestar a la ofensa.

También han aprendido a observar cómo los problemas surgen cuando no se presta atención a lo que los demás, ya que en la mayoría de los casos las personas escuchan lo que quieren escuchar o perciben lo que quieren percibir.

En los últimos 15 minutos del taller cada integrante dio su propia definición de lo que consideran es la recepción crítica para después realizar una definición grupalmente.

Y se llegó a la siguiente definición: La recepción crítica televisiva es aquella capacidad que se debe desarrollar para después usar cuando se esta efectuando el proceso de comunicación entre la televisión y el telespectador y que permite ser conscientes de lo que se percibe por medio de los sentidos y uniendo todo esa información en la mente para analizarla adecuadamente y poder ser un buen escucha y así posteriormente dar una respuesta al mismo. También es necesario tener un capital cultural, de conocimiento constante para hacer una crítica seria y no superficial.

La dinámica grupal en este último taller se caracterizó por una excesiva participación. Se aprecia en el grupo que su forma de ver televisión ha sido modificada ya que en los últimos ejercicios en donde se tienen que analizar los dos comerciales que se transmitieron durante el programa de los Simpsons se identificaron los roles de los personajes, como en la gran mayoría de ellos se crean necesidades utilizando el chantaje.

4.4. Resultados y Análisis del Postest

En la segunda aplicación del instrumento, se tomaron en cuenta los reactivos 18, 19, 20, y 21 que consisten en: la importancia de la percepción en la comunicación, la explicación del proceso de comunicación, lo qué es un medio de comunicación, los tipos de televisión que hay en México y la explicación de lo que se entiende por recepción crítica.

El cuestionario que se aplicó después de la aplicación del taller se desarrollo con preguntas abiertas, con la finalidad de averiguar si los integrantes del grupo habían modificado su forma de pensar como consecuencia de asistir y participar en un taller de comunicación social en donde se promueve la recepción crítica.

1. ¿Qué tan importante es la percepción para la comunicación?

Pretest	Postest
80% Desconoce la importancia de la percepción en la comunicación	100% Es muy importante la percepción ya que favorece la asimilación de la información recopilada por los cinco sentidos y la cuál es asimilada por el cerebro.
20% Sabe que a visión y el oído son empleados en el proceso comunicativo.	

2. ¿Podrías explicar cuál es el proceso de comunicación?

Pretest	Posttest
<p>73% explica identifica a las partes involucradas en el proceso de comunicación: emisor, receptor mensaje</p> <p>27% describe como ocurre el proceso de comunicación</p>	<p>100% son tres las partes involucradas y son: emisor quién es aquel que desea comunicar algo no sin antes saber que va a comunicar, cómo lo va a hacer, cuándo, a quién va dirigido el mensaje, etcétera; el mensaje es lo que se desea comunicar, el cuál debe ser claro y el receptor es aquella persona que capta el mensaje haciendo uso del mismo código para poder comunicarse. El código se clasifica en dos: lingüístico y no lingüístico, en el primero se hace uso del lenguaje y en el segundo del sonido.</p>

3. ¿Qué es un medio de comunicación?

Pretest	Posttest
<p>100% consideran que es algo que permite estar comunicado y no explican los beneficios que se tienen al contar con ellos.</p>	<p>100% consideran que un medio de comunicación es un aparato que retransmite mensajes haciendo uso de los diferentes códigos y sirve para comunicar acortando distancias y tiempos.</p>

4. ¿Cuántos tipos de televisión hay en México?

Pretest	Posttest
<p>Solo el 7% considera que son dos los tipos de televisión que existe en México: TV Pública y Privada.</p>	<p>100% Reconoce la clasificación de la televisión por su condición jurídica y se clasifica en televisión permisionada y concesionada, además de la televisión pública y privada.</p>

5. Explica lo que entiendes por recepción crítica.

Pretest	Posttest
<p>El 13.3% explica que la recepción crítica televisiva es saber cuál es el efecto que causa en cada individuo el mensaje que recibe y que tiene repercusiones a corto o largo plazo,</p> <p>Un 43.35% dice que es como criticar lo que se ve en televisión y el resto dice que</p>	<p>El 100% opina que la recepción crítica es aquella capacidad que se debe desarrollar para después usar cuando se esta efectuando el proceso de comunicación, sin importar el emisor y que permite ser conscientes de lo que se percibe por medio de los sentidos y uniendo toda esa</p>

es analizar los que se ve.	información en la mente para analizarla adecuadamente y poder ser un buen escucha y así posteriormente dar una respuesta al mismo y que permite tomar de los mensajes lo que más me sirva.
----------------------------	--

Como se puede apreciar las respuestas dadas en el postest son mensajes concretos y claros, además de ser ideas en común.

