



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

---

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

ARAGÓN

“LA NECESIDAD DE UNA MAYOR PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN  
DE PROGRAMAS EDUCATIVOS DIRIGIDOS AL PÚBLICO  
PRE-ADOLESCENTE EN LA TELEVISIÓN MEXICANA”

# TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

PRESENTA:

ELENA NAYELI LEYVA DÍAZ

ASESORA: LIC. ANDREA GÓMEZ MONTESINOS

MÉXICO 2011





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.

## **AGRADECIMIENTOS**

*Gracias a Dios, que me cuida siempre, me escucha las veces que lo necesito y, sobre todo, me da la fuerza para seguir adelante. Por haberme permitido llegar hasta este momento tan especial para mí y haberme dado salud para lograr mis objetivos.*

*A mis padres, Juan Carlos Leyva y María Elena Díaz que siempre me han dado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional, por su trabajo y dedicación para darme una formación académica. Gracias por sus consejos, por el amor que siempre me han brindado. Los amo con todo mi corazón, quiero que sepan que para mí son los mejores y les doy las gracias por la confianza que depositaron en mí. De ellos es este triunfo y para ellos es todo mi agradecimiento.*

*Para mis hermanas, Areli, Ana y Ade, les agradezco su ayuda, confianza y cariño. Las quiero muchísimo. Astulu, recuerdas que siempre que me veías frente a la computadora me preguntabas si ya había terminado mi tesis, ahora puedo contestarte con toda certeza que SÍ.*

*A todos mis amigos, amigas y todas aquellas personas que han sido importantes para mí durante todo este tiempo. En especial a mi gran amiga Monche, te agradezco tu amistad incondicional, tu apoyo, por ser mi confidente, mi comadre, mi hermanita, por no dejarme caer y darme ánimos cuando más lo necesitaba. Te quiero mucho.*

*A mi novio y amigo, Hugo Alberto, gracias por estos seis años y todo lo que me has enseñado en ellos: tuve mucha suerte por haberte encontrado. Te amo corazón. Gracias por estar a mi lado en las buenas y en las malas, por tu apoyo y comprensión en todo momento. Gracias también a tu familia por su amistad y confianza.*

*Gracias a todos y cada uno de los profesores de la FES Aragón, por entregar parte de su vida para nuestro desarrollo. Gracias a la Universidad Nacional Autónoma de México, por darme la educación necesaria para formarme como persona y como profesionalista.*

*Un especial agradecimiento a la Lic. Andrea Gómez Montesinos, por brindarme su amistad, apoyo, confianza y motivación para la elaboración y culminación de este trabajo de tesis y, sobre todo, por ser la gran persona que es.*

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

<b>I COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN</b>	<b>1</b>
1.1 Educación .....	4
1.2 La comunicación educativa en la televisión .....	6
1.3 Tipos de televisión .....	13
1.3.1 Comercial .....	15
1.3.2 Cultural .....	17
1.3.3 Educativa .....	20
1.3.3.1 Antecedentes .....	22
1.3.3.2 La televisión educativa en México .....	29
1.4 Enseñanza y aprendizaje por televisión .....	36
<b>II DESARROLLO HUMANO</b>	<b>40</b>
2.1 Tipología de la personalidad .....	42
2.2 La pre-adolescencia .....	47
2.2.1 Características físicas del pre-adolescente de 9 a 11 años .....	49
2.2.2 El perfil cognocitivo del pre-adolescente de 9 a 11 años .....	56
2.2.3 El perfil socioafectivo del pre-adolescente de 9 a 11 años .....	59
2.2.3.1 Necesidades y aspiraciones .....	71
2.2.4 El perfil psicomotriz del pre-adolescente de 9 a 11 años .....	74
2.3 Influencia de la televisión en el pre-adolescente .....	77
2.4 Once TV México y “El Show de los Once” .....	88
2.4.1 Contenido .....	94
2.4.2 Secciones .....	97

<b>III EL PAPEL DE LAS INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y EMPRESAS PRIVADAS, EN TORNO A LA TELEVISIÓN EDUCATIVA PARA PRE-ADOLESCENTES</b>	99
3.1 Antecedentes de programas educativos para pre-adolescentes en la televisión mexicana .....	99
3.2 Instituciones gubernamentales .....	105
3.2.1 Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) .....	105
3.2.2 Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) .....	109
3.2.2.1 Programa de Formación Niños a la Tele .....	113
3.3 Asociación “A Favor de lo Mejor” .....	118
3.4 Empresas privadas .....	127
3.4.1 Los dos grandes consorcios mediáticos: Televisa y TV Azteca .....	127
3.4.2 Azteca 7 .....	134
3.4.3 Televisa, Canal 5 .....	137
<b>CONCLUSIONES</b> .....	141
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	144
<b>ANEXOS</b> .....	151
<b>Anexo A: Cuestionario</b> .....	152
<b>Anexo B: Gráficas</b> .....	161

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la vida diaria de las personas, intervienen significativamente en la forma en cómo el hombre constituye, juzga y percibe la realidad que lo rodea.

La televisión se ha convertido en un importante aparato de formación social, que ha generado nuevas maneras de comportamiento, interacción, consumo, valores, normas, actitudes y opiniones, que compite con otras instituciones tales como la familia, la escuela, el grupo de amigos, etcétera, que coexisten, generan y tratan de hacer valer sus propias significaciones.

Estos elementos tratan de educar al individuo desde diversas perspectivas y con diferentes estrategias, pero ninguna institución lo educa totalmente, aunque todas ellas influyen en su formación.

Niños, jóvenes y adultos incrementan sus horas de exposición ante el televisor que se ha convertido, cada vez con mayor fuerza, en un aparato de socialización fundamental, al lado de los dos tradicionales, la familia y la escuela.

Para los niños que atraviesan por una serie de crisis durante el periodo de crecimiento y formación, la televisión resulta ser uno de los principales espacios de obtención de códigos y de comprensión del mundo, pues es ahí donde se les presentan de una manera informal y entretenida, concepciones del mundo que después pueden utilizar para lograr una interacción con los que los rodean. Lamentablemente se ha comprobado que el medio impone patrones de conducta basadas en una visión materialista de la vida.

México sigue siendo un país con insuficiente programación educativa y cultural, ya que el menú televisivo que podemos apreciar se compone de programas cuyo propósito y mensaje es únicamente lucrar con el entretenimiento.

Aprovechando este hueco en la televisión de calidad, la televisión comercial gana terreno en la preferencia del público. Como muestra está la gran proyección que gozan Televisa y TV Azteca, la cual es reforzada con la gran cantidad de patrocinadores.

Por si fuera poco, los programas educativos que se transmiten son realizados con poco presupuesto, si los comparamos con otro tipo de programas, por lo que pueden resultar de poco interés para la audiencia.

Pareciera que, instituciones gubernamentales y empresas privadas externan un notable desinterés ante la producción de programas educativos y culturales, lo cual es consecuencia de lo bien que ha funcionado para ellos la importación de los programas que integran actualmente la barra programática de televisión abierta en nuestro país.

Con este estudio que lleva por nombre “LA NECESIDAD DE UNA MAYOR PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE PROGRAMAS EDUCATIVOS DIRIGIDOS AL PÚBLICO PRE-ADOLESCENTE EN LA TELEVISIÓN MEXICANA”, se pretende demostrar la escasez y la necesaria producción y difusión de programas educativos para pre-adolescentes que los orienten durante la etapa de maduración, ya que además de enriquecer su formación y conocimiento a través de la familia y la escuela, también lo hacen por un medio audiovisual, donde de manera consciente o inconscientemente van adquiriendo información que puede influir en su desarrollo intelectual, moral y emocional, que más tarde se verá reflejado en su edad adulta.

Para llevar a cabo mi objetivo, se consideró necesario descubrir, a partir de una investigación histórica, documental y de campo, la importancia que tiene el difundir y producir programas educativos para televisión abierta en México, enfocados al público pre-adolescente, el cual requiere de una mayor orientación y formación de valores positivos debido a la etapa de maduración por la que atraviesan.

Actualmente, una teoría no es un referente único para resolver un problema. La multidisciplinariedad de la teoría social contemporánea, en lo que respecta al desarrollo de mi trabajo, le permite enriquecerse con diferentes perspectivas teóricas que a lo largo de la tesis se encontraran citadas.

El primer capítulo se denomina **COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN**, para comprender mejor el nuevo paradigma que involucra a la educación con la tecnología se tratará de definir cada uno de los conceptos para poder llegar a una definición de comunicación educativa, posteriormente se hace mención de los tipos de televisión que existen, hay una sola televisión como instrumento tecnológico, pero en teoría con diferentes propósitos, que permiten clasificarla en: comercial, cultural y educativa, de ésta última se habla de su definición y se especifican sus antecedentes. Para finalizar se desglosa el desarrollo de la televisión educativa en México y cómo se lleva a cabo la enseñanza y el aprendizaje a través de un medio de comunicación, específicamente la televisión.

El segundo capítulo se titula **DESARROLLO HUMANO**, en primera instancia se presentan las diferentes etapas por las que transita el niño antes de llegar a la pre-adolescencia, que es el periodo que ocupa esta investigación; cuáles son las características de los pre-adolescentes y cómo se reflejan sus cambios en diversas áreas del desarrollo: cognitiva, socioafectiva y psicomotriz, mismas que le permiten generar o limitar su socialización con las diversas instituciones, así como, de aquellas necesidades, aspiraciones y preocupaciones que se presentan durante esta transición.

Además se presentará la influencia que tiene la televisión en este tipo de audiencia, ya que es la edad en la que absorben fácilmente lo que ven, y para ejemplificar como debería ser un programa adecuado para esta etapa, se habla del programa a consideración de lo investigado para pre-adolescentes “El Show de los Once”, que a través del humor abordaba temas importantes para niños y niñas entre nueve y once años, con contenidos ubicados en contextos cercanos a sus vidas, que les permitían sentirse identificados, relajados, entretenidos y comunicados.

El tercer capítulo es nombrado **EL PAPEL DE LAS INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y EMPRESAS PRIVADAS, EN TORNO A LA TELEVISIÓN EDUCATIVA PARA PRE-ADOLESCENTES**, el cual pretende dar a conocer los antecedentes de programas educativos para pre-adolescentes en la televisión mexicana, con la finalidad de demostrar si su difusión y producción sigue siendo la misma en la actualidad. También se mencionan las acciones por parte de la Dirección General de Televisión Educativa y del Organismo Internacional ILCE, cuyos propósitos son mejorar la calidad de la televisión para un público que atraviesa por una etapa de cambios, así como crear una cultura más crítica en los telespectadores. Por otro lado, se hace mención de la asociación “A Favor de lo Mejor” que pugna por una programación que esté por encima de los intereses económicos y se enfoque a favorecer el desarrollo humano. La asociación proporciona datos relevantes en torno a la calidad de contenido y cantidad de programas transmitidos en la televisión mexicana. Además se mencionan los dos grandes consorcios mediáticos: Televisa y TV Azteca, con el propósito de presentar la programación de Canal 5 y Azteca 7, que están enfocados al público juvenil.

# I COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Para comprender mejor este nuevo paradigma que involucra a la educación con la tecnología, es necesario llegar a una definición de Comunicación Educativa, pero antes, es esencial conocer el significado de cada uno de los términos con la finalidad de poder explicar el concepto de Comunicación Educativa posteriormente.

Con frecuencia se afirma que educación y comunicación son procesos inseparables, vistos desde la concepción de que no hay hecho educativo sin que no medie una acción comunicativa.

Las aportaciones teóricas en comunicación hechas a lo largo de este tiempo, generan una gran cantidad de definiciones de lo que es el término; sin embargo, una de las más recurrentes es aquella que regresa a sus orígenes etimológicos.

La palabra *comunicación* proviene del latín *communis*, que quiere decir “poner en común”. Cuando nos comunicamos estamos tratando de compartir una información, una idea o una actitud, de un sujeto a otro.

Harold Lasswell desarrolló uno de los modelos de comunicación más influyentes, que consistía en una serie de preguntas que, según el autor, todo buen investigador busca saber: *¿Quién?*, *¿Dice qué?*, *¿A quién?*, *¿En qué canal?* y *¿Con qué efectos?* El modelo de Lasswell sigue el movimiento de dicho mensaje del emisor al receptor.

Lasswell define a la comunicación “como el acto intencional de una persona a dirigir un mensaje a otra”.<sup>1</sup>

La comunicación se entiende como el acto entre dos o más sujetos que realizan una donación o transmisión de algo, a través de un código en común, entre el que da o comunica y el que recibe o participa.

Para que el proceso de comunicación se lleve a cabo, es necesario que existan por lo menos tres elementos, que son: emisor, mensaje y receptor.

1. El emisor o fuente puede ser una persona con habilidades comunicativas (como el habla, la escritura, el dibujo, el pensamiento o la gesticulación) o un medio de comunicación (periódico, revista, radio, televisión, Internet, cine, etcétera).

2. El mensaje es el producto físico del emisor, puede tomar la forma de la palabra escrita, hablada o de cualquier otra señal cuyo significado pueda interpretarse.

3. El receptor puede ser una persona que escucha, observa o lee, o en el caso del público un televidente, un radioescucha, el lector de un libro o una revista.

El emisor es la persona que envía un mensaje al receptor, el cual decodifica la información, al hacerlo es capaz de emitir una respuesta, convirtiéndose en emisor y el emisor en receptor, dándose así la retroalimentación.

---

<sup>1</sup> Fernández Collado, Carlos, *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, 2ª ed., México, McGraw-Hill, 1986, pág. 10.

Transmitir un mensaje de persona a persona no requiere de un alto grado de desarrollo individual o social como condición para poder transmitirlo. Cuanto más ricas sean sus experiencias en común, más y mejor podrán comunicarse.

Los investigadores de la comunicación afirman que es imposible lograr la igualdad entre las ideas del emisor y las del receptor, porque la percepción de la realidad y la interpretación de las palabras siempre son distintas de una persona a otra. Por tanto, el reto que se tiene el comunicador es lograr la mayor similitud posible.

El proceso de comunicación puede aplicarse en distintos niveles o dimensiones, de acuerdo con el número de personas implicadas:

**Comunicación intrapersonal:** se trata de una comunicación consigo mismo. Quizá los momentos en que este fenómeno es más claro, sean aquellos que conocemos como de reflexión o de “diálogo interno”.

**Comunicación interpersonal:** es la forma de comunicación que podemos considerar como la más completa; su base es diálogo entre dos o más personas, y donde existe la posibilidad de intercambiar mensajes. En ella los emisores y receptores cambian permanentemente de papel.

**Comunicación grupal:** por grupo podemos entender un número reducido de personas, normalmente menos de siete, con un cierto grado de intereses comunes, regularmente expresados como objetivos aceptados por todos los miembros. Cuando se realizan en el interior de un mismo grupo se denomina intragrupal. Cuando ocurre entre dos o más grupos es intergrupalo.

**Comunicación organizacional:** Es la que ocurre en el seno de organizaciones complejas. Tiene que ver, sobre todo, con las relaciones empresa-personas y personas entre sí (consideradas como miembros de la organización). Es un fenómeno institucional que afecta a grandes grupos.

**Comunicación colectiva:** se dirige a un número mayor de receptores, entre los cuales no necesariamente existen relaciones interpersonales, pero sí elementos de afinidad entre ellos. Es el caso de la comunicación que se realiza en un concierto de música clásica, o en una conferencia, etcétera. En ella el emisor y receptor tienen pocas posibilidades de entablar una conversación, aunque exista una identificación con la comunicación recibida.

**Comunicación masiva:** en esta comunicación, el emisor es siempre emisor y el receptor es siempre receptor, la posibilidad de establecer un diálogo entre ellos es nula. Es aquella que tiene como receptores a grandes segmentos de la sociedad y cuyos canales o medios son: periódicos, revistas, radio, cine, televisión, etcétera.<sup>2</sup>

Wilbur Schramm dice que “La comunicación es el gran instrumento de relación. Relaciona a individuos entre sí, hace posible que los grupos funcionen y las sociedades vivan armoniosamente. Relaciona a un artista con su audiencia, a un maestro con sus alumnos, a un líder con su gente”.<sup>3</sup>

Gracias a la comunicación, el ser humano puede desarrollarse con sus semejantes y donar conocimientos a quien no los posee aún, bien sea de una forma individual o sirviéndose de los medios de comunicación.

---

<sup>2</sup> Material de uso académico, “*Taller de comunicación I*”, Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Oriente, México, 2002, pág. 15.

<sup>3</sup> Shannon y Weaver, “*The mathematical theory of communication*”, Urbana: University of Illinois, 1971, pág. 13, en Paoli, Antonio, *La comunicación*, México, Edicol, 1977, pág. 41.

La manera en que el individuo se comunique, dependerá en gran medida de sus necesidades, la posición y la situación social en la que se encuentre, así como de los diferentes roles en los que participe, ya sea como emisor o como receptor.