4.5 Evaluación del Taller

La evaluación del taller al igual que el postest está conformado por preguntas que generan respuestas abiertas. Los resultados son los siguientes:

La forma en como se trabajo durante el taller fue a través de la comunicación grupal, según la opinión del 80% de los participantes del taller, es decir, de 12 integrantes del grupo. El resto considera simplemente que se trabajo en grupo.

El 100% de los participantes considera que el taller le permitió ver la televisión de otra forma. Porque les enseñó a MIRAR y no solo ver la televisión al aprender a analizar los mensajes y decidir qué hacer ante el mismo de forma consciente.

También consideran que el tiempo de duración de cada sesión fue suficiente así como los materiales, aunque les hubiera gustado que se analizaran otro tipo de programas y de situaciones que se viven, se necesitan de más sesiones.

En cuanto a la síntesis de lo aprendido, destaca la recepción crítica, los códigos que se emplean en los mensajes televisivos, seguida por los temas de la televisión como son su historia de la televisión, los tipos de televisión.

En cuanto a la opinión del facilitador, en verdad son necesarias más sesiones porque como se ha mencionado a lo largo de este trabajo la recepción crítica necesita practicarse para que sea una capacidad que se realice automáticamente y que se convierta en un hábito y/o en una forma de vida. Este taller es solamente una introducción a la recepción crítica, existen muchas más actividades que ayudan a desarrollarla, tantas como mensajes visuales.

4.6 Comprobación de la hipótesis en los resultados

A continuación se realizará una comparación cualitativa de las últimas 5 preguntas del pretest y las únicas 5 preguntas del postest, ya que en ellas se centra la comprobación o desaprobación de la hipótesis de este trabajo al estar redactadas las preguntas de forma tal que generen respuestas abiertas que permitan observar que la forma de pensar de los asistentes al taller cambio.

En primer lugar hay una diferenciación significativa entre las respuestas obtenidas en todas las preguntas ya que en el pretest se obtenían como resultado respuestas cortas e imprecisas al no estar seguros de lo que sabían y cuando se aplica el postest los entrevistados se sentían más confiados en dar su opinión de acuerdo a lo que aprendieron en el taller y que finalmente fueron ideas obtenidas gracias al trabajo grupal.

También se considera para la comprobación de la hipótesis la utilidad de la recepción crítica en la vida diaria al usarla ante los mensajes que día con día se encuentran a su alrededor.

Reconocen que la recepción crítica cambia la forma de ver el mundo, haciendo que se despierten más los sentidos y se tengan respuestas adecuadas ante las situaciones que se les presenten.

Es cierto que no existe, todavía, un test que sea confiable y que permita saber el grado de conocimientos adquiridos pero lo que si se puede apreciar con esta intervención es que al finalizar el taller los asistentes se sienten más involucrados en el proceso de comunicación.

Ante lo expuesto se puede considerar que la intervención del trabajador social ha dado como resultado receptores críticos televisivos en los asistentes al taller *Como tomar el control de la TV* sin considerar que estos lo sean de forma definitiva debido a que, como se ha mencionado, la recepción crítica debe ser practicada todos los días.

CONCLUSIONES

A pesar de que el desarrollo del ser humano es estudiado por distintas profesiones son muy pocos los que se han dedicado a estudiarlo según la edad cronológica, los últimos estudios que se realizaron de esta forma datan de la década de los 70 y si bien no ocurren cambios abismales entre una edad y otra si suceden situaciones que no pueden ser desapercibidas y que deben ser consideradas para mejorar la comunicación entre aquellos que pretenden trabajar con el ser humano.

En cuanto al tema de la televisión son muy pocos los autores que se han decidido cuestionarse qué es lo que hace el receptor con los mensajes que se transmiten a través de ella, se concentran más en estudiar los efectos, la influencia, etcétera, y se olvidan del receptor como ser individual y consciente de su realidad.

El ser humano asiduo a la televisión se ve inundado desde hace años de mensajes cuyo componente visual es fuertemente predominante. No hemos de olvidar que la información puede ser parcial y tendenciosa, por lo cual es cada vez más imprescindible incluir en las instancias educacionales la formación de la recepción crítica.

Cuando alguien quiere desarrollar un cuerpo musculoso asiste al gimnasio y debe de continuar asistiendo porque de lo contrario se corre el riesgo de que los músculos regresen a su tamaño original.

Lo mismo sucede con el desarrollo de la recepción crítica, se tiene que practicar todos los días, porque se corre el riesgo de perder esta habilidad. Al principio es un poco difícil analizar el contenido de los mensajes pero con el paso del tiempo se puede realizar de forma automática. Podría decirse que sin pensar, habilidad parecida a cuando se aprende a andar en bicicleta o a escribir a máquina. Al principio se tienen que recordar cuales son los procedimientos a seguir para mantener el equilibrio hasta que llega el momento en que ya no es necesario recordar sino que simplemente se hace.

La recepción crítica se aplica a los diferentes mensajes, aunque en el taller que se diseñó se prestó mayor importancia a los mensajes visuales, al ser los que por lo general nos rodean.

La recepción crítica genera en las personas que se hagan conscientes de lo que sus sentidos recolectan toda vez que, por la vida tan acelerada que llevábamos, nos olvidamos de sentir y solamente nos limitamos a actuar.

El taller se aplicó con los seres humanos de 13 a 15 años de edad porque fomenta en ellos el desarrollo de habilidades cognoscitivas, además de que en este rango de edades es más difícil que olviden practicar la recepción crítica que cuando tenían 6 años.

El taller en duración fue muy pequeño ya que se buscaba generar un impacto entre los participantes por lo que se considera que se obtuvo lo pretendido.

En el trabajo social de grupos se debe considerar al taller como una herramienta enriquecedora al permitir que las participantes al mismo aprendan a convivir unas con otras fomentando el respeto de ideas y reconociendo que cada persona es diferente y que esas diferencias enriquecen al ser humano.

El taller permite observar detenidamente a los integrantes del grupo y corroborar si su actuar corresponde con lo establecido en un pretest o entrevista previa, se observan las debilidades de los integrantes y en base a ello el trabajador social realizará actividades que resalten las virtudes de los mismos.

SUGERENCIAS.

Se propone ampliar el taller de comunicación social siempre y cuando se consideren e incluyan actividades que permitan primero que el integrante del taller se conozca a sí mismo, entienda el cómo es ahora su cuerpo y no lo juzgue o pretenda ser alguien más.

Se desarrolle el tema de la comunicación, los medios y sobretodo la televisión con la finalidad de reconocer que el ser humano siempre esta comunicando y que se debe hacer uso de la tecnología comunicativa.

El trabajador social debe perderle el miedo a realizar talleres, en donde participe en las actividades y deje de ser un simple espectador u orador para ser el líder del grupo en el que esté trabajando y así transmitir esa confianza entre los asistentes.

ANEXOS.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL



Cuestionario 1.

El presente cuestionario tiene el objetivo de conocer las preferencias televisivas de los seres humanos de 13 a 15 años de edad que cursen la educación media básica.

Nombre: _____

Edad: _____	Sexo: _____	Grado: _____
-------------	-------------	--------------

Instrucciones: Para cada pregunta marca con una palomita lo que más se parece a lo que tú piensas o a lo que tú haces. No hay respuestas buenas o malas. Lo importante es lo que tú piensas o haces. Gracias por tu colaboración.

Sección A.

1. ¿Qué carrera te gustaría estudiar? y ¿Por qué?

2. ¿Prácticas algún deporte?

Sí ___ ¿Cuál(es) deporte(s) prácticas? _____

No ___ ¿Por qué? _____

3. ¿Con quién te comunicas más?

___ Con mis papás. ___ Con mis [amig@s](#). ___ Con mis [herman@s](#).

___ Con todos los que me rodean. ___ Con nadie.

___ Otros ¿Con quién? _____

Sección B.

<p>1. ¿Ves televisión?</p> <p>Sí _____</p> <p>NO _____</p>	<p>2. ¿Qué tipo de televisión ves?</p> <p>_____ Pública o Abierta.</p> <p>_____ Cerrada o Privada.</p>	<p>3. ¿Cuánto tiempo ves televisión?</p> <p>_____ NO veo televisión.</p> <p>_____ Menos de 1 hora.</p> <p>_____ 1 o 2 horas.</p> <p>_____ 3 o 4 horas.</p> <p>_____ 5 horas o más.</p>
--	--	--

4. ¿Qué canal prefieres ver?