La comunicación transmite información, conocimiento, cultura e ideología; todo lo anterior conforma la educación de las personas, que ha sido adquirida a través de la escuela, la familia, los medios de comunicación y el entorno social en el que se desenvuelve.

## 1.1 Educación

Etimológicamente, la palabra educación procede del latín *educare* que significa, crear, criar, nutrir o alimentar, y de *exducere*, que equivale a sacar, llevar o conducir desde dentro hacia fuera. Además, es un proceso multidireccional, que garantiza el desarrollo o la formación del hombre durante toda la vida, mediante el cual nuevas generaciones asimilan y se apoderan de los conocimientos, normas de conducta, modos de ser, valores, costumbres, culturas y formas de ver el mundo de generaciones anteriores, que le permitan su adaptación al medio ambiente.

Como menciona Herbert Spencer: “la misión de la educación no puede ser otra que la de prepararnos a vivir la vida completa”,<sup>4</sup> donde las personas desenvuelven sus habilidades, aptitudes y otras formas de conducta de valor positivo en beneficio de la sociedad.

Para algunos, la educación debe concentrarse en el individuo; para otros, en la sociedad. Según Edgar Faure, la educación es un proceso cultural que busca la integración y el desarrollo de todas las virtualidades del ser y su sociedad.<sup>5</sup> Asimismo maneja que la educación es una actividad continua cuyo objeto es la formación de todos los hombres (niños, adolescentes y adultos) durante el transcurso de su vida; su lugar está constituido por todo el ambiente social.

Faure considera que la sociedad es el educador básico, y el educando mismo actúa como sujeto de la educación la cual no se refiere únicamente a la adquisición de conocimientos, sino a un proceso del ser humano y de su grupo social que a través de la asimilación y orientación de sus experiencias aprende a ser cada vez más humano.

Algunos autores consideran que la educación culmina con la “madurez” del individuo, para otros, se trata de una idea continua y constante a lo largo de toda la vida, lo que supone que la escuela ya no es entendida como el único medio posible de acción educativa, donde dos o más seres humanos intercambiaban y modificaban sus conocimientos, sino que rebasa ampliamente el cuadro escolar en el que solía considerarse, ya que ahora existe la posibilidad de seguir retroalimentando el conocimiento y los valores de la persona, lo cual contribuye a un cambio positivo en su comportamiento, actitud, conocimiento, ideas y habilidades.

Recordemos la afirmación de Maurice Debesse: “La educación no crea al hombre, le ayuda a crearse a sí mismo”.<sup>6</sup>

Todo ser humano tiene derecho a una *institución del bien común* donde pueda desarrollar sus instrumentos indispensables para su adaptación al entorno, porque es una herramienta social y pedagógica que contribuye al crecimiento y maduración de los jóvenes.

---

<sup>4</sup> De la educación intelectual, moral y física, La lectura, Madrid, s/f, en Feroso Estebanez, Paciano, *Teoría de la educación*, México, Trillas, 1981, pág. 127.

<sup>5</sup> Suárez Díaz, Reynaldo, *La educación: su filosofía, psicología, su método*, México, Trillas, 1978, pág. 16.

<sup>6</sup> Sarramona, Jaume, *Fundamentos de la educación*, España, Ceac, 1989, pág. 30.

La Ley General de Educación (México) señala en su Artículo segundo que:

“Todo individuo tiene derecho a recibir educación y, por lo tanto, todos los habitantes del país tienen las mismas oportunidades de acceso al sistema educativo nacional, con sólo satisfacer los requisitos que establezcan las disposiciones generales aplicables.

La educación es medio fundamental para adquirir, transmitir y acrecentar la cultura; es proceso permanente que contribuye al desarrollo del individuo y a la transformación de la sociedad, y es factor determinante para la adquisición de conocimientos y para formar a mujeres y a hombres, de manera que tengan sentido de solidaridad social.

En el proceso educativo deberá asegurarse la participación activa del educando, estimulando su iniciativa y su sentido de responsabilidad social, para alcanzar los fines a que se refiere el Artículo 7”.<sup>7</sup>

Asimismo, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo tercero establece:

“todo individuo tiene derecho a recibir educación. El Estado -Federación, Estados, Distrito Federal y Municipios-, impartirá educación preescolar, primaria y secundaria que conforman la educación básica obligatoria.

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

Dicha educación será laica y, por tanto, se mantendrá por completo ajena a cualquier doctrina religiosa”.<sup>8</sup>

De acuerdo a lo anterior, como parte de las garantías individuales, toda persona tiene derecho a la educación, así como el respeto a sus libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra. Por esta razón, el Estado mexicano está obligado a prestar servicios educativos para que toda la población pueda tener acceso a una formación básica, misma que tendrá un carácter laico y gratuito.

Puesto que la educación es un proceso en el cual todos los seres humanos se educan entre sí, es necesario establecerlo a través de un método comunicativo, dentro del cual se abra la posibilidad para el educador y el educando de ser emisores recíprocos de mensajes.

La educación completa el crecimiento y la evolución, y es imposible sin la comunicación. Las razones son obvias, la educación es un perfeccionamiento y no existe desarrollo posible sin comunicación, lo que quiere decir que ésta es necesaria para explicar aquélla; *enseñar es siempre comunicar*.

---

<sup>7</sup> Fuente: <http://info4.juridicas.unam.mx>, 21 de enero de 2010.

<sup>8</sup> *Ídem*.

## 1.2 La comunicación educativa en la televisión

La televisión ha disminuido de manera paulatina su interés por difundir programas de corte educativo y cultural hacia un público infantil, pre-adolescente, adolescente, jóvenes y adultos, por lo que cabe hacer un alto para reflexionar sobre lo que implica entender a la televisión en términos de un enfoque educativo.

La gente no sólo se forma en esquemas escolarizados, la televisión ocupa un espacio muy importante en los hogares contemporáneos, según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) 95% de los hogares urbanos mexicanos cuentan con televisión.<sup>9</sup>

Todas las opciones televisivas forman a los receptores, desde muy temprana edad, aunque no necesariamente los educan con propósitos de aprendizaje predeterminados, la televisión y otros medios masivos, desempeñan un importante papel en la configuración de la idea del mundo que cada uno posee para normar y orientar su ser y estar entre los semejantes.

La televisión constituye, por su lenguaje, por su naturaleza, por la forma en que se adentra en los espacios más íntimos, un proyecto pedagógico y cada programa televisivo tiene detrás de sí, intencionalmente o no, una concepción del mundo y una propuesta del hombre.

Pero ¿Cuál es el papel de la televisión? Es decir, ¿educa? o ¿entretiene?

La televisión funciona como un medio electrónico de información y entretenimiento que adapta sus programas a los gustos del auditorio, o al menos así lo justifica, al mismo tiempo que también ejerce una influencia sobre las perspectivas del mismo y los sistemas de comunicación que se establecen desde temprana edad en los niños y el público en general.<sup>10</sup>

La relación entre comunicación y educación muestran que la primera es condición indispensable de la segunda, la *Comunicación Educativa* tiene sus orígenes en la década de los veinte, a partir de que se le descubre y estudia por separado, y se reconocen las posibilidades que ofrecen los instrumentos de comunicación masiva aplicados a la educación.

Originalmente se le conocía como *comunicación audiovisual o auxiliares de la enseñanza* y no es hasta los años setenta cuando adopta el nombre de *Comunicación Educativa*, un significado pedagógico que se le da a la comunicación, que consiste en la interrelación creada entre el educador y los educandos.

El proceso de comunicación en la educación parte de un emisor (profesor) que, a través de auxiliares como los medios de comunicación codifica la realidad en forma de imágenes, palabras, conceptos y afirmaciones dirigidas a un receptor (estudiante) el que

---

<sup>9</sup> Fuente: <http://www.inegi.org.mx>, 21 de septiembre de 2010.

<sup>10</sup> Eurasquin Alfonso, Luis Matilla y Miguel Vázquez. *Los teleniños*, 2ª ed., México, Laia, 1988, pág. 36.

responde mediante la creencia, aceptación y repetición; o mediante la recepción, la creación y la asimilación.<sup>11</sup>

La *Comunicación Educativa* existe a partir de la interacción y el diálogo del profesor con el alumno, donde no sólo es mera transmisión de información, conocimientos e ideas, por el contrario, es un proceso de enseñanza-aprendizaje que favorece a crear condiciones idóneas para formar correctamente la personalidad del estudiante.

La educación puede resultar más eficaz si se apoya en los medios electrónicos de comunicación, pues hace más ameno el aprendizaje y facilita entender y comprender mejor lo que el profesor enseña, además que las clases resultan más entretenidas, ágiles, dinámicas y, sobre todo, más fáciles de digerir y recordar sus contenidos.

Sin embargo, es indispensable y muy importante la interpretación y la explicación verbal que el profesor pueda proporcionar a los alumnos acerca del tema tratado en clase; asimismo que el educador es el indicado para resolver las posibles dudas que puedan surgir.

T. E. Landivar define la *Comunicación Educativa* como “el área donde ocurren precisamente los procesos de interacción propios de toda la relación humana, en donde se transmiten y recrean todos los significados”.<sup>12</sup>

La *Comunicación Educativa* constituye un sistema abierto que garantiza la distribución y redistribución de las funciones de los participantes, el intercambio de los roles para la solución de problemas, la aspiración a comprender la posición del otro, el tener puntos de vista diferentes que enriquezcan el diálogo y el debate, de ahí que se hable de una comunicación, haciéndose evidente la necesidad de planificar, organizar y dirigir un proceso comunicativo que enfatice en el papel activo.

El término *Comunicación Educativa* no ha sido empleado solamente en relación con la educación escolarizada, sino que está vinculado a diferentes áreas, una de ellas en la práctica de los medios de difusión masiva, caso concreto la televisión, que es la que nos interesa abordar.

Francisco Sierra, afirma que “la Comunicación Educativa es el marco del trabajo académico que ha tratado la compleja integración entre información, tecnología, educación y cultura, a partir de las relaciones existentes en esta materia iniciada con los programas de educación ‘en’, ‘sobre’, ‘a través’ y ‘con’ los medios y modernas tecnologías electrónicas de comunicación por el sistema formal de enseñanza”.<sup>13</sup>

Su penetración y consumo en el mundo infantil y juvenil hacen de la pantalla electrónica uno de los más relevantes medios de socialización para esos públicos. De aquí la importancia de considerar a este medio como un canal para difundir programas educativos que orienten al espectador pre-adolescente en su etapa de maduración.

---

<sup>11</sup> Castañeda Cano, Ruth Aimé y Gutiérrez Rodríguez, Marisela, “*La televisión educativa y la educación de la sexualidad en adolescentes: producción de una programa*” (Tesis), México, ENEP ARAGÓN, 1994, pág. 13.

<sup>12</sup> Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos46/comunicacion-educativa>, 22 de enero de 2010.

<sup>13</sup> Fuente: Chávez, Adriana, *Televisión Educativa o Televisión para Aprender*, Razón y Palabra, Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/achavez.html>, UNAM-ENEP Acatlán, 1 de enero de 2010.

Sin duda, la televisión es un medio controversial, algunas personas opinan que es un medio excelente; mientras que otras lo critican y atacan, pero en realidad no se le puede calificar como buena o mala, pero lo que sí se puede hacer, es evaluar a sus manejadores, quienes tienen la posibilidad de hacer de la televisión una herramienta constructora que informe, eduque y entretenga al mismo tiempo al televidente.

Como menciona Marshall McLuhan en su libro *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, los productos de la televisión no son buenas ni malas, simplemente su valor está determinado por la forma en que se los utiliza, “el medio es el mensaje.”

La televisión en la actualidad, tiene la posibilidad de funcionar como un medio de información, de entretenimiento y como medio educativo.

“Los programas informativos, al realizar el manejo y selección de información, están condicionados de nacimiento por dos factores insolubles: el primero en materia económica, el segundo en terreno ideológico”.<sup>14</sup>

Actualmente, los noticieros son considerados como negocios económicos más que como un servicio social, que tienden hacia el infoentretenimiento. Constantemente transmiten noticias basadas en sucesos y violencia desde vertientes más sensacionalistas, además de horóscopos, caras bonitas, cantantes, cómicos, etcétera, que llamen la atención de un vasto auditorio para interesar a una máxima cantidad de clientes, huyendo así de la información.

“Los noticiarios no desconocen que su cuna y vida dependen ‘de un público acostumbrado al entretenimiento’, por tanto, aceptan y se esfuerzan en cumplir las reglas del *show business*”.<sup>15</sup>

En el terreno ideológico, las noticias, los comentarios, las opiniones, los reportajes, están más interesados en mantener las creencias existentes que en proporcionar información, promover cambios, fomentar o estimular la reflexión. Rara vez estas emisiones transmiten ideas que sean realmente novedosas.

La función de entretenimiento asignada a este medio le ofrece al público un sinnúmero de producciones, locales o extranjeras, donde existan elementos de atracción que garanticen un elevado índice de auditorio. De esta manera los directivos de la televisión se ven obligados a proporcionar a los anunciantes programas que sean una verdadera red de interés para el público, sujetándose así a la necesidad de hacer emisiones en donde los planteamientos se caracterizan por su simplicidad, por la disposición que los personajes tengan hacia modelos estereotipados o por la fama y aceptación de los actores modernos.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Cremoux, Raúl, *¿Televisión o prisión electrónica?*, México, Fondo de Cultura Económica, 1974, pág. 102.

<sup>15</sup> *Ibidem*, pág. 101.

<sup>16</sup> *Ibidem*, pág. 93.

El contenido de todas esas emisiones carece de significado, no le exigen al público el menor trabajo intelectual o de imaginación. La televisión, es la opción de diversión, es el medio más accesible para las personas, quienes no requieren de habilidades muy complejas para recibir la información que ofrece. Oír y mirar (ni siquiera escuchar y observar) son acciones que necesita realizar su receptor en busca de la promesa de entretenimiento.

Como medio educativo, no es solamente un mero auxiliar que complementa la función informativa de los profesores. Los medios de comunicación se han convertido en instituciones fundamentales en el proceso educativo de los individuos.

Aunque las personas no buscan los programas educativos, la televisión se los autoadmministra de modo informal, es decir, les proporciona lo que los autores llaman una *incidental learning*, esto es, instrucción incidental. La instrucción toma la forma de información cuando aprenden a través de la televisión las costumbres, formas de vida, la moda, etcétera. El posible aprendizaje, está relacionado con las habilidades, preferencias y necesidades del espectador.<sup>17</sup>

La televisión ha logrado la fijación y perdurabilidad de ciertos conceptos, mientras que la escuela, por su tradición verbalista y enunciativa de la información, no consigue la comprensión y fijación, por lo que la televisión fortalece la enseñanza y aprendizaje, influyendo favorablemente en la motivación, la retención y la comprensión; asimismo permite la formación de valores, cultura, normas, costumbres y pensamientos, que van de un grupo emisor a la población.

Todo lo que ocurre en nuestro entorno influye en nuestro comportamiento diario. La televisión es parte de nuestro ambiente, incluso en ocasiones es considerada como un miembro más de la familia. Y precisamente por ser un elemento importante de ese entorno, no cabe duda que nuestra conducta está influida, al menos en cierta forma, por la calidad de programas y contenidos que ésta nos presenta.

Gracias a la experiencia y el conocimiento previo adquirido a partir del entorno en el que se desenvuelve el telespectador (familia, iglesia, escuela y amigos), favorece a que actúe como receptor activo y crítico, que se rebela ante lo que se le impone, interpreta y le da sentido a los mensajes televisivos.

Guillermo Orozco Gómez señala:

“En el proceso de recepción, la audiencia no asume necesariamente un papel de receptor pasivo. La *actividad* de la audiencia 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 de contenido televisivo. Esta secuencia arranca con la *atención*, pasa por la *compresión*, 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”.<sup>18</sup>

Se entiende que el receptor no se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco, sino que ya cuenta con un repertorio cultural (actitudes, ideas, valores, etc.), por lo que no consume en su totalidad el mensaje propuesto, sino que realiza una elección.

---

<sup>17</sup> Vilches, Lorenzo, *La televisión. Los efectos del bien y el mal*, España, Paidós, 1993, pág. 54.

<sup>18</sup> Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*, Madrid, De la Torre, 1996, pág. 35.

El proceso de recepción no concluye al acabar un programa o al apagar el televisor, sino que más tarde comparte con otras personas lo que vio el día anterior en la TV; de esta forma, la construcción de asociaciones, producción de significados y la recepción, circula en otros escenarios e instancias sociales (grupo de amigos, vecinos, compañeros de trabajo, etcétera) de la vida del receptor.

Según Erard, “el problema no está en los programas que se emiten, sino en la falta de criterio al seleccionar la oferta televisiva”.<sup>19</sup>

Los maestros deberían mostrar un mayor interés en conocer la televisión que les gusta a sus alumnos e incorporarla a las prácticas pedagógicas, con dos objetivos: el educar y fortalecer el pensamiento crítico. Es decir, utilizar a la televisión como un elemento más para enseñar a sus alumnos a ser televidentes críticos.

Diego Lizarazo A. menciona en su libro *La dislocación del sentido percepción e imaginación docente ante la tele*, cuatro capacidades para ser un espectador crítico ante la televisión:

1. Capacidad de apreciar la cultura.
2. Capacidad de distinguir realidad y fantasía.
3. Ser analítico.
4. Ser capaz de juzgar.

Lo que falta en nuestro país es enseñar al televidente a entender e interpretar un mensaje televisivo.

La televisión es un elemento útil tanto para la *educación formal* como para la *educación no formal*, entendiendo por *educación formal* como “el sistema educativo institucionalizado que abarca desde la educación preescolar hasta la universidad”.<sup>20</sup> Aquella que corresponde a la escuela como una institución cuyos objetivos son la conservación y mejoramiento de la sociedad, que se rige de acuerdo a determinados planes y programas de estudio, donde su función primordial es la formación integral del individuo y el desarrollo armónico de la personalidad.

Mientras tanto, la *educación no formal* “se refiere a las actividades de aprendizaje que se realizan fuera del sistema educativo formalmente organizado (...) para educar con vistas a ciertos fines específicos con el respaldo de una persona, grupo u organización identificable”.<sup>21</sup> Se lleva a cabo en un contexto extra escolar, un aprendizaje que no es ofrecido por un centro de educación y del que normalmente no se obtiene una certificación. Por ejemplo, encontramos algunos programas de capacitación para aprender algún oficio; de alfabetización para adultos; educación ambiental; formación cívica y social, etcétera. Cabe mencionar que este tipo de educación no necesita ningún plan o programa específico a seguir.

---

<sup>19</sup> Yarce, Jorge, *Televisión y familia*, México, Minos, 1995, pág. 20.

<sup>20</sup> La Belle, Thomas j., *Educación no formal y cambio social en América Latina*, México, Nueva imagen, 1980, pág. 44.

<sup>21</sup> *Ídem*.

Pero referirnos a los medios masivos, en particular de la televisión en la educación, es hablar de una *educación informal*, que en ocasiones se considera más llamativa e interesante que la obtenida en la escuela.

La *educación informal* es “el proceso que dura toda la vida, por el cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, capacidades, actitudes y comprensión a través de las experiencias diarias y contacto con su medio”.<sup>22</sup> Un proceso de aprendizaje continuo y espontáneo que complementa la educación formal y la educación no formal. Se trata de una acción educativa individual o en grupo, provocada a menudo por la información recibida por los medios de comunicación (radio, revistas, periódicos, televisión, Internet, etcétera.), así como por la interacción con los amigos, familiares y compañeros de trabajo.

Los medios masivos de comunicación en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres.

Se ha manejado que la televisión tiene influencias positivas en la audiencia, pero también tiene aspectos negativos.

- Si bien, el público obtiene a través del medio conocimientos acerca de diversos aspectos del mundo con el que no tienen un contacto directo, puede dar también información incorrecta sobre actitudes y valores, de tal manera que refuerce los estereotipos negativos frente algún sector social, cultural o racial.
- La televisión puede ser un buen instrumento formativo. Un ejemplo pueden ser los programas de televisión educativa. Por desgracia las personas todos días libran una batalla de valores que se ven atacados por los antivalores que los contenidos de los programas brindan.
- Induce al individuo, mediante anuncios, publicidad en programas, etcétera, al consumismo sin medida, de productos o servicios.
- En la televisión hay demasiadas dosis de violencia y sexo. A la vez que presenta modelos de vida extranjeros. Así mismo, ha terminado produciendo programas efímeros.
- El abuso de tiempo frente al televisor puede impedir que los miembros de la familia puedan comunicarse, incluso que los jóvenes no dediquen su tiempo a otras actividades más positivas que facilitan el aprendizaje necesario para su desarrollo personal e intelectual.<sup>23</sup>

Guste o no, la televisión incide más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, por ser el medio de entretenimiento mayormente difundido, y porque juega un papel muy importante en la formación de la conciencia, tanto individual como colectiva.

“La televisión ha demostrado ser, en diversos países, un medio que estimula y mejora el aprendizaje, pues los mensajes que transmite tienen un mayor impacto en las áreas afectiva, cognoscitiva y conductual de los televidentes”.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> *Ibidem*, págs. 43-44.

<sup>23</sup> Aguaded, José Ignacio, Aguaded, José Ignacio, *Convivir con la televisión familia, educación y recepción televisiva*, México, Paidós, 1999, págs. 59, 60.

<sup>24</sup> Pacheco, Paco, *Televisión y Ciencia*, México, SEP, DGTVE, CETE, PIDCE, 2006, pág. 98.

Por ello es necesario que las instituciones educativas y la sociedad en general no asuman como oponente a la televisión frente a la enseñanza tradicional, si no como un apoyo en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los jóvenes, ya que enriquece aún más su formación, comprensión y retención de conocimientos.

Queda claro que la televisión, la familia y la escuela constituyen las fuentes principales del conocimiento en los jóvenes. Aquí la tarea para la escuela es enseñar de una forma divertida y para la televisión es no sólo divertir sino educar.

La televisión debe situarse estratégicamente por lo mismo entre las necesidades de desarrollo social y la función cultural propia de una institución educativa.

La enseñanza y el aprendizaje en la comunicación y la cultura no puede mermarse a una función sólo de los docentes, el problema de la *Comunicación Educativa* es que requiere la participación de padres responsables, políticos, profesionales de la información y movimientos sociales para producir un público crítico, libre, objetivo, capaz de crear su propio juicio.

Cabe aclarar que ninguna institución (familia, iglesia, escuela, medios de comunicación) educa totalmente al niño, aunque todas ellas influyen en su formación.

### 1.3 Tipos de televisión

La televisión es reconocida como un medio de comunicación que difunde información, valores, normas, costumbres y cultura; además de ser considerada un medio que influye y educa al individuo.

La televisión se bifurca en dos sentidos: pública y privada

La *televisión pública o gubernamental* es aquella que ofrece contenidos culturales, educativos e informativos para todos los gustos. Es accesible a todos los ciudadanos que no tienen posibilidades económicas de suscribirse a la televisión de paga.

Las *televisoras públicas* lamentablemente cuentan con un presupuesto reducido, ya que no tienen permitido comercializar su señal, dependen directamente de la jefatura de gobierno, es decir, están a merced de las decisiones presupuestarias de gobiernos o mayorías parlamentarias, que no siempre están interesados en el cumplimiento de la misión que conlleva ser una televisión pública.

“Privilegia el carácter público de este medio para superar su visión comercial y ganar su densidad ciudadana, aquella que nos relata cómo se transforma el colectivo social. Este interés se ubica en la relevancia social, cultural y política que se está dando en nuestra sociedad al carácter “público” del servicio de televisión”.<sup>25</sup>

La experiencia de la *televisión pública* en América Latina se traduce en que ésta resulta ser sinónimo de aburrimiento, por su contenido cultural y educativo; además de que sólo es tomada en cuenta para un aula de clases, así como para el abuso gubernamental y de políticos que buscan un voto ciudadano.<sup>26</sup>

Pero debería ser considerada como una mediadora entre el gobierno y la sociedad que puede llegar a favorecer el desarrollo de nuestro país. Es indispensable que las televisoras públicas, en conjunto con otras instituciones, formen por medio de su programación una conciencia en el individuo que le permita crear una transformación intelectual y emotiva que colabore al desarrollo como sociedad y que contribuya en el cambio de las conductas colectivas ante los grandes conflictos que retardan el avance del país. Un medio que sirva tanto para emitir como para recibir mensajes.

Por otro lado, la *televisión privada* es aquella que produce programas efímeros, sin memoria, sin búsqueda, sin intenciones educativas o culturales. Sólo brinda contenidos de entretenimiento, *reality shows*, concursos, publicidad, etcétera. Se dirige primordialmente a promover a sus anunciantes y ofrecer entretenimiento de manera masiva.

“Se entiende que el propietario o grupo de accionistas mayoritario tiene plena soberanía para decidir sobre la marcha de la empresa”.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Rincón, Omar, et. al., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Argentina, La Crujía, 2005, pág. 24.

<sup>26</sup> *Ibidem*, pág. 29.

<sup>27</sup> *Ibidem*, pág. 110.

Omar Rincón realiza una declaración afirmando:

- I. La televisión pública interpela al ciudadano, mientras la televisión comercial le habla al consumidor.
- II. La televisión pública debe ser el escenario del diálogo nacional intercultural.
- III. La televisión pública debe promover lo universal que no pasa por lo comercial.
- IV. La televisión pública debe dejar de programarse como secuencia lineal y curricular de la escuela para ganar el proceso y el flujo propio de las narrativas audiovisuales.
- V. La televisión pública debe hacer programas de gran impacto, que se conviertan en hechos sociales y ameriten repetición.
- VI. La televisión pública debe recuperar lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo que promueve la televisión, la cultura y la educación.
- VII. La televisión pública debe ampliar las posibilidades simbólicas de representación, reconocimiento y visibilidad para la construcción de ciudadanía, sociedad civil y democracia.
- VIII. La televisión pública debe ser una experiencia cultural en sí misma por la expresión, sensibilidades y sentidos que promueve.
- IX. La televisión pública debe formar a los televidentes en los ámbitos de la lectura crítica de las imágenes y del control ciudadano sobre los mensajes audiovisuales que se exhiben en toda la televisión.
- X. La televisión pública debe programarse y producirse por convocatoria pública a través de procesos de asignación de espacios transparentes y participativos, en coherencia con las políticas culturales de comunicación y educación de cada país, y con base en los méritos de los realizadores y productores.<sup>28</sup>

La programación de una televisora pública o privada va a variar de acuerdo con sus intereses, ya sean informativos, educativos o de entretenimiento. A partir de los propósitos, se pueden clasificar en tres tipos: comercial, cultural y educativa.

---

<sup>28</sup> *Ibidem*, pág. 26.

### 1.3.1 Comercial

La televisión comercial tiene como fin principal el consumo, la diversión y el entretenimiento, por lo que mide sus alcances con base en el *rating*<sup>29</sup> y *Share* (cuota de pantalla).<sup>30</sup>

Este tipo de televisión genera programas patrocinados por casas comerciales que desean presentar algunos temas novedosos, así como recibir una remuneración económica. Ofrece los productos de sus patrocinadores y se sustenta de la publicidad.

“Una función central de la televisión comercial ha sido la de reducir a los ciudadanos a la condición de consumidores, hasta el punto de que ha podido afirmarse que la función primordial de la televisión comercial ha sido la de difundir publicidad rellena de programas de entretenimiento”.<sup>31</sup>

Actualmente, el sector de la televisión se encuentra inmerso en un radical proceso de transformación, caracterizado por una proliferación de canales, tecnologías, plataformas y cadenas de distribución, que convierte su estudio en un terreno apasionante y novedoso.

La televisión comercial en México y sus productos son el emblema más visible de la cultura de masas en nuestro país, si entendemos ésta como una fábrica de creencias, costumbres, hábitos, actitudes, etcétera, a gran escala y bajo procedimientos industriales para ser vendida al mercado más amplio posible, el modelo mexicano de televisión es, al mismo tiempo, una de las expresiones más fieles del sistema capitalista occidental.

La cultura de masas puede, en efecto, proliferar a partir de una cultura comercial, la existencia de una sociedad de consumo y de una institución publicitaria.

Estos son los grandes batallones habilitadores de la televisión comercial en México:

- Una cultura comercial.
- Una sociedad de consumo.
- Existencia de numerosas empresas deseosas de anunciarse por este medio.

Los niños, los adolescentes y las amas de casa de las clases altas, clases medias y las clases populares, son el corazón del mercado y el blanco del consumo de la cultura de masas; aspiran a tener un nivel de vida uniforme y precipitan en la estandarización de gustos y de la vida misma; en ese sentido, las televisoras, amparadas en la existencia de

---

<sup>29</sup> El *rating* se establece con base en mediciones realizadas por empresas especializadas, las cuales determinan, a través de llamadas o dispositivos electrónicos, el porcentaje de público que en un horario determinado observa la variedad canales y programas que ofrece la televisión.

<sup>30</sup> Se define como la relación existente, en porcentajes, entre el número de individuos que ven un determinado canal o programa y el total de individuos que están viendo televisión (audiencia total o TTV). Es decir, la relación entre audiencia absoluta en un programa y la audiencia total (de todos los programas que se emiten en ese instante de tiempo). Jauset, Jordi A., *Las audiencias en la televisión*, Barcelona, Uoc, 2008, pág. 62.

<sup>31</sup> Gubern, Román, *El eros electrónico*, México, Taurus, 2000, pág. 25.

estas clases sociales, imponen un tipo de cultura que no es la mejor ni la peor, reproduciendo banales representaciones de la realidad social, política e histórica.

Las televisoras crean y recrean la cultura de masas, fabricando sueños, ideas y estilos de vida a escala masiva en el mercado y produciendo varios efectos. Uno de ellos es la estandarización de productos, explicada gracias a la creación de programas (telenovelas, series y emisiones de entretenimiento) con técnicas de fabricación masiva. Pero, paradójicamente, buscan también producir el efecto de diferenciación, para que cada quien dentro de la estandarización sea cautivado por una cualidad diferenciadora.

De modo complementario, la publicidad, ocupante de un lugar cardinal y progresivamente creciente en las pantallas de televisión, actúa a nivel estructural como una intermediaria entre producción y consumo, siendo la mercancía el centro de su interés económico. La mercancía, centro de estudio de Marx, aparece así como objeto básico de la publicidad, tanto en sus dimensiones económicas como ideológicas. En otras palabras, la publicidad vende paralelamente mercancías e ideología.<sup>32</sup>

La producción mencionada no tiene como objetivo primordial responder a las necesidades de los individuos o de la sociedad, sino simplemente producir. Los propietarios de las fuentes de producción son, pues, quienes planifican nuestras necesidades, en base a las de ellos. “La ideología busca entonces convertir en internas del propio sujeto las razones externas de los intereses de las fuerzas productivas”.<sup>33</sup>

De forma subliminal y persuasiva, es la forma por la cual, la publicidad manipula los deseos de la gente que habita en un mundo capitalista. Donde no importa informar sobre los productos anunciados sino venderlos, se trata de llegar al público por la emoción, por el sentimiento, por la compensación, por la sensación de integrarse, etcétera, gracias a la compra de bienes y servicios que produzcan prestigio, satisfacción o resguardo.

---

<sup>32</sup> Guinsberg, Enrique, *Publicidad: manipulación para la reproducción*, México, Plaza y Valdés, 1987, pág. 85.

<sup>33</sup> *Ibidem*, pág. 89.

### 1.3.2 Cultural

“Su finalidad es contribuir a la formación del telespectador, aumentar sus capacidades críticas, su formación y, sobre todo, ensanchar su conciencia”.<sup>34</sup>

Es una televisión sin fines lucrativos al servicio del público, cuya finalidad es la formación y el enriquecimiento cultural, dedicada a la divulgación de las artes y ciencias, a la transmisión de programas de servicio social, documentales, infoshows y demás programas que pretenden aportar conocimiento e información a un amplio público.

La televisión cultural en su función social, según la Ley Federal de Radio y Televisión, consistirá en:

“Contribuir a elevar el nivel cultural de los pueblos y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma, y exaltar los valores de la nacionalidad mexicana”.<sup>35</sup>

En relación al artículo mencionado es obligación de las instancias gubernamentales: Ejecutivo Federal, Secretarías, Departamentos de Estado, Gobiernos de Estado, Ayuntamientos y los organismos públicos, promover la transmisión de este tipo de programas.<sup>36</sup>

Su auge se ha visto reducido por las siguientes razones:

- La cultura no es rentable
- La poca o nula intervención (regulación) del Estado en los medios de comunicación, dejando a su libre albedrío a los monopolios.
- Relación cultura- aburrimiento como estereotipo que se ha ido formando a raíz de la precariedad de recursos invertidos en estas producciones y, por consiguiente, la poca calidad en comparación con las producciones comerciales, que sí son redituables.<sup>37</sup>

“La televisión cultural tiene que ser experimental en todo, debe ser un espacio plural donde todo mundo se exprese de manera libre (jóvenes, mujeres, hombres, grupos indígenas, etcétera.) y no sólo las fuerzas políticas”.<sup>38</sup>

---

<sup>34</sup> Pérez Tornero, José Manuel, *El desafío educativo de la televisión para comprender y usar el medio*, México, Paidós, 1994, pág. 168.

<sup>35</sup> Ley Federal de Radio y Televisión, Título primero, Art. 5- III.

<sup>36</sup> *Ibidem*, Art. 6.

<sup>37</sup> Carrillo, Elvira Montero, “*El rating y canal once en la televisión cultural*” (Tesis), México, ENEP ARAGÓN, 2004, págs. 17-18.

<sup>38</sup> Entrevista con el Mtro. Jaime Tello, *Coordinador de realización de TV UNAM*, 15 de noviembre de 2010.