_____ Canal 2. _____ Canal 4. _____ Canal 5. _____ Canal 9. _____ Canal 11

_____ Canal 7. _____ Canal 13. _____ Canal 22. _____ Canal 28 _____ Canal 34.

_____ Otros ¿Cuál(es)? _____

5. ¿Qué tipo de programas prefieres ver?

_____ Programas de aventura _____ Caricaturas _____ Telenovelas _____ Programas cómicos.

_____ Programas musicales. _____ Programas de concurso. _____ Noticiarios.

_____ Otro(s). ¿Cuál(es)? _____

6. ¿Cuál es el nombre de tu programa favorito? (si tienes varios programas favoritos anota sus nombres)

7. Mientras estás viendo tu programa favorito, ¿qué es lo que generalmente haces?

_____ como, juego, dibujo o hago cualquier cosa.

_____ hago la tarea.

_____ veo varios programas a la vez, cambiando de canal.

_____ solo veo un programa pero en los comerciales le cambio a varios canales.

_____ le cambio a todos los canales que pueda sin intención alguna.

8. Consideras que las situaciones que aparecen en tu programa favorito son reales?

Si _____ NO _____

¿Por qué? _____

9. ¿Por qué razón te gusta ese programa?

_____ Porque lo ven mis amigos. _____ Porque es el programa de moda

_____ Porque me gusta _____ Porque toda mi familia lo ve

_____ Otra razón. ¿Cuál? _____

10. Sabes cuántos comerciales salen durante tu programa favorito?

SI _____ NO _____

11. ¿Cuáles comerciales recuerdas?

12. De los comerciales que recuerdas ¿en cuál de ellos consideras que las cosas que dicen son verdad?

13. ¿Cuáles comerciales consideras que las cosas que dicen son mentiras?

14. ¿Pides que te compren los productos que ves en los comerciales?

Si _____ NO _____

¿Por qué?

15. Después de que ves televisión ¿Comentas con alguien lo que viste?

____ SI ¿Con quién?

____ NO ¿Por qué?

16. Sabes ¿Qué es la recepción crítica televisiva?

Si _____ NO _____

17. ¿Crees que la recepción crítica televisiva pueda cambiar tu forma de ver televisión?

SI _____ NO _____

¿Por qué?

18. ¿Qué tan importante es la percepción para la comunicación?

19. ¿Podrías explicar cuál es el proceso de comunicación?

20. ¿Qué es un medio de comunicación?

21. ¿Cuántos tipos de televisión hay en México?

22. Explica lo que entiendes por recepción crítica.

Gracias por tus respuestas.

COMENTARIOS.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL



Cuestionario 2.

El presente cuestionario tiene la finalidad de saber los conocimientos obtenidos después de su participación en el taller “Como Tomar el control de la TV”.

Nombre: _____

Edad: _____	Sexo: _____	Grado: _____
-------------	-------------	--------------

Instrucciones: Para cada pregunta marca con una palomita lo que más se parece a lo que tú piensas o a lo que tú haces. No hay respuestas buenas o malas. Lo importante es lo que tú piensas o haces. Gracias por tu colaboración.

1. ¿Qué tan importantes es la percepción para la comunicación?

2. ¿Podrías explicar cuál es el proceso de comunicación?

3. ¿Qué es un medio de comunicación?

4. ¿Cuántos tipos de televisión hay en México?

5. Explica lo que entiendes por recepción crítica.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL**



TESIS

**La Invetervención del Trabajador Social como Promotor de Receptores Críticos
Televisivos, en los seres humanos de 13 a 15 años de edad que cursan la
Educación Media Básica.**

CRÓNICA GRUPAL N°

LUGAR:

FECHA:

HORA DE INICIO:

HORA DE TÉRMINO:

GRUPO: INFORMAL

N° DE ASISTENTES:

H

M

OBJETIVO DE LA SESIÓN:

TEMA CENTRAL:

TEMAS ESPECÍFICOS:

ACTIVIDAD:

PROGRAMADA X

IMPROVISADA

GRUPO:

MOTIVADO X

FORMAL

MATERIAL UTILIZADO:

DESARROLLO DE LA SESIÓN:

DINAMICA GRUPAL:

OBSERVACIONES:

COORDINADOR:

RESPONSABLE DE LA CRÓNICA:

Ficha de Evaluación del Taller.