En un sentido más amplio, podemos definir a la televisión cultural, con relación a su función práctica hoy día, como:

- 1) Aquella que no se limita a la transmisión de la cultura producida por otros medios, sino que trabaja en la creación cultural a partir de sus propias potencialidades expresivas. Lo que implica no limitarse a tener alguna franja de programación con contenido cultural, sino darse la cultura como proyecto que atraviesa cualquiera de los contenidos y de los géneros.
- 2) Es cultura aquella televisión que hace expresivamente operante la muy especial relación que ella tiene, como medio, con la acelerada y fragmentada vida urbana. Y ello a través del flujo de las imágenes, entendiendo por éste tanto la continuidad entre fragmentos de información y el *shock* estético, de conocimiento y juego, de cultura y disfrute, como el semblante del discurso y géneros más extraños los unos a los otros.
- 3) La televisión abre el camino para a hacerse alfabetizadora de la sociedad, en los nuevos lenguajes, destrezas y escrituras audiovisuales e informáticas que conforman la específica complejidad cultural del hoy.

La calidad en la televisión cultural significa, en primer lugar, que trabaja sobre una concepción multidimensional de la competitividad: profesionalidad, innovación y relevancia social de su producción.<sup>39</sup>

Con el surgimiento de la televisión como industria en 1950, el Estado mexicano decidió otorgar a la inversión privada, señales definidas por la Constitución de la República como propiedad original de la nación, para que desarrollaran el gran negocio que hoy integran los consorcios privados Televisa, TV Azteca y Multivisión, SKY, Cablevisión, Televisa Networks (Unicable, Telehit, Ritmoson latino, TLNovelas, Tiin y Clásico TV), Televisa Deportes Network, de alcance nacional e internacional, además de otros pequeños grupos locales.

Paralelamente, se estableció el criterio de reservar para uso público una porción minoritaria enfocada a la cultura. Esta política se hizo patente hasta la aparición, en 1959, de Canal 11, emisora adscrita al Instituto Politécnico Nacional (IPN), quien la opera hasta la fecha.

La política privatizadora y neoliberal desatada en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), afectó de manera particularmente a los medios públicos. En 1993 Imevisión se disolvió, fueron subastadas sus redes 7 y 13 y adquiridas por Ricardo Salinas Pliego, con lo cual surge en el espectro TV Azteca.

Otro intento cultural, aún vigente, es Canal 22, que nació al mismo tiempo que se ponía en venta Imevisión. Fue rescatado del paquete de medios ofrecidos a la iniciativa privada. Con todas las vicisitudes de los canales gubernamentales, ha vivido ya casi tres sexenios.

En los años 80 y 90, la mayoría de los Estados de la República obtuvieron permisos o concesiones para operar señales televisivas abiertas. Su desarrollo se encuentra vinculado con el gobierno estatal en turno, lo que ha resultado en políticas contradictorias y cambiantes; en programación que fluctúa entre la calidad y el oficialismo. Sin embargo, constituyen un espacio que ha sido preservado para la cultura.

---

<sup>39</sup> Rincón, Omar, *Op. Cit.*, págs. 62-64.

Existen un total de 27 televisoras abiertas con un perfil cultural, 22 permisos para los Gobiernos de los Estados, 3 para las universidades, 1 para el IPN y Canal 22.

A partir del año 2000 se abrió una posibilidad inédita en el país: contar con señales televisivas culturales que solamente circulan por medios de paga como cable y satélite: El Canal del Congreso, el Canal Judicial, Aprende TV y TV UNAM, el canal de los universitarios. Es decir que en la etapa que va de 1985 a la fecha, la pantalla se ha diversificado.

Este tipo de televisión, a pesar de ser sinónimo de aburrimiento, nos permite conocer el mundo, no sólo como lugar geográfico, sino como fuente de ideas, de pensamientos y de procesos de comprensión y de raciocinio.

La televisión cultural lamentablemente se encuentra en grandes dilemas al tener que competir con canales privados y comerciales por una audiencia televisiva.

### 1.3.3 Educativa

La televisión mexicana ofrece una amplia gama de programas con contenido informativo, educativo o en todo caso, con un toque de entretenimiento como son noticiarios, caricaturas, series, películas, telenovelas, musicales, documentales, programas de concurso, deportivos, de espectáculos, etcétera, los cuales modifican la conducta del espectador; asimismo, provocan la adquisición de conocimientos, valores y habilidades; esto de alguna manera enriquece el proceso de aprendizaje, es decir, la televisión en general educa al individuo e influye en su formación cultural.

Por Televisión Educativa podemos entender a la televisión que ofrece y/o produce programas cuyo objetivo no es lucrar, sino proporcionar al televidente conocimientos, cultura y educación. Una herramienta de enseñanza y de ayuda para el aprendizaje.

Según Gordon, el termino Televisión Educativa “comprende casi cualquier clase de programas educativos de video que se pretenden con cualquier propósito serio o con un intento de enseñar algo a alguien”.<sup>40</sup>

La Televisión Educativa hace referencia a toda emisión de programas dirigidos a fomentar la información, con objeto de mejorar el estándar cultural de la población y optimizar los niveles educativos.

Evidentemente la televisión puede ser utilizada dentro de un diseño curricular concreto con intenciones educativas formales, donde es vital la participación del maestro, quien utiliza el medio para aproximarse y enriquecer aún más el conocimiento de los alumnos.

Pero por otro lado, la Televisión Educativa busca atender a una población muy dispersa, que por razones económicas o geográficas, no pueden asistir a un aula de clases. Este tipo de televisión que difunde educación no formal, recibe el apoyo de grupos gubernamentales y privados (capacitación, campañas de higiene, etcétera), complementando los sistemas escolares y facilitando el acceso a la enseñanza a personas que no tienen la posibilidad de una educación formal.

Por último la televisión también se ha empleado para promover enseñanza informal (telenovelas, caricaturas, noticiarios, etc.) que se da absolutamente en toda la programación televisiva.

“La televisión como un medio de comunicación de masas ejerce una gran influencia en la sociedad. Independientemente de los objetivos que se plantee la programación, desde un punto de vista global podemos afirmar que la televisión educa, forma, influye en la cultura social de las audiencias, en las actitudes, en los valores, en los comportamientos, en el pensamiento, en la ideología,...”<sup>41</sup>

En este sentido, se afirma que toda la televisión educa, puesto que influye en las actitudes, valores, comportamientos e ideología de la sociedad. Al incorporar cualquier

---

<sup>40</sup> Gordon, George N., *Televisión educativa*, México, Hispano América, 1996, pág. 4.

<sup>41</sup> Fuente: Prendes Espinosa, Ma. Paz, *Televisión educativa y cultural de la diversidad*, EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa, <http://www.uib.es/depart/gte/revelec5.html>, Universidad de Murcia, 4 de enero de 2010.

medio de comunicación a la enseñanza, debe producir o ayudar a que se produzca, al menos teóricamente, aprendizaje en los receptores.

La Televisión Educativa no es un sustituto de la enseñanza tradicional, sino una ayuda para una nueva enseñanza; tampoco es un sustituto del maestro, sino un medio para facilitar la tarea de éste.

“Los medios son una tecnología (con sendo espesor ideológico) que por sí misma no garantiza transformaciones y crecimiento y cuyas posibilidades dependen de la consistencia del proyecto pedagógico y cultural que la sostenga”.<sup>42</sup>

No son por sí mismos un aumento de la calidad de la enseñanza y el aprendizaje. Los resultados que se obtengan estarán determinados por las estrategias didácticas que se empleen para su uso.

La función actual de la Televisión Educativa no sólo es abatir el rezago educativo, sino contribuir a incrementar la cobertura y calidad de la enseñanza, así como promover una cultura de la educación a lo largo de la vida.

---

<sup>42</sup> Lizarazo Arias, Diego, *La dislocación del sentido: percepción e imaginación docente ante la tele*, México, SEP, DGTVE, CETE, PIDCE, 2007, pág. 144.

### 1.3.3.1 Antecedentes

La televisión como la gran colonizadora del tiempo de ocio social, productora de relatos audiovisuales en diversos géneros y formatos, es un medio que comunica, entretiene y educa al televidente.

En México su pionero fue el ingeniero Guillermo González Camarena, iniciador del sistema de televisión cromática basado en los tres colores, rojo, verde y azul, patente que vende en 1940 a las compañías RCA y Victor Talk Machine en Estados Unidos.

El 7 de septiembre de 1946 se inaugura la estación experimental de televisión XEIGC, con permiso de la Secretaría de Comunicación y Obras Públicas, bajo la responsabilidad técnica de González Camarena. La transmisión fue a las 14:30 horas con un programa artístico, y por espacio de dos años la televisora difundió programas cada sábado en la ciudad de México.<sup>43</sup>

A solicitud del entonces presidente de México, Miguel Alemán Valdés, nombra una comisión que se encargaría de observar y analizar los principales sistemas de televisión que operaban en el mundo; la comisión la integró el escritor Salvador Novo y Guillermo González Camarena, quienes viajaron por Estados Unidos y Europa, y confeccionaron un informe que ayudó a decidir la forma como operaría la televisión en México.

En 1950 surge XHTV Canal 4, propiedad de Rómulo O’Farril, la cual fue la primera estación de México y América Latina. En ese mismo año, XEW-TV Canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, inicia sus operaciones, y en 1952 el ingeniero Jorge González Camarena lanza XHGC Canal 5.

En 1955, a instancias del presidente Adolfo Ruiz Cortines, las tres estaciones de televisión se asocian, y surge Telesistema Mexicano, S.A., uno de los primeros consorcios de televisión de América Latina.

Más tarde, el 2 de marzo 1959, surge XEIPN Canal 11, adscrito a la Secretaría de Educación Pública, perteneciente al Instituto Politécnico Nacional, estación pionera de los canales culturales.

El primer programa que transmitió Canal 11 fue una clase de matemáticas, impartida directamente a la cámara por el profesor e ingeniero Vianey Vergara. Dentro del aspecto estrictamente académico, se transmitieron cursos completos de inglés, francés y ciencias sociales, con el objetivo de darle un uso diferente a la televisión.<sup>44</sup>

En 1968, surge Canal 8, perteneciente a TIM (Televisión Independiente de México), propiedad del entonces llamado “Grupo Monterrey”; fusionándose después con Telesistema Mexicano en 1973, dando origen a Televisa, empresa que, desde sus inicios hasta la fecha, es la más importante del mundo de habla hispana.

En ese mismo año, Canal 13, XHDF, se inaugura oficialmente transmitiendo el 1 de septiembre el informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz; sin embargo, su

---

<sup>43</sup> González Treviño, Jorge Enrique, *Televisión y comunicación: un enfoque teórico práctico*, México, Alhambra, 1994, pág. 29.

<sup>44</sup> Fuente: <http://oncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=historia>, 1 de febrero de 2010.

programación se inicia hasta el 12 de octubre; cuatro años más tarde, el estado Mexicano asume su financiamiento. Para 1983 se crea IMEVISIÓN durante el gobierno de Miguel de la Madrid. Posteriormente, el presidente de aquel entonces, Carlos Salinas de Gortari, lo vende en 1994 a inversionistas particulares, encabezados por Ricardo Salinas Pliego para formar así Televisión Azteca.<sup>45</sup>

En 1982, nace una nueva opción en la frecuencia de Ultra Alta Frecuencia (UHF), Canal 22, como parte del sector estatal de televisión bajo el organismo de la Televisión de la República Mexicana; su transformación en emisora cultural se da en 1993; cuando efectúa sus primeras transmisiones como televisora pública de carácter cultural, siendo una institución dependiente de la SEP (Secretaría de Educación Pública) y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Su programación abarca temas como: las artes plásticas, música, literatura, historia, danza, cine, animación, miniserias, programas infantiles, informativos y de investigación periodística. Canal 22 es una nueva forma de hacer televisión, enfocada a apoyar el desarrollo de la educación en México, difundiendo con ello la cultura y el arte del mundo.<sup>46</sup>

El 19 de julio de 1995 comienza sus transmisiones formales el Canal 40 del Distrito Federal. La concesión para operar este canal, en la frecuencia UHF, fue otorgada el 23 de septiembre de 1991 a la empresa Televisión del Valle de México, S.A. de C.V. y es operada por la entidad denominada Corporación de Noticias e Información (CNI), filial a TEVESCOM, y con el lema “CNI Canal 40, la realidad en televisión”.

Debido a que el financiamiento del canal fue desfavorable, Javier Moreno Valle, con el fin de obtener recursos y rescatar el proyecto, se asocia con TV Azteca, otorgándole facultades para operar parte del canal. Así inició en 1998 una alianza estratégica entre ambas televisoras y comienza el concepto de TV Azteca 40 o Azteca Cuarenta.

Pero a mediados del año 2000 Javier Moreno Valle rompe los acuerdos con TV Azteca, debido al incumplimiento del contrato referente a la comercialización del canal y quita del aire la programación de Azteca 40, para darle paso a CNI Canal 40, de nuevo con la totalidad de la programación.

Posteriormente, sin autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, TV Azteca tomó las instalaciones de transmisión de la empresa, ubicadas en el Cerro del Chiquihuite, evento que se le conoció como el “*Chiquihuitazo*”, reiniciándose las transmisiones de TV Azteca.

El proceso legal, la salida del aire y la situación económica de CNI Canal 40, acrecentaron los problemas y el descontento de los trabajadores. Después de una huelga por parte del Sindicato de la Industria de Radio y Televisión, que se prolongó seis meses, fue solucionada hasta el 21 de febrero de 2006, fecha en la que reinició sus transmisiones de Proyecto 40 con un nuevo formato, esta vez al mando de TV Azteca, con el lema “Proyecto 40. Activa tu mente”.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Moreno y García, Roberto y López y Ortíz, María de la Luz, *Historia de la comunicación audiovisual*, 1ª ed., México, Patria, 1974, págs. 5-22.

<sup>46</sup> Fuente: <http://www.canal22.org.mx/historia.html>, 28 de enero de 2010.

<sup>47</sup> Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/XHTVM-TV>, 19 de enero de 2010.

Así surge la televisión y sus canales de transmisión en este país. Ahora narraré el desarrollo de la televisión educativa.

### **Televisión Educativa**

Entre 1950 y 1960, hizo su aparición, la cual tuvo gran auge en los 70, gracias al apoyo de las principales instituciones educativas y del gobierno para fomentar la creación de nuevas técnicas de enseñanza.

Este tipo de televisión en sus inicios, era transmitida únicamente por *circuito cerrado*<sup>48</sup>, es decir, el programa educativo solamente podía ser observado por aquellos que estuvieran en las aulas, las cuales estaban equipadas con televisores conectados a un circuito por el que se enviaba la señal. Para 1951 pasó de circuito cerrado a *circuito abierto*<sup>49</sup> integrándose así a la televisión comercial para el mejor interés público, gracias al apoyo de Freida Hannock, quien fue una partidaria de la Televisión Educativa.

En el año 1954 durante la conferencia general, realizada en Montevideo, Uruguay, la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura) y representantes de América Latina, acuerdan la creación de un Organismo Regional que impulsara la aplicación de medios y recursos audiovisuales como apoyo para el mejoramiento de la educación.

Así nace el Instituto Latinoamericano de la Cinematografía Educativa, que en 1956, el gobierno de México, por medio de su representante en la UNESCO, acordó el establecimiento de la sede del ILCE en la ciudad de México.<sup>50</sup>

En 1964 la Secretaría de Educación Pública (SEP) crea la Dirección General de Educación Audiovisual buscando, a través del uso de medios de comunicación, nuevas alternativas de educación con el fin de abatir el rezago educativo, principalmente en zonas rurales. Es importante destacar que el uso de la televisión en el proceso de enseñanza-aprendizaje fue iniciativa y responsabilidad del bachiller Álvaro Gálvez y Fuentes.

El 5 de septiembre de 1966 se realizó una fase experimental de Telesecundaria, este proyecto comienza como un sistema de circuito cerrado, con la finalidad de desarrollar y evaluar un nuevo modelo pedagógico. Posteriormente es ajustado y aceptado, para convertirse en una nueva modalidad educativa complementaria a los sistemas tradicionales.

Para 1967 se inicia formalmente la Televisión Educativa en México, al ponerse en práctica, por parte de la Secretaría de Educación Pública, un plan piloto de alfabetización, a través de circuito cerrado, gracias al cual mil quinientas personas aprendieron a leer y escribir; se empieza a utilizar la televisión abierta como medio de educación a distancia.

---

<sup>48</sup> El circuito cerrado está pensado para un grupo limitado de espectadores; sus transmisiones se realizan en zonas definidas como en un aula de clases para fines demostrativos, de tal modo que no puedan ser vistas por todas las personas.

<sup>49</sup> El circuito abierto se transmite en una o más de las frecuencias asignadas a una zona dada; hace referencia al ámbito comercial, es decir, produce programas patrocinados por casa comerciales. Generalmente, los receptores normales de televisión pueden sintonizar esas difusiones, cualquier público tiene acceso.

<sup>50</sup> Fuente: <http://www.ilce.edu.mx>, 28 de enero de 2010.

El 2 de enero de 1968, la Telesecundaria queda inscrita al Sistema Educativo Nacional, lo que confiere validez oficial a los estudios realizados a través de esta modalidad. Su aparición en nuestro país inicia con la transmisión en circuito cerrado de la serie “Yo puedo hacerlo”, que constaba de 82 programas. Ese mismo año la Telesecundaria comienza a difundirse de manera abierta a través del Canal 5, llegando a ocho entidades de la República.

Para 1969 el Instituto Latinoamericano de la Cinematografía Educativa cambia de nombre a Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa; a partir de entonces, adquiere la categoría de Organismo Internacional y a sus 55 años de fundación, el ILCE es un organismo sin fines de lucro, enfocado a contribuir al mejoramiento de la educación de los países de América Latina y del Caribe, a través del uso de medios y recursos audiovisuales, así como de la tecnología y la comunicación educativa.

El Consejo Directivo, órgano supremo del ILCE, está integrado por representantes de catorce países: México, Nicaragua, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Paraguay, Panamá, República Dominicana y Venezuela.

Sus objetivos son:

- Cooperación regional, la investigación, experimentación, producción y difusión de materiales audiovisuales, impresos e informativos.
- Formar y capacitar recursos humanos en el área de las tecnologías educativas.
- Recopilar, catalogar y distribuir materiales impresos, audiovisuales e informativos.
- Los demás que convengan a los estados miembros.

En los años 70, la Telesecundaria expande su cobertura hasta abarcar la totalidad del territorio nacional.

En 1978 la SEP dispone cambiar la denominación de la dependencia a Dirección General de Materiales y Métodos Didácticos, la cual tiene a su cargo la elaboración de los guiones, y la producción y transmisión de programas de televisión educativa.

Sin duda, en México es el gobierno el que cuenta con una amplia experiencia en el uso de los medios para la educación formal y no formal; desde finales de los 70 la televisión pública se extiende notablemente en este campo.

Diversos organismos participaron en este campo entre ellos: la Unidad de Telesecundaria, la Unidad de Televisión Educativa y Cultura, el Canal 11 y el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, perteneciente a la misma SEP; Televisión de la República Mexicana (TRM), con su cadena de repetidoras Canal 7, Pronarte, Canal 22, Canal 13 y las televisoras regionales.

La Televisión de la República mexicana a partir de 1982, inicia la transmisión de una serie de programas de información y capacitación agropecuaria y otra para la capacitación de oficios, con la finalidad de informar, orientar y capacitar para la producción, comercialización y consumo de productos agropecuarios, dirigiéndose a la población rural marginada que cubre la red TRM.

A nivel de enseñanza superior, TRM realizó una serie piloto de actualización médica, con reconocimiento curricular otorgado por algunas instituciones de educación superior; por otro lado, el Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE) junto con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, institución de universidad privada, y el Colegio de Bachilleres utilizaron la televisión para la Preparatoria Abierta.

Por su parte la Televisión Educativa en el sector privado, es menor que la del Estado; la programación educativa en Televisa se orienta principalmente a la enseñanza preescolar y universitaria, así como algunas series sobre control natal y la alfabetización de adultos.

En 1976 Televisa inicia un convenio de colaboración con la Universidad Nacional Autónoma de México, la principal casa de estudios del país, con la producción técnica de programas educativos como: “Toda una vida”, “El tesoro del saber”, “Introducción a la Universidad” y “Contrapunto” mientras que la UNAM se responsabiliza de planificar y diseñar los contenidos con fines educativos.

En 1977 se transmitió “Divulgación Universitaria”, con el propósito de sustituir las cátedras universitarias suspendidas por la huelga de trabajadores de la UNAM. Una vez terminado el conflicto, la serie continuó con el objetivo de reforzar la docencia en la educación media y superior, apoyar los sistemas de televisión universitaria a cuatro facultades, promover la actualización profesional, la orientación vocacional y la divulgación universitaria.

En 1978 Televisa experimenta una nueva modalidad, con el programa “Plaza Sésamo”, que le permitiría superar los obstáculos para financiar y hacer redituable la programación educativa y, por tanto, hacer posible la existencia y el crecimiento futuro de ésta.

En el año de 1979 Televisa anunciaba una telenovela educativa “Vamos Juntos” como una innovación de valores que actuarían como factores interactivos para el desarrollo de los adultos ante los niños, la armonía conyugal y familiar, la integración de la familia y de la comunidad; así como los programas “Ven Conmigo” (1975) y “Acompáñame (1977), donde se manejó el estudio y la armonía familiar; “Vamos Juntos” con 180 capítulos, se transmitió a nivel nacional y posteriormente la telenovela se adaptó a la radio.

En 1981 el presidente José López Portillo autoriza la ejecución del proyecto del satélite mexicano (16 de octubre). Se crea la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA), encargada de la producción y transmisión de programas educativos, con la ampliación de funciones de la dirección, para también producir series culturales.

En 1982 inicia la transmisión de una serie de programas de información y capacitación agropecuaria y otro para la capacitación de oficios para la Televisión de la República Mexicana (TRM).

Y en 1983 se asigna a la UTECA la custodia de todo el material audiovisual del sector educativo y cultural.

Para 1988, la entonces UTECA transfiere la programación cultural al recién creado Consejo Nacional para la Cultura y la Artes (CONACULTA), para abocarse exclusivamente a la producción y la transmisión de programas educativos. Cambia su

denominación a Unidad de Televisión Educativa (UTE) y posteriormente, en el año 1999, a Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE).

El 12 de diciembre de 1989 se gestiona ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) la definición de una estructura orgánica y funciones específicas para esa institución. La nueva estructura reduce a la UTE a una dirección de área, tres subdirecciones y once jefaturas de departamento, y así permanece hasta 1997, año en el que realizan nuevas gestiones.

Por otra parte, en ese entonces el presidente Carlos Salinas de Gortari propone examinar las ventajas de abrir un canal de televisión exclusivo para educar, basado en la experiencia de los programas de teleeducación en marcha, argumentando la modernización de la educación y para dar respuesta eficaz a la educación de los adultos y comunidades apartadas.

El 18 de marzo de 1991 el Centro de Entretenimiento de Televisión Educativa (CETE) es creado con el auspicio de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA), con base en el Acuerdo de Cooperación Técnica firmado el 2 de diciembre de 1986 por los gobiernos de Japón y México.

Es en 1992 cuando la Unidad de Televisión Educativa (UTE) inicia la transmisión de la Telesecundaria y otros programas educativos a través del sistema de satélites Morelos. Entre este año y el siguiente, se colocan otros dos satélites, Solidaridad I y II, con los que se ofrecieron servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional y a 23 países del continente americano.

El 13 de diciembre de 1995 la UTE inicia la transmisión de programas educativos a través de la Red Satelital de Televisión Educativa (Red Edusat)<sup>51</sup>. Se distribuyen antenas parabólicas, decodificadores y televisores a planteles educativos estratégicamente ubicados en todo el país.

En 1996 inicia el proyecto de Educación Media Superior a Distancia (EMSAD), como una modalidad educativa flexible que permite iniciar, continuar o concluir los estudios de bachillerato a personas sin acceso a la formación escolarizada de este nivel. Los materiales impresos y las transmisiones televisivas son fundamentales en este modelo.

Y se inicia la gestión para el desarrollo del proyecto de la Videoteca Nacional Educativa (VNE), a partir del convenio de colaboración establecido entre la SEP y el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), en materia de educación a distancia.

Para agosto 2003, en el marco de la III Reunión de Ministros de Educación, en el ámbito del Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI), la SEP, a través de la DGTVE, puso a disposición de los Estados participantes un nuevo canal de televisión educativa, el Canal 27, denominado Canal Educativo de las Américas, cuya finalidad es reunir y difundir la producción audiovisual educativa y cultural de las naciones hermanas del continente americano.

El nuevo canal de televisión educativa inició transmisiones el 12 de agosto de 2003.

---

<sup>51</sup> La Red Edusat, es un sistema de señal digital comprimida que se transmite vía satélite; depende de la Secretaría de Educación Pública, y su función principal es poner a disposición de los mexicanos una amplia oferta de televisión y radio con fines educativos. Fuente: [http://www.sepbcs.gob.mx/tics/red\\_edusat.htm](http://www.sepbcs.gob.mx/tics/red_edusat.htm), 21 de marzo de 2011.

Enero 2005 es la fecha que marcó el lanzamiento de Aprende TV, un canal educativo y cultural que nace de la colaboración conjunta de la Secretaría de Educación Pública, a través de su Dirección General de Televisión Educativa, y de la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (CANITEC), a través de Fundación Canitec, a fin de ofrecer a todos los usuarios de los sistemas de cable en México una programación integrada por una oferta de producciones de las principales instituciones educativas y culturales de nuestro país y de otros países, con contenidos que abarcan desde nivel preescolar, hasta los temas más especializados de carácter universitario, con la finalidad de enriquecer y potenciar las oportunidades de aprendizaje.

Actualmente, la operación y programación de los 15 canales que transmite la Red Edusat requiere de los esfuerzos de dos instancias: la DGTVE y el ILCE.

### 1.3.3.2 La televisión educativa en México

Desde los años 70, casi en los inicios de la historia de la televisión nacional, se llevaron a cabo experiencias de televisión educativa en México con programas como: “*Rehilete*”, “*La muela del juicio*”, “*Por caminos y brechas*”, “*Kolitas*”, “*La ventana Infantil*”, “*Prisma Universitario*”, “*Conciencia*”, entre otros.

El programa más antiguo de la televisión educativa es la Telesecundaria, creado en 1966 por la Secretaría de Educación Pública, la cual es un proyecto de educación media para todo el país, que a lo largo de 45 años ha sufrido numerosas modificaciones; en un principio, se estructuró en torno a las aulas receptoras, donde un instructor orientaba y asesoraba a los asistentes acerca de los temas abordados en los programas de TV; actualmente es un apoyo didáctico en el aula.

A ello se agregan las series creadas por Televisa “*Ven Conmigo*” de 1975 que abarcaba temas sobre el estudio y “*Acompáñame*” de 1977, que manejaba la armonía familiar; y posteriormente la telenovela educativa de 1979 “*Vamos Juntos*” como una innovación de valores que actuarían como factores interactuales para el desarrollo de los adultos ante los niños, la armonía conyugal y familiar, la integración de la familia y de la comunidad que se transmitió a nivel nacional.

Asimismo, se produjeron programas como: “*Los grandes maestros del arte popular*” que presentaba biografías de artesanos, “*México plural*” sobre la cultura de grupos étnicos nacionales, “*Los libros tienen palabra*” que fomentó el hábito de la lectura, “*Los maestros*” programas biográficos de personalidades nacionales del arte y la ciencia, y “*Los que hicieron nuestro cine*” del quehacer cinematográfico nacional por la unidad de Televisión Educativa y Cultural en 1981.

Así, la Televisión Educativa se desarrolla con crecientes procesos de privatización de los canales públicos en nuestro país. Cuando en 1985 México puso en órbita el Sistema de Satélites de Morelos, se intentó alcanzar objetivos básicos para el país: “*Dar cobertura total al territorio nacional en materia de telecomunicaciones, mantener la rectoría del Estado sobre el uso de satélites, ampliar los servicios de telefonía, radio, televisión, telex, facsímil y, en general, de señales y datos en todo el país; utilizar el sistema de Satélites Morelos para las prioridades nacionales, como son la educación, la salud, la agricultura, el desarrollo económico y social, etcétera*”.<sup>52</sup>

Todo hacía suponer que muchas de las carencias educativas en México, podrían encontrar una salida viable y accesible con la nueva tecnología, pero sólo cinco programas se crearon a casi ocho años de la puesta en órbita del satélite; tres eran educativos, pues hasta ese momento la señal satelital era de la televisión privada y poco faltaba para la privatización de la televisión pública.

Los programas a los cuales hacemos referencia, fueron diseñados para transmitirse directamente por los satélites; “*Tv salud o cemesatel*”, del sector salud comenzó su planeación en 1985, coordinado por el Hospital Infantil de México, a través de su división de enseñanza, dirigido a médicos, enfermeras y personal de paramédicos, patrocinado por la Secretaría de Salubridad y Asistencia (SSA) y el Instituto Mexicano de la Televisión (en ese entonces IMEVISIÓN), TV UNAM y la SCT, en sus aspectos

---

<sup>52</sup> Esteban, Manuel y Zapata Ros, Miguel, *Revista Educación a Distancia*, No. 7, España, s.e., 1993, pág.135.

de producción y transmisión, el cual tuvo como propósito extender los beneficios de la actualización y superación profesional que ofrecía el Hospital Infantil.<sup>53</sup>

Con un total de 34 emisiones fue dado a conocer en marzo 1986, para profesionales en pediatría, con el objetivo de ampliarse a todas las especialidades médicas. Tras varios años de transmisiones, el Centro Mexicano de Educación en Salud por Televisión (CEMESATEL) fue el programa educativo vía satélite más maduro del sector público de México, ya que no sólo había logrado continuidad, sino que se enriqueció a sí mismo con su propia experiencia.

“Capacitación tecnológica vía satélite” de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, programa que se caracterizó por capacitar y actualizar a su personal en servicio, el 19 de julio de 1988, en el que intervino la Dirección General de Desarrollo Tecnológico de la Secretaría, la División de Educación Continua de la Facultad de Ingeniería de la UNAM, y el Fidecomiso Información Tecnológica y Consultoría, INFOTEC.<sup>54</sup>

El 22 de septiembre con programas de 1988 inicia sus operaciones el Circuito de Televisión Universitaria, como “Seminarios Universitarios”, diseñado y puesto en marcha por la UNAM, a través de sus Direcciones Generales de Intercambio Académico y de Televisión Universitaria, TV UNAM.

Su propósito inicial fue conformar una comunidad académica en las diferentes áreas del conocimiento y la cultura universal, formando y actualizando a especialistas y promoviendo el intercambio académico con la UNAM y las universidades estatales. “Allis Vivire” (Vivir para todos), fue un programa que se dedicó a temas de actualización en medicina; pero debido a la deficiencia del programa, sólo se produjo durante tres años con emisiones abiertas de divulgación cultural.<sup>55</sup>

En agosto de 1991 comienza a salir vía satélite “Calidad de Vida”, programa con características similares al anterior, pero totalmente a cargo de la UNAM, abordando una temática más amplia.

“Seminarios de la formación docente”, a través del Satélite Morelos, también fue realizado por la UNAM, pero ahora a cargo de la Unidad de Métodos Audiovisuales de la Facultad de Contaduría y Administración; su propósito era la actualización en materia de legislación contable y administrativa para los docentes de la especialidad de Contaduría, con técnicas básicas para mejorar sus funciones y el empleo de recursos didácticos para la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.<sup>56</sup>

El 12 de junio de 1989 se llevó a cabo la sesión inaugural del *Sistema de educación interactiva por satélite del Instituto Tecnológico de los Estudios Superiores de Monterrey*, ITESM, institución privada dedicada a la educación superior, fundada en

---

<sup>53</sup> Dirección General de Televisión Educativa, *La televisión educativa en México: origen y desarrollo*, México, Unidad de Planeación y Evaluación de Políticas Educativas, Dirección de Vinculación y Desarrollo Institucional y Desarrollo Audiovisual, s.a., pág. 34.

<sup>54</sup> *Ibidem*, pág. 36.

<sup>55</sup> *Ibidem*, pág. 37.

<sup>56</sup> *Ibidem*, pág. 39.

1943, por un grupo de empresarios de la ciudad de Monterrey, Nuevo León, donde cada campus fue provisto de antenas parabólicas, un modem y un conmutador, además de tener acceso a redes.<sup>57</sup>

Realizó sus emisiones desde el campus Monterrey y el Estado de México, ofreciendo diplomados, maestrías y cursos de actualización para académicos y el público en general, empleando el recurso de grabar sus clases en vivo durante los cursos de educación presencial.

Para 1922 se inician las primeras proyecciones con fines educativos a través de los talleres cinematográficos, (que en 1900 se instalan una sala cinematográfica en la Escuela Nacional Preparatoria con fines didácticos de la SEP). Con el fin de proporcionar de manera permanente, exhibiciones de cinematógrafo en planteles escolares e instituciones privadas, se creó en 1931 la Oficina Fotográfica y Cinematográfica de la Secretaría de Educación Pública.

Dos años después, se forma la Sociedad Pro-Cine Educativo, con el propósito de fomentar el uso del cine como medio educativo en México, logrando con ello la producción de la primera película: “Pescadores”, mejor conocida como “Redes”. El cine como medio de difusión educativa cedió paulatinamente su lugar a la televisión.

Para el año 1948, la primera demostración de televisión en blanco y negro con fines educativos ocurrió durante la VIII Asamblea de Cirujanos, en el quirófano del hospital Juárez, y tres años después, la UNAM produce sus primeros programas televisivos educativos y culturales que se transmiten alternadamente por los canales 2, 4 y 5.

En el año de 1960, por decreto presidencial se expide la Ley Federal de Radio y Televisión, con la cual las televisoras privadas se vieron obligadas a otorgar una parte de su tiempo de transmisión para uso educativo, con la finalidad de promover y reforzar la soberanía, identidad y cultura.

En su Artículo 11, la ley establece las atribuciones que tendrá la Secretaría de Educación Pública y que constituye el soporte legal y jurídico sobre el que habría de darse el desarrollo histórico de la Televisión Educativa en México.

Artículo 11.- La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:

- Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;
- Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;<sup>58</sup>

Para 1964 la Secretaría de Educación Pública crea la Dirección General de Educación Audiovisual, cuyo primer propósito fue el uso de los medios de comunicación con fines educativos, a fin de abatir el rezago educativo en zonas rurales.

---

<sup>57</sup> *Ibidem*, pág. 41.

<sup>58</sup> Ley Federal de Radio y Televisión, Título segundo, Art. 11.

La experiencia mexicana de Televisión Educativa toma cuerpo a partir de 1965, en las instalaciones de la Secretaría de Educación Pública, donde se realizaron las primeras pruebas de circuito cerrado de la serie “Yo puedo hacerlo”, cuyo objetivo era apoyar la alfabetización en el país. Este primer esfuerzo en la televisión, fue modelo pionero que dio inicio a la Telesecundaria.

Un maestro “seleccionado y preparado especialmente, trabaja todos los días con los alumnos en relación directa, viva, para orientarlos y estimularlos en el aprendizaje, para vigilar las asistencias y la disciplina, resolver las dudas de los estudiantes, dirigir las actividades y calificar las tareas que indiquen los telemaestros, así como las pruebas parciales”.<sup>59</sup>

El sistema de Telesecundaria da la posibilidad de que las personas sigan los cursos de televisión en sus propios hogares y no necesariamente en teleaulas.

La expansión de la televisión privada continuaba en auge en 1968, año en que se otorgó la concesión a XHTMTV-Canal 8 y más tarde a XHDFTV-Canal 13.

Y por decreto presidencial se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 2 de agosto de 1969, que Canal 11, se utilizará para transmisión de programas educativos, culturales y de orientación social que estime convenientes.

Para el año 1971 se crea la Televisión Rural en México (TRM), llamada más tarde Televisión de la República Mexicana (TRM), dependiente de la Secretaría de Gobernación, cuyo fin era emitir una programación dedicada a la educación popular, la capacitación, orientación, información y entretenimiento de las poblaciones urbanas, suburbanas y rurales.

En 1973 se crea Televisa, quien para cumplir con lo establecido en la Ley Federal de Radio y Televisión, otorgó media hora de su programación para la transmisión de programas de corte educativo y cultural en los canales 2, 4, 5 y 8.

Sin embargo, la televisora era contradictoria con lo que transmitía al televidente, ya que manejaba estereotipos y modelos del hombre y la sociedad alejados de la realidad de los espectadores, además de carecer de cultura y mostrar una educación opuesta al receptor.

En 1978 la Dirección General de Educación Audiovisual cambia de denominación por Dirección General de Materiales Didácticos y Culturales (MADYC), la cual tiene a su cargo la elaboración, producción y transmisión de programas de Televisión Educativa. Durante la década de los 70, la UNAM mantuvo con Televisa la producción, transmisión y comercialización de programas educativos sobre temas universitarios, científicos, culturales y de orientación vocacional.

En 1981 MADYC cambia su denominación a Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA), a la cual se le asigna la producción de programas culturales.

Más adelante, el Estado mexicano realizó una reestructuración del Sistema Televisivo Estatal, surgiendo así como el consorcio Televisión Estatal IMEVISION, integrado por los canales 7, 13 y 22.

---

<sup>59</sup> García Jiménez, Jesús, *Televisión educativa para América Latina*, México, Porrúa, 1970, pág. 257.

Su programación tenía una tendencia a lo comercial, y en cuanto a lo educativo sólo sirvió de vehículo para la transmisión de la señal que conlleva la telesecundaria.

En el periodo de 1983 a 1990 se desarrolló la Primaria Intensiva para Adultos del INEA por televisión.

En 1985, la unidad de Televisión Educativa y Cultural se fusiona a la Dirección General de Publicaciones y Medios, conservando las mismas funciones, pero como Dirección de Medios, dando inicio a la TV Educativa vía satélite.

A partir de 1988, la entonces UTEC transfiere la programación cultural al recién creado Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), para abocarse exclusivamente a la producción y transmisión de programas educativos, reduciendo su nombre a UTE (Unidad de Televisión Educativa).<sup>60</sup>

Para 1991 se desarrolla el proyecto EDUCAM de la SEP para la actualización de maestros a través de medios impresos, la televisión, el video y la computación, y en ese mismo año, se crea el Centro de Entretenimiento de Televisión Educativa (CETE) en la UTE, producto del convenio firmado entre México y Japón.

En 1993 Canal 22 en UHF se integra al Consejo Nacional para la Cultura y la Artes, como un canal de oferta cultural y que se une a la televisión educativa.

En 1995 la UTE inicia su transmisión de programas educativos a través de la Red Satelital de Televisión Educativa (Red Edusat).

Los objetivos de Red Edusat son:

- Lograr mayor equidad educativa.
- Igualdad de oportunidades de acceso y permanencia en los servicios educativos.
- Mejorar la calidad de la educación en todos los niveles.
- Llevar servicios educativos de calidad a zonas que, por su ubicación geográfica, han carecido de éstos.<sup>61</sup>

En cuanto a sus tareas son:

- Su operación abarca los ámbitos de programación y transmisión de programas educativos, para la televisión y radio, así como la operación y el mantenimiento preventivo y correctivo de Red Edusat.
- Producción audiovisual, entendida como la concepción y la realización de series y programas educativos, acordes a las necesidades de diferentes públicos.
- Servicio Nacional de Imagen Educativa, que comprende conservación y sistematización de acervos.

---

<sup>60</sup> Fuente: <http://dgtve.sep.gob.mx>, 5 de febrero de 2010.

<sup>61</sup> Fuente: <http://www.inegi.gob.mx>, 18 de enero de 2010.

- Formación, capacitación y actualización para profesionales vinculados con los medios audiovisuales educativos.
- Investigación, desarrollo audiovisual y evaluación.<sup>62</sup>

Ya para 1996 se inicia el proyecto de Educación Media a Distancia (EMSAD), como una opción educativa que permite cursar los estudios de bachillerato a través de diversos materiales impresos y transmisiones televisivas vía satélite.

En 1999 la SHCP modifica la estructura de la UTE, con el fin de ampliar su capacidad de operación, por lo que la nueva denominación del organismo es Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE).

Un año más tarde, se puso en marcha el proyecto de la Videoteca Nacional Educativa, cuyo objetivo era el desarrollo de procesos de conservación, preservación y documentación de material y contenido audiovisual, mediante el uso de plataforma tecnológica de gran potencia.

Para el año 2003 se crea Enciclomedia, una herramienta tecnológica creada para apoyar la labor docente en el aula, basada en la digitalización de los libros de texto gratuito.

Ese mismo año, en la III Reunión de Ministros de Educación, en el ámbito del Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI), la SEP, a través de la DGTVE, puso a disposición de los estados participantes un nuevo canal de televisión educativa: el Canal 27, denominado “Canal Educativo de las Américas”, cuya finalidad era reunir y difundir la producción audiovisual educativa y cultural de las naciones hermanas del continente americano.<sup>63</sup>

Actualmente la Red Edusat opera 15 canales, con el esfuerzo de la DGTVE y el ILCE, abarcando países como Canadá, Estados Unidos, Centro y Sudamérica. Además de contar con señal abierta y por cable en diversos puntos del país. También cuenta con televisión educativa en línea, que abarca 12 canales para dos reproductores diferentes: Real Player y Windows Media.

Cabe mencionar que hasta el día de hoy, Telesecundaria se transmite en toda la República Mexicana, como apoyo al desarrollo de la educación, a través de los medios masivos de comunicación, tales como la televisión, Internet y revistas.

Existen tres momentos de la historia de la Televisión Educativa en México:

1.- La creación del ILCE y la DGTVE para producir, adquirir y distribuir material educativo audiovisual y en especial para radio y televisión.

2.- La transmisión en directo con equipo de televisión eléctrica en blanco y negro, por parte del ingeniero Guillermo González Camarena en 1948 y posteriormente en 1949 a color.

---

<sup>62</sup> Fuente: Chávez, Adriana, Televisión Educativa o Televisión para Aprender, Razón y Palabra, Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n36/achavez.html>, UNAM-ENEP Acatlán, 15 de enero de 2010.

<sup>63</sup> *Ídem*.

3.- La aparición de XEIPN Canal 11 IPN, organismo independiente de la SEP el cual surgió como primer canal de televisión de carácter cultural y educativo en Latinoamérica.

#### 1.4 Enseñanza y aprendizaje por televisión

La educación tradicional nunca va a ser sustituida por ningún medio, pero hay que reconocer el enorme impacto de los medios tecnológicos en la educación, por ello hay que tomar en cuenta que la labor educativa puede llegar a más gente y de distintas formas, a partir del lenguaje audiovisual.

Ya desde 1974, Francisco Gutiérrez en su libro *Pedagogía del lenguaje total* planteaba la necesidad de que la escuela incorpore y tome en cuenta en su curriculum a los medios de comunicación; manifiesta que es indispensable que la escuela y la televisión trabajen juntas, con el fin de enriquecerse mutuamente y retroalimentar en forma positiva al docente.

Quien participa en la tarea de la creación de un programa que promueva la educación, deberá reflexionar sobre las necesidades educativas con un fin social.

Los programas encaminados a enseñar por televisión deben estimular la reflexión del sujeto e instruirlo, así como presentar temas de manera ágil y atractiva que atrapen su atención. No hay que olvidar que la televisión es un vehículo de difusión de ideas y pensamientos de un grupo social a otro, un transmisor de información, cultura, valores, normas y costumbres.

La Televisión Educativa persigue objetivos muy definidos en el campo educativo, que contribuyen de manera eficaz en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su intención es educar, proponer a través de la televisión contenidos educativos de todos los niveles (primaria, secundaria, preparatoria y universidad) que adhieran conocimientos, valores y habilidades.

El hombre por naturaleza es curioso y contemplativo, ansioso siempre de nuevos conocimientos, experiencias y nuevas formas de conducta. Su curiosidad no sólo le conduce a la adquisición de información y conocimientos, sino que le lleva a aprender.

El aprendizaje es una capacidad biológica ilimitada de los seres humanos, que puede ser distinta en cada individuo, aunque algunos aprenden más rápido que otros, y consiguen diferentes habilidades y niveles de desempeño. De tal manera que es posible aprender de cualquier experiencia de vida, momento o situación, hasta de aquellas cosas que requieren nuestros sentidos, como los medios de comunicación.

El ser humano es un *aprendiz social cognoscitivamente activo*, es decir, de acuerdo con el desarrollo cognoscitivo le va siendo posible marcar los límites de lo que le es posible aprender de la televisión, mientras tanto los agentes sociales le mostraran sus expectativas acerca de lo que vale la pena aprender y de cómo hay que hacerlo. En este sentido, el aprendizaje del individuo es discriminatorio, ya que se guía por esta doble mediación: cognoscitiva y sociocultural.

El aprendizaje en ocasiones tiene lugar en el sujeto de forma inconsciente, es decir, sin que el que aprende sea consciente de ello, lo que nos lleva a entender que aprender no necesariamente cumple con una meta educativa, esto es, no hay necesidad que exista una intención de aprender.

Uno aprende hasta lo que no se quiere aprender, propiciando cambios en la conducta que afectan de forma directa y afectiva a las formas del hacer y del decir, del pensar y

del sentir. Un conocimiento que se aprende es un elemento que entra a formar parte de nuestra personalidad.

El objetivo de este proceso es que el receptor obtenga la mayor cantidad de conocimiento que enriquezca su formación y educación, de tal manera que llegue a un punto en el que tenga la capacidad de enseñar a otros e influir en sus actitudes.

La enseñanza es “hacer conocer alguna cosa a alguien, transmitirle un conocimiento, ya sea teórico (álgebra, historia) o bien práctico (pastelería, danza, cortesía). En este último caso, se enseña principalmente mediante el ejemplo”.<sup>64</sup>

La enseñanza le permite a una persona transmitir conocimiento e información a un individuo, quien luego de aprender nuevas habilidades o conceptos, cambia su conducta, su manera de pensar, de hacer y de sentir, así como ver enriquecida o modificada su información o conocimiento previo, como resultado de la práctica o de la experiencia, que llevará acabo a lo largo de su vida.

Ahora bien, los medios audiovisuales deben sumarse como nuevos recursos y posibilidades a la dinámica educativa, aunque ello implique dejar de verlos como simples objetos de distracción y entretenimiento.

Los padres y maestros juegan un papel importante en la relación que el niño entabla con la televisión y la apropiación de los mensajes que esta misma le transmite. Mientras más fortalecido esté en sus propias significaciones, podrá apreciar, seleccionar y disfrutar con mayores elementos los mensajes y programación que le ofrece la televisión.

Una televisión para la enseñanza-aprendizaje deberá tener presentes los valores y principios que apoyan la cultura, y ayudar a promover actitudes y habilidades que contribuyan a la evolución del individuo.

Diego Lizarazo plantea que los medios audiovisuales han de usarse dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, como apoyo y extensión de otras estrategias educativas, sin olvidar que deben comprenderse en sí mismos como objeto de conocimiento.

Esto implica que sean utilizados:

- para aprender
- como auxiliares didácticos
- como objetos de estudio y
- como técnicas de trabajo escolar<sup>65</sup>

Los conocimientos se captan mejor por medio de la enseñanza audiovisual, ya que el individuo tiene un concepto más claro de las cosas que ve, que de aquéllas que ha leído o escuchado.

---

<sup>64</sup> Foulquié, Paul, *Diccionario de pedagogía*, México, Alhambra, 1981, pág. 166.

<sup>65</sup> Lizarazo Arias, Diego, *Op. Cit.*, pág.138.

Slaby Quarfoth en la *Literatura sobre lo que los niños aprenden de la televisión*, menciona que "...una cantidad considerable de aprendizaje ocurre a través de la pura observación, sin que sea necesario que los niños practiquen lo que ven en la televisión y sin que de los programas reciban un reforzamiento, ya sea que éste se dé a los niños en el mismo contenido o posteriormente".<sup>66</sup>

La enseñanza brindada a través del uso de los medios electrónicos resulta más eficaz, ya que:

- a. Una imagen nos puede transmitir mucha información, que se capta instantáneamente, y nos permite integrar una situación total con rapidez.
- b. Esta información tiene un carácter básico de algo actual, nos facilita la formación de vivencias y de conocimientos sobre lo que se ve.
- c. Con la ayuda de colores o de otras características formales, la imagen visual puede provocar con facilidad un impacto emotivo al receptor.
- d. Las imágenes nos permiten visualizar muchas relaciones, integradas a una idea global.
- e. Las imágenes son un recurso inigualable para representar objetos o elementos reales.
- f. Las imágenes presentan la ventaja de que se pueden memorizar con facilidad.
- g. La imitación de las imágenes para enunciar nos permite el lenguaje verbal; para que haya comunicación precisa, las imágenes necesitan reforzarse mediante explicaciones verbales.
- h. Cuando lo que se dice y lo que se ve refuerzan la evocación consciente, lo que se recuerda de modo no consciente mejora de manera sensible.<sup>67</sup>

Esta incorporación de los medios en el proceso de enseñanza-aprendizaje puede tomar varias formas:

**1.- El uso de los mensajes como fuentes para la construcción del conocimiento:** Ya que los medios utilizan material fresco y actualizado, proveniente de las diversas áreas de la vida social, proveen cotidianamente a la sociedad de informaciones relevantes que, la mayor parte de la veces, son desaprovechadas en el proceso educativo. Estas informaciones circulan diariamente y constituyen una valiosa fuente de datos para la actualización de los contenidos de la enseñanza.

**2.- El mensaje como núcleo generador de nuevos aprendizajes:** Utilizar material proveniente de los diversos medios de comunicación como núcleos generadores, significa aprovechar la exposición y el gusto que tienen los educandos hacia algunos mensajes televisivos, radiales o escritos, para la generación de los aprendizajes más diversos. Por ejemplo, un video sobre algún grupo musical, puede ser el pretexto para analizar la realidad del país de origen del grupo. Una ventaja es que logran proporcionar

---

<sup>66</sup> Orozco Gómez, Guillermo, *Recepción televisiva tres: aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana, 1991, págs. 13, 14.

<sup>67</sup> Arreguin, J. L. M., *Tres acercamientos a la educación audiovisual: apoyos para la enseñanza en ciencias experimentales*, México, Trillas, 1981, págs. 22-23.

a los educandos un conocimiento más amplio, analítico y crítico del mundo en que viven y de su realidad inmediata.<sup>68</sup>

El material que proviene de los medios no es educativo, esta característica va depender del uso, intención y apropiación que se haga de dicho material.

El uso de los medios de comunicación, en el proceso de enseñanza-aprendizaje facilita al individuo el que pueda entender, comprender y aprender con mayor rapidez. Pero hay que considerar que en ocasiones es indispensable la interpretación y explicación verbal del profesor o en todo caso de un tutor con más experiencia y conocimiento sobre el tema, para resolver posibles dudas.

La labor de educar o promover el aprendizaje a partir de los medios es un reto constante. En el primer caso, la televisión educativa debe tener presente que es sólo una parte de un programa educativo más amplio, que responde a un currículum y está validado socialmente. Mientras que en el caso de aquellos programas que apelan al aprendizaje, se deben tomar en cuenta infinidad de factores tales como: la edad del público al que van dirigidos, las habilidades, conocimientos y destrezas propias de esta edad, su nacionalidad, su cultura y su contexto o realidad inmediata, y con todos estos factores proponer programas que diviertan, propicien el aprendizaje y sean de calidad.<sup>69</sup>

La televisión es un vehículo educativo que tiene la posibilidad de integrar enseñanza y aprendizaje con entretenimiento, un medio que comunica información de interés, que sirve para la formación de nuevos conceptos de educación.

---

<sup>68</sup> Charles Creel, Mercedes, y Orozco Gómez, Guillermo, *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*, México, Trillas, 1995, págs. 74-76.

<sup>69</sup> Fuente: Chávez, Adriana, *Televisión Educativa o Televisión para Aprender*, Razón y Palabra, Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n36/achavez.html>, UNAM-ENEP Acatlán, 15 de enero de 2010.

## II DESARROLLO HUMANO

El desarrollo humano es el estudio científico de cómo cambian y cómo permanecen diversos aspectos de nuestra persona a lo largo de la vida (ontogenia).<sup>70</sup>

Durante ese desarrollo, el individuo atraviesa por una infancia prolongada, que a su vez va asociada a un largo periodo de inmadurez en el que no puede valerse por sí mismo, por lo que es vulnerable y dependiente de las instituciones como: la familia, la iglesia, la escuela, el gobierno y los medios de comunicación.

Una condición que hace posible que a lo largo de su vida desarrolle sus instrumentos intelectuales, la propia inteligencia, capacidades, creencias, hábitos, valores, sentimientos, comportamiento, estilo de vida, etcétera. Una serie de capacidades numerosas y variadas que se ven enriquecidas con cada nueva experiencia.

Conforme se van dando los cambios en cada etapa de la vida, éstos se reflejan en diversas áreas del desarrollo: la física, la intelectual o cognitiva y la socioafectiva y de la personalidad.

**Desarrollo físico:** son cambios músculo-esqueléticos, de la capacidad sensorial y de las habilidades motrices, el desarrollo del cerebro y de las glándulas. Estos cambios influyen en la personalidad y en el intelecto. Por ejemplo, casi todo lo que un niño aprende del mundo, lo hace a través de sus sentidos y su actividad motora. Durante las primeras etapas de desarrollo, el crecimiento físico y el cognitivo se complementan muy estrechamente. Más adelante los cambios hormonales y físicos de la pubertad afectarán en grado extremo el desarrollo del concepto de sí mismo.<sup>71</sup>

**Desarrollo intelectual o cognitivo:** son las actividades mentales de organización de la memoria, el aprendizaje, el pensamiento y el lenguaje. Este cambio se liga con el desarrollo físico y emocional del ser humano. Así por ejemplo, el crecimiento de la memoria de un bebé es la raíz de la ansiedad por la separación, el miedo a que la madre no regrese una vez se haya ido. Si el bebé no pudiera recordar el pasado ni anticiparse al futuro, no se pondría ansioso por la ausencia de su madre.<sup>72</sup>

**El desarrollo socioafectivo y de la personalidad:** se refiere a aquellas características personales que nos definen como individuos: la personalidad, estilos emocionales, la forma de relacionarnos con los demás. Esto tiene que ver, sobre todo, con la influencia del medio socio-cultural y representa la influencia de los factores de la interacción. Los cambios en este terreno afectan los aspectos cognositivos del individuo. Así, si un estudiante está ansioso por un examen, puede obtener un puntaje muy deficiente como resultado de la subestimación de su verdadera capacidad.<sup>73</sup>

---

<sup>70</sup> Carpio Ramírez, Gabriel y Milchorena Durand, Adrián, *Desarrollo humano y sexualidad*, México, Texto de apoyo para la asignatura de psicología II, s.e., 2008, pág. 16.

<sup>71</sup> *Ibidem*, pág. 18.

<sup>72</sup> *Ídem*.

<sup>73</sup> *Ídem*.

El desenvolvimiento y constitución de cada uno de nosotros como sujetos únicos e irrepetibles, es el producto de la integración e interdependencia de estas tres áreas del desarrollo.

En la actualidad, muchos psicólogos reconocen que el desarrollo humano es un proceso que dura toda la vida, día a día crea y se constuye a sí mismo, y cada periodo por el que transita está influido por el pasado y, a su vez, afecta el futuro.

El proceso de desarrollo integra aspectos biológicos, sociales y psicológicos, que permiten una evolución con equilibrio y regularidad, el cual pasa por un conjunto de etapas o periodos que nos permiten ir reconociendo los cambios trascendentes que se dan en nuestra vida.

Con base en la teoría del desarrollo psicosocial de Erik H. Erikson, que está orientada a la búsqueda de identidad a través de la vida, así como la influencia de la sociedad y la cultura en el desarrollo de la personalidad, se pretende dar una explicación de tres etapas de las ocho que hace mención, con el fin de dar a conocer los cambios por los que pasa el individuo antes de llegar a la pre-adolescencia.

Estas etapas son: *etapa oral* (confianza básica vs. desconfianza), *etapa anal* (autonomía vs. vergüenza y duda), *etapa fálica* (iniciativa vs. culpa) y *latencia* (laboriosidad vs. inferioridad) también conocida como la pre-adolescencia.

Con la finalidad de enriquecer la investigación se retomaron las ideas del principal exponente del enfoque de desarrollo cognitivo, Jean Piaget. Con el objetivo de explicar específicamente el proceso de desarrollo, referido principalmente a la formación de la memoria o la inteligencia de una persona. Para Piaget, “el desarrollo intelectual es esencialmente progresivo e irreversible, marcado por estadios y etapas, que son como puntos de referencia presentes a lo largo del camino que el niño recorre, estimulado por la necesidad de adaptación al medio, al tratar de alcanzar un equilibrio en su interacción con ese medio circundante”.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> *Ibidem*, pág. 39.

## 2.1 Tipología de la personalidad

La personalidad es por naturaleza evolutiva y dinámica en el interior del individuo, cuya organización exige el funcionamiento de los sistemas psicofísicos (mente y cuerpo) que determinan los rasgos (conducta, pensamiento, sentimientos, hábitos, acciones, actitudes, etcétera), que se ven influidos por la interacción con factores internos y externos (biológico, físico, cultural y social), que el sujeto va reflejar en su expresión.

Jean Claude Filloux plantea cuatro características de la personalidad:

- Es única y propia del individuo.
- No es suma, sino integración, y se define a la personalidad por su tendencia integrativa.
- Es temporal, se desarrolla a lo largo del tiempo en la historia individual del sujeto, siendo relativamente estable a la vez que relativamente modificable por la maduración y la experiencia.
- Se presenta como una variable interviniente que se manifiesta a través de las conductas.<sup>75</sup>

El individuo no nace con una personalidad determinada, Erikson plantea que a lo largo de su vida, la construye, la complementa y la transforma a través de la experiencia, el aprendizaje, la educación, la convivencia, la familia y el desarrollo. De acuerdo con el autor, nuestro progreso a través de cada estadio está determinado en parte por nuestros éxitos o fracasos en estadios precedentes.

La primera etapa, la denomina **oral-sensorial**, abarca del nacimiento a los doce o dieciocho meses. La tarea consiste en desarrollar la confianza básica sin eliminar completamente la capacidad de desconfianza; la virtud a desarrollar es la esperanza.

En este periodo el individuo es completamente dependiente de la madre, quien es percibida como omnipotente, ya que posee la capacidad de satisfacer las necesidades primarias, como la alimentación, la protección, el abrigo, entre otras, así como la frustración de las mismas.

Durante el primer año de vida, la atención y el cuidado de la madre por el niño es fundamental, para que desarrolle una confianza básica (que le permita establecer relaciones íntimas), con la finalidad de cuando se enfrente a una situación, sepa diferenciar cuándo debe confiar y cuándo desconfiar (que le permite protegerse a sí mismo) de una persona u objeto, y estar preparado para el peligro y prever posibles consecuencias. El niño debe aprender, y la madre es quien lo enseña. De lo contrario, el niño manifestará desconfianza de su entorno.

“Si predomina la confianza (como debe ser), los niños desarrollan la virtud de la *esperanza*: la creencia de que pueden suplir sus necesidades y satisfacer sus deseos. Si predomina la desconfianza, verán el mundo como algo hostil e impredecible y tendrán dificultades en el establecimiento de relaciones íntimas”.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Brasunstein, Nestor A., et. al., *Psicología: ideología y ciencia*, México, Siglo Veintiuno, 2003, págs. 305, 306.

<sup>76</sup> Papalia, Diane E. y Wendkos Olds, Sally, *Desarrollo humano*, 6ª ed., México, McGraw-Hill, 1997, pág. 163.

La presencia del padre ayuda a que el pequeño pueda irse distanciando de la madre, lo cual favorece a que desarrolle nuevos sentimientos, que le facilitarán el tener relaciones afectivas más variadas.

De acuerdo con Piaget, en esta etapa el pequeño se encuentra en un estadio sensoriomotor, en el cual se relaciona con el mundo, principalmente con sus sentidos, sus reflejos y su relación física con las cosas, por lo que el bebé aprende a través de succionar, golpear, empujar, tirar, levantar, etcétera. Al cumplir el año, sus actividades se basan en una conducta exploradora, intencional y experimental.

La segunda etapa, la denomina **muscular-anal**, abarca de uno a tres años. La tarea primordial es la de alcanzar un cierto grado de autonomía, conservando un toque de vergüenza y duda; la virtud a desarrollar es la voluntad.

El niño descubre su propio cuerpo y aprende a controlarlo, lo cual le permite darse cuenta que al hacerlo también puede controlar parte de su entorno. Si aprende a hacer las cosas por sí mismo, adquiere autoconfianza; pero si es castigado o criticado, ve frustrado su esfuerzo de autonomía y siente que ha fallado y por tanto, responderá a las situaciones sociales con vergüenza o duda.

La búsqueda de la autonomía y la convicción de que ellos pueden hacer cualquier cosa, marcan este periodo.

Erikson menciona que el niño desarrolla un sentido de independencia y comienzan a confiar en su propio juicio (virtud de la voluntad) y a emplearlo en vez del de sus padres. En esta etapa, la vergüenza y la duda ocupan un lugar importante en el aprendizaje de los niños acerca de cómo autorregularse, puesto que la libertad ilimitada no es segura ni saludable.

“La desconfianza en sí mismos les ayuda a reconocer que no están listos para hacerlo todo, y el sentido de vergüenza les indica que deben aprender a vivir según reglas razonables”.<sup>77</sup>

El entrenamiento para el uso del retrete es un paso importante hacia el autocontrol (capacidad para adaptar lo que hacen a lo que saben que es aceptado por la sociedad) y la autonomía.

En ese momento el superyó comienza a identificar lo que es permitido y lo que no lo es, con ello va determinando pautas de conducta. A medida que el niño procesa y almacena información acerca de los tipos de comportamientos que los padres aprueban, el control externo va tornándose interno. La autorregulación o control de su comportamiento se ajusta a las expectativas sociales.

En esta etapa, las reglas morales van adquiriendo más sentido. El orden y la limpieza cobran importancia, pues favorecerán a que los niños, más tarde adultos, sean ordenados o desordenados, avaros o derrochadores, generosos o egoístas.

Como ya se mencionó, los niños quieren independizarse de las mismas personas de las que fueron tan dependientes, ya que al final del primer año el niño ha aprendido a caminar, hablar y ha aumentado su capacidad de pensamiento.

---

<sup>77</sup> *Ibidem*, pág. 164.

En el momento en que el niño comienza a caminar, el lenguaje se incrementa de manera rápida. Piaget ha dividido en dos los procesos por los que pasa el niño en la adquisición del habla.

- Lenguaje egocéntrico: el niño no se preocupa hacia quién se dirigen sus palabras ni tampoco si es escuchado o no, él habla para sí mismo o por el placer que le procura asociar.
- Lenguaje socializado: se caracteriza porque el niño se dirige a quien lo escucha y lo trata de influir a través del intercambio de ideas.<sup>78</sup>

El tercer estadio lo denomina **locomotora-genital**, va de los tres a los cinco años. La tarea fundamental es la de aprender la iniciativa, sin un sentimiento de culpa; la virtud a desarrollar es el propósito.

Comienza a mostrar una iniciativa de competencia y dominio por el mundo, se da cuenta y comenta las diferencias entre los hombres y las mujeres, quiere saber el “porqué y cómo” de todo lo que le rodea, explora su cuerpo y su ambiente, aprende nuevas habilidades, interactúa con sus semejantes y busca la guía de sus padres en sus tratos sociales.

El niño se enfrenta ante dos presiones contradictorias: puede realizar cada vez más cosas nuevas y desea realizarlas, pero al mismo tiempo aprende que algunas actividades que desea realizar requieren aprobación social, en tanto que otras no la necesitan.

“Este conflicto marca la división de la personalidad en dos partes; una que permanece infantil, llena de alegría y ansias de realizar nuevas actividades y ensayar nuevos poderes, y otra que empieza a ser adulta, la cual examina constantemente la conveniencia de las acciones. Los niños que logran manejar esta oposición desarrollan *la virtud del propósito*, la decisión para establecer y perseguir metas sin temor a sentirse culpables o a ser castigados”.<sup>79</sup>

En este estadio, destacan los deseos sexuales respecto al progenitor del sexo opuesto y los celos por el mismo sexo. La culpa se presenta cuando los niños van en contra de los deseos paternos, lo cual es inevitable.

Sin embargo, en ambos casos acabarán por reconocer que las cosas son como son, que entre el padre y la madre existe una relación privilegiada. Con este reconocimiento “el principio de realidad” termina por imponerse al “deseo de placer”. El conflicto se resuelve mediante la identificación con el progenitor del mismo sexo y con la retirada de los deseos edípicos.

De acuerdo con Piaget el lenguaje y el pensamiento se presentan de manera egocéntrica, es decir, creen que los demás ven las cosas como ellos mismos y son incapaces de tomar en cuenta el criterio de otro, pero con el paso del tiempo va desapareciendo. Gradualmente comenzarán a utilizar símbolos para representar el mundo externo y desarrollara la escritura.

El cuarto estadio, se denomina *pre-adolescencia*, el “pre” da la pauta temporal de anteceder algo y como previo será un adelanto de lo que vendrá. En esta etapa

---

<sup>78</sup> Guarner, Enrique, *Psicología Clínica y Tratamiento Analítico*, México, Porrúa, 1984, pág. 45.

<sup>79</sup> Papalia Diane E. y Wendkos Olds, Sally, *Op. Cit.*, pág. 245.

podremos comenzar a ver características del próximo periodo (pubertad) y en ese sentido, puede servir a los padres para prepararse e ir adaptándose. No existe una edad exacta para el inicio de esta etapa, pero de acuerdo con algunos autores y expertos en el tema, oscila entre los nueve y once años.

A continuación, desglosamos las características físicas, perfil cognositivo, socio-afectivo y psicomotriz que presenta este estadio, así como un concepto del mismo.

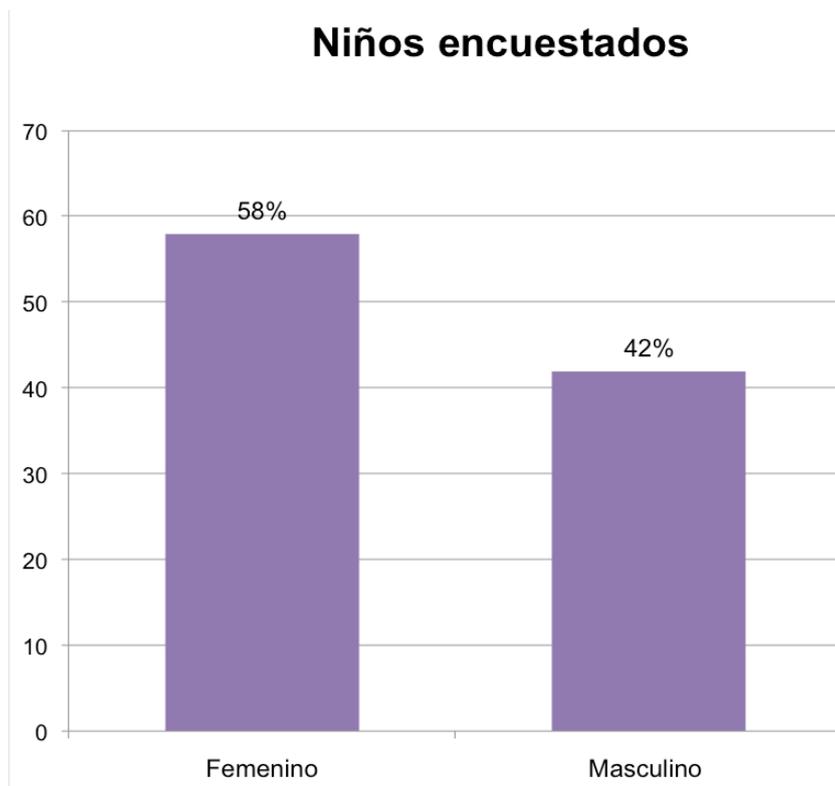
Cabe mencionar que para el desarrollo del tema se aplicaron 100 encuestas a alumnos de la Escuela Primaria Juventino Rosas, ubicada en José Mojica SN, La Foresta, Gustavo A. Madero, 07140 Distrito Federal. Del turno matutino, cuyas edades van desde los nueve a los once años, los cuales asisten a cuarto, quinto y sexto año de educación primaria, con la finalidad de incluir la opinión y el sentir de los niños que transitan por esta etapa.

<b>Año</b>	<b>Cuarto</b>		<b>Quinto</b>		<b>Sexto</b>		<b>Total</b>		
<b>Edad</b>	<b>Niños</b>	<b>Niñas</b>	<b>Niños</b>	<b>Niñas</b>	<b>Niños</b>	<b>Niñas</b>	<b>Niños</b>	<b>Niñas</b>	<b>Total</b>
<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>					<b>10</b>	<b>11</b>	<b>21</b>
<b>10</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>14</b>			<b>16</b>	<b>19</b>	<b>35</b>
<b>11</b>			<b>1</b>	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>28</b>	<b>44</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>25</b>	<b>42</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Fuente: Autora de la tesis, Elena Nayeli Leyva Díaz.

El 58% eran del sexo femenino y 42% del sexo masculino.

**GRÁFICO 1**



## 2.2 La pre-adolescencia

A dicho estadio, generalmente se le conoce como latencia, infancia intermedia, los años escolares o pre-pubescente. Es ese camino inquietante y de grandes cambios donde el niño de los años intermedios, se prepara para buscar su identidad e independencia, una etapa de ensueños y dudas, un periodo corto y peculiar en la que el individuo no es un niño, pero tampoco es todavía un adolescente.

Constituye el principio del desarrollo físico, de los cambios fisiológicos y de la maduración de las características sexuales primarias (órganos sexuales) y secundarias (vellosidad, cambio de voz, fisonomía corpórea) que afectan al pre-adolescente de forma emocional, social y mental. No existe una edad exacta para el inicio de esta etapa, pero de acuerdo con algunos autores y expertos en el tema, oscila entre los nueve y once años.

Es una etapa donde el joven aprende normas, derechos, deberes, obligaciones y responsabilidades culturales y sociales. Desarrolla valores y decisiones, que poco a poco le permiten reconocer sus habilidades, destrezas, gustos, preferencias, limitaciones y demás, que a su vez se ven influenciadas por el entorno en el que se desenvuelve.

Joann Lane Traeger describe al pre-adolescente como, “[...] un muchacho “confundido al que nadie comprende”. No está seguro de sí mismo. Su cuerpo está sometido a extraños cambios. ¿Es un adulto o un niño? Un día siente que es un adulto y exige que se le reconozca como tal. Súbitamente se siente inseguro y quiere volver a las formas infantiles de conducta, rehusa aceptar las responsabilidades que pensaba que quería. Sin embargo, continua tratando de desempeñar un trabajo de adulto”.<sup>80</sup>

La máxima pregunta que le ocupa en este periodo es ¿Quién soy yo?. En esa búsqueda de identidad el pre-adolescente suele imitar modelos que están fuera del ámbito familiar, por lo general son personas a las que admira o con las que se identifica; “la identificación no es más que un proceso inconsciente por el cual un individuo internaliza aspectos de otro ser. Es un acompañante fundamental en el proceso de maduración y ayuda durante el desarrollo del aprendizaje, así como la adquisición de intereses e ideales”.<sup>81</sup>

El pre-adolescente pasa por tantos cambios físicos y emocionales al mismo tiempo, que no tiene oportunidad de acostumbrarse a ellos. Comienza a plantearse preguntas sobre sí mismo, se preocupa por su aspecto y por lo que los demás piensan de él o ella. Siente que todo el mundo está en su contra y rehusa a comportarse en la forma que sus padres quisieran. Redl Fritz describe esta edad como: “la fase en que los niños más adorables se comportan en la forma más abominable”.<sup>82</sup>

Joann Lane menciona que antes que el individuo pueda convertirse en adulto, es necesario que sobrelleve una serie de transiciones, que van acompañadas de diferentes conductas que los adultos no comprenden. En esta etapa, el muchacho regresa a muchas de las actitudes irritantes de su primera infancia.

---

<sup>80</sup> Lane Traeger, Joann, *Comprensión del desarrollo humano*, México, Pax, 1975, pág. 311.

<sup>81</sup> Guarner, Enrique, *Op. Cit.*, págs. 48, 49.

<sup>82</sup> Lane Traeger, Joann, *Op. Cit.*, pág. 313.

Esto se debe a que atraviesa por una inestabilidad emocional, lo cual provoca que se vuelva excesivamente susceptible, sentimental, confuso, dudoso, desordenado, rebelde, egoísta, inquieto, irrespetuoso, miedoso, por mencionar algunos estados de ánimo.

Es una época en la que los padres deben tolerar a sus hijos, acercarse a ellos y establecer la mayor comunicación posible, así como generar una confianza, ya que a menudo cuando requieren ayuda, suelen pedírsela a un adulto ajeno a su familia, debido a que existe un rechazo por los padres, lo cual se debe a que con frecuencia son los últimos en aceptar el hecho de que sus hijos están creciendo.

Los padres deben respetar sus impulsos y sus avances hacia una madurez responsable, comprender su conducta asegurándoles que no van ejercer ninguna presión y que van estar ahí siempre que lo necesiten. El hecho de aceptar los cambios no implica aprobar todo tipo de comportamiento; significa solamente obedecer lo que es, y lo que probablemente debe ser en nuestra cultura.

Además, esta etapa se distingue por despertar en el niño una enorme curiosidad, un deseo de aprender y de saber lo que generaciones han desarrollado a lo largo de la historia, cualquier información le resulta relevante y se apropia de ella.

Asimismo, la edad escolar en este periodo es sumamente importante, ya que le da la posibilidad al pre-adolescente de desarrollarse social e intelectualmente, así como aprender nuevas habilidades necesarias para cumplir las exigencias de la sociedad.

El paso por la edad escolar le permite descubrir el dolor de la competencia, el placer de relacionarse y cooperar con los compañeros, el alcanzar logros y fracasos, a cumplir con las obligaciones escolares, obedecer a las autoridades, las reglas morales, las costumbres sociales y la complejidad de la amistad, que le permite conocer conceptos y fortalecer su autoestima.

En conclusión, la pre-adolescencia es un periodo de cambios internos y externos en la imagen del individuo, una fase que le ofrece conocerse y encontrarse a sí mismo, en la que lucha por ser autónomo pero donde igualmente no quiere perder la protección familiar; una etapa en la que adquiere mayores herramientas cognitivas que le permiten ir entendiendo mejor el mundo en el que se desenvuelve y así poder enfrentar las tareas de la sociedad.

### 2.2.1 Características físicas del pre-adolescente de 9 a 11 años

Durante la pre-adolescencia el crecimiento físico es acelerado, el momento en el que comienza es variable, ya que depende del ritmo particular de crecimiento de cada uno y la maduración dada por los factores genéticos y socioculturales; generalmente las niñas suelen ingresar a esta etapa un año antes que los niños.

El crecimiento físico es importante, porque afecta física y psicológicamente la conducta del niño de una forma directa (determina lo que puede hacer) e indirecta (influye en la actitud hacia sí mismo y hacia los demás); ambas le permiten valorar sus decisiones para encontrar una adaptación óptima.

El crecimiento varía de acuerdo con la constitución y el tamaño del cuerpo, ya que los que tienen el cuerpo grande y pesado, crecen con mayor rapidez que los que son ligeros y pequeños, al igual que los que gozan de una buena nutrición y salud, de los que no.<sup>83</sup>

Una clasificación conveniente de las modificaciones corporales que presentan los chicos y las chicas, incluyen tres categorías principales: aumento del tamaño corporal (estatura y peso), cambios en las proporciones del cuerpo (constitución corporal) y desarrollo de las características sexuales primarias y secundarias.

En el tamaño corporal podemos observar dos ámbitos: por un lado, el peso, y por el otro, la estatura, los cuales varían entre cada niño, según los diversos factores en los que se desarrolla, como la situación económica, la religión o nacionalidad en la que vive, sus costumbres o actividades y hasta los cuidados prenatales que tuvieron con él.

Es muy poca la diferencia en la estatura y peso entre ambos sexos a esta edad. “La tendencia general es que los niños tengan más desarrollados los huesos y los músculos y las chicas más el tejido graso”.<sup>84</sup>

---

<sup>83</sup> Hurlock, Elizabeth Bergner, *Desarrollo del niño*, México, McGraw-Hill, 1988, pág. 115.

<sup>84</sup> Alexander, Theron, et. al., *Psicología evolutiva*, España, Pirámide, 1998, pág. 283.

Dentro de las edades que nos ocupan en nuestro estudio de 9 a 11 años, de acuerdo con el doctor Rogelio H. Valenzuela, en su libro *Manual de pediatría*, nos muestra una tabla que señala lo que un niño mexicano saludable pesará y medirá aproximadamente<sup>85</sup>:

NIÑAS	PESO EN KILOGRAMOS	TALLA EN CENTIMETROS	NIÑOS	PESO EN KILOGRAMOS	TALLA EN CENTIMETROS
9 AÑOS	29 kg.	130.1 cm.	9 AÑOS	29.2 kg.	130.4 cm.
10 AÑOS	32.7 kg.	135.9 cm	10 AÑOS	32.4 kg.	135.5 cm.
11 AÑOS	38.4 kg.	142.8 cm.	11 AÑOS	36.1 kg.	140.6 cm.

Los pre-adolescentes a menudo experimentan un periodo de obesidad, resultado de una predisposición genética, por muy poco ejercicio, por un exceso de consumo de comida chatarra, por el ambiente que influye en que los niños tiendan a comer los mismos tipos de comida y a desarrollar las mismas clases de hábitos de la gente que los rodea, y por la inactividad, como el pasar horas y horas frente al televisor.

Los chicos obesos a menudo son objeto de burla por parte de sus familiares y amigos, lo cual empeora sus problemas físicos y sociales. “La preocupación por la imagen corporal -cómo cree uno que luce- se hace cada vez más importante hacia el final de la niñez intermedia, en especial para las niñas, y puede derivar en trastornos de la alimentación más comunes en la adolescencia”<sup>86</sup>.

El aspecto físico en dicho estadio es de suma importancia, es un factor que influye directamente en sus relaciones sociales y su comportamiento. El que reciba críticas o bromas por su apariencia a esta edad, puede dañar su autoestima (la evaluación que hacen los niños de ellos mismos) y provocar que se sienta bien o mal con respecto a algunas partes de su cuerpo.

“Las interacciones sociales son un espejo en el que se ven a sí mismos. Las opiniones, reacciones y actitudes de otros ayudan a los niños a reflexionar sobre el hecho de por qué y cómo son percibidos por otras personas”<sup>87</sup>.

En conclusión, podemos decir que el desarrollo físico es un factor de suma importancia en la vida del niño y para que ésta sea plena, es necesario que se acepte como es, lo cual le ayudará a estar bien en otros aspectos de su vida.

<sup>85</sup> Hernández Valenzuela, Rogelio, et al., *Manual de pediatría*, México, McGraw-Hill, 1993, pág. 77.

<sup>86</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, 4ª ed., México, McGraw-Hill, 1996, pág. 342.

<sup>87</sup> Alexander, Theron, et al., *Op. Cit.*, págs. 302, 303.

La segunda transformación física importante, comprende modificaciones en las proporciones exteriores e interiores del cuerpo. El crecimiento es asincrónico, esto es, el desarrollo de las diferentes partes del cuerpo tienen su propio tiempo y velocidad. Sin embargo, todas se conforman de una manera general a las pautas de crecimiento para la estatura y el peso.

Los cambios en el exterior se aprecian por modificaciones en la apariencia del sujeto en el tamaño y madurez de distintas áreas del cuerpo, como son la cabeza, el rostro, el tronco, las piernas, brazos, manos y pies.

Las proporciones corporales pueden dividirse en tres clases generales de constitución corporal. Un tipo de cuerpo redondo y graso, o endomorfo, un tipo delgado, largo o ectomorfo, y un tipo muscular y graso o mesomorfo.<sup>88</sup>

No es una ley que los chicos deban conformar una de estas tres constituciones, pero sí existe una inclinación hacia alguna de ellas, aunque no sea del todo igual.

Los cambios en el interior del cuerpo son también asincrónicos y no son tan evidentes como los externos. Estos cambios se producen en el aparato digestivo (casi alcanza su tamaño y forma madura), en el aparato circulatorio (aumento del tamaño del corazón, venas y arterias), cambio en la respiración (crecimiento de los pulmones), desarrollo y madurez de las glándulas del sistema endócrino (glándulas adrenales, la tiroides y las gónadas).

La tercera transformación fisiológica importante es el desarrollo de las características sexuales primarias y secundarias. Comenzaremos por explicar las primarias, que se refieren a los órganos sexuales masculinos y femeninos.

Los órganos sexuales masculinos, "comprenden los genitales externos e internos. Los que se hallan en el exterior del cuerpo son el pene y el escroto –o sea el saco que contiene los testículos-, mientras que los localizados en el interior son el conducto deferente y sus partes asociadas: la próstata y la uretra".<sup>89</sup>

Cuando los órganos de reproducción masculinos están funcionalmente maduros, por lo general aparecen las *poluciones nocturnas*, es decir, la primera eyaculación, que puede ser causada por un sueño de excitación sexual o por otras circunstancias estimulantes. Con este suceso, el chico deja de ser un pre-adolescente y pasa a ser un adolescente.

Los órganos sexuales femeninos son los ovarios, las trompas de falopio, el útero y la vagina. Cuando la muchacha llega a la pubertad, los óvulos comienzan a madurar cada 28 días aproximadamente, dando paso al ciclo menstrual, que marca el final de la niñez y el comienzo de la adolescencia.

Las características sexuales secundarias se refieren al aspecto físico que dan una apariencia "femenina" a las muchachas y "masculina" a los muchachos.

"Las características sexuales secundarias se desarrollan en diferentes momentos y alcanzan la madurez en distintas edades. Tanto los que maduran temprano como los que

---

<sup>88</sup> *Ibidem*, pág. 286.

<sup>89</sup> Hurlock, Elizabeth Bergned, *Psicología de la adolescencia*, España, Paidós, 1980, pág.58.

maduran tarde siguen casi el mismo patrón que quienes lo hacen en la edad promedio para su grupo sexual, aunque las diferentes características aparecen antes o después”.<sup>90</sup>

CARACTERÍSTICAS SEXUALES SECUNDARIAS FEMENINAS	CARACTERÍSTICAS SEXUALES SECUNDARIAS MASCULINAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo del busto.</li> <li>• Ensanchamiento de las caderas y hombros.</li> <li>• Vello púbico y axilar.</li> <li>• Vello facial (sobre el labio superior, en la parte inferior de las mejillas y al borde del mentón).</li> <li>• Vello corporal en las extremidades (piernas y brazos)</li> <li>• Cambio de voz.</li> <li>• Piel más grasosa, debido a una mayor actividad de las glándulas sebáceas, que dan por resultado los puntos negros y el acné.</li> <li>• Cambios de color de la piel.</li> <li>• Sudoración y olor corporal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensanchamiento de hombros y torax.</li> <li>• Aumento muscular y fuerza física</li> <li>• Alargamiento de brazos y piernas.</li> <li>• Vello púbico y axilar.</li> <li>• Vello facial (sobre el labio superior, a los costados y en la barbilla y en la región de la garganta)</li> <li>• Vello corporal (hombros, pecho, espalda, brazos y piernas).</li> <li>• Cambio de voz.</li> <li>• Cambio en el color y textura de la piel (se vuelve más grasosa, debido a una mayor actividad de la glándulas sebáceas, que dan por resultado los puntos negros y acné).</li> <li>• Sudoración y olor corporal.</li> </ul>

Fuente: Hurlock, Elizabeth Bergned, *Psicología de la adolescencia*, España, Paidós, 1980, pág.61.

En los últimos