EVALUACIÓN DEL TALLER.

Fecha:

1. EVALUACIÓN METODOLÓGICA DEL TALLER:

Define en dos palabras la forma en como se trabajo durante el taller.

¿El taller te permitió ver la televisión de otra forma?

(SI) (No)

Por qué

1.3 El tiempo empleado fue:

Apropiado

Limitado

Largo

1.4 Los materiales utilizados fueron:

Insuficientes _____

Suficientes _____

Exagerados _____

2. EVALUACIÓN TEMÁTICA:

2.1. En síntesis, escribe las ideas importantes que aprendiste en el taller y que te pueden servir para tu vida.

Nota: Si tienes alguna sugerencia, para mejorar este taller escríbela a continuación.

BIBLIOGRAFÍA.

Papalia, Diane E. *El Mundo del Niño*. Ed. McGraw-Hill. Traductor Jesús Villamizar. México, 1988. Tomo1. 256 pp.

Skinner, Burrhus Frederick. *Sobre el conductismo*. Ed. Planeta-Agostini. España, 1994. 229 pp.

Piaget, Jean. *Seis Estudios de Psicología*. Ed. Barra Editores. Barcelona, 1975. 227 pp.

Piaget, Jean y Inhelder Bälber. *Génesis de las Estructuras Lógicas Elementales*. Ed. Guadalupe. Argentina, 1976.167-213 pp.

Piaget, Jean. *El juicio y el razonamiento en el niño. Estudio sobre la lógica del niño*. Ed. Guadalupe. Argentina 1977. 229p.

García Madruga, Juan Antonio y Pardo de León, Pilar. *Psicología Evolutiva. (Tomo II)* Ed. Universidad Nacional de Educación a Distancia. España, 1997. 404pp

Sarafino, P. Edward y Armstrong, James W. *Desarrollo del niño y del adolescente*. Ed. Trillas. México, 1988. 535pp.

Pérez Gómez, Ángel y Sacristán Gimeno. *Comprender y transformar la enseñanza. Los procesos de enseñanza-aprendizaje*. Ed. Morata. Sexta edición. Madrid, 1997.

Plomin, Robert y otros. *Genética de la conducta*. Ed. Alianza. Madrid, 1995.

Domingo Moratalla, Agustín. *Un humanismo del Siglo XX: el personalismo*. Ed. Ediciones pedagógicas. Madrid, 1994.

Curso Básico para Profesores de Educación Primaria. Proyecto Estratégico 03. Ed. Secretaria de Educación Pública SEP y la Subsecretaria de Planeación Educativa. México, 1985. 41 pp.

Benítez Javier. *¿Por qué nos parecemos a nuestros padres?: los genes y las leyes de la herencia*. Ediciones Temas de Hoy. Madrid, 1997. Obra actual de carácter divulgativo.

Grande Covian, Francisco. *Alimentación y Nutrición*. Ed. Salvat. España, 1985.

Klausmeier, Herbert J. *Psicología Evolutiva. Habilidades Humanas y Aprendizaje*. Ed. Harla. México, 1977. 527 pp.

Fernández, Beatriz. *Cuide a sus hijos... Su crecimiento su desarrollo*. Ed. CONASUPO, ISSSTE, DDF. México, 1986. 144 pp.

Gesell, Arnold., Franel L, lig y Bates Ames, Louise. *El Adolescente de 10 a 16 años*. Ed. Paidós. Colección Psicología, Psiquiatría, Psicoterapia. España, 1997. Segunda reimpresión. 1382p.

Guía Básica de Educación Sexual para el Maestro de Secundaria. Actividades 1. Ed. Presuperación Familiar Neolonesa, A.C. segunda edición. México, 1990. p. 51.

Historias de la televisión en América Latina: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Venezuela / Guillermo Orozco, coord. Ed. Gedisa. España, 2002. 285p.

Peña Ramos, Alexandrov Vladimir y Viveros Ballesteros Frank. *TV y Escuela ¿Amigos y/o enemigos?* Ed. SEP. Colección Educación para los Medios. México, 1997. p. 70

Ander-Egg, Ezequiel. *Teleadictos y vidiotas en la aldea planetaria 1. ¿Qué hace la televisión con nosotros?* Ed. LUMEN-HUMANITAS. Argentina, 1996.

Programa de Educación Física. Secundaria. Secretaría de Educación Pública. SEP. México, 1988. 19-41 pp.

Ander-Egg, Ezequiel. *¿Qué es el trabajo social?* Ed. Humanitas. Buenos Aires, 1987. 206p.

Rubí Martínez, Carmen. *Introducción al Trabajo Social.* Escola universitaria de treball social. Barcelona, 1991. 149p.

Palomas C., Susana y Deolidia Martínez O. *Del pizarrón al video. Manual de medios de comunicación.* Fundación Mexicana para la Planificación Familiar. México, 1993. 134p.

Manual de Trabajo Social / coord. Manuel Sánchez Rosado. UNAM. Escuela Nacional de Trabajo Social. Segunda edición. México, 2004. 473pp.

Tello Peón, Nelia. *Manual para taller de prácticas de comunidad.* México, 2000.

Stemberg, Leonardo. *Sigmund Freud, el rey de la justificación.* Ed. Grijalbo. México, 2004. p. 47.

Ander-Egg, Ezequiel. *El taller una Alternativa de renovación pedagógica.* Magisterio del río de la Plata. Argentina, 1999. p. 19

Kisnerman, Natalio. *Los talleres, ambientes de formación profesional.* p. 13

Sosa, G. Mercedes. *El taller. Estrategia educativa para el Aprendizaje Significativo TEAS.* Círculo de Lectura Alternativa L. Colombia, 2002. 111p.

Desantes, Guanter, Jose María. *Derecho a la información. Materiales para un sistema de la comunicación.* Ed. Fragua. España, 2004. 250pp.

Sfez, Lucien. *La comunicación.* Publicaciones Cruz, S.A. de C.V. México, 2003. pp.112.

Watzlawick, Paul. *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas.* Ed. Herder. Duodécima edición. México, 2002. pp. 262.

Maya Betancourt, Arnobio. *El taller educativo.* Magisterio. Bogotá, 1996.

Rosell, Teresa. *Introducción al Trabajo Social*. Universidad de Tucumán. Argentina, 1975. p15.

Paloma, C. Susana. Y Deolidia Martínez O. *Del pizarrón al video. Manual de medios de comunicación*. Fundación Mexicana para la Planificación Familiar, A.C. México, 1993.

Flores Santacruz, Julieta y Adriana López Rojas. *Trabajo Social con grupos*. Manual de Trabajo Social. UNAM. ENTS. Plaza y Valdés. 2ª.edición. México, 2004.

Sosa, G. Mercedes. *El Taller. Estrategia Educativa para el Aprendizaje Significativo*. Círculo de Lectura Alternativa L. Colombia, 2002. p 34-36.

Montaine, *Cuestiones Pedagógicas*. P.15.

HEMEROGRAFIA.

González Felipe de Jesús. *¿Quién frena la telebasura?* La Revista n°052. Febrero, 2005. México, D.F. Suplemento.

Marentes, Pablo. *Muy campantes*. El Universal. Año 90. N° 32, 192. México, D.F. Martes 13 de diciembre de 2005. A-27.

PAGINAS WEB.

http://apsique.virtuabyte.cl/tiki-index.php?page=DesaIntro_desa

<http://www.ideasapiens.com/psicología/científica/historiayevoluciónconductismo.htm>

<http://www.dia.ilce.edu.mx/funddos.html>

http://apsique.virtuabyte.cl/tiki-index.php?page=desaKoh_estadios

<http://www.dia.ilce.edu.mx/funduno.html>

<http://apsique.virtuabyte.cl/tiki-index.php?pag=DesaAdolescencia>

<http://www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/FormBas/Ccomun/ComYLeng.htm>

www.esmas/televisa.htm/

www.telesistema.televisa.com.mx/est_cadenas9.htm

www.todito.com/corporativo/tvazteca

www.oncetv.ipn.mx

www.canal22.org.mx

www.22mexico.tv

www.cnienlinea.com.mx

www.esmas.com/televisahome/nuestrasfiliales/304988.html

www.ibope.com.mx

www.puc.cl/curso_dist/infograf/recepción/RVM2.html

www.puc.cl/curso_dist/infograf/recepción/RVM5.html

www.notariapublica.com.mx/diccionario.html

<http://www.quianet.info/calles.php?IdC=175>

www.wikipedia.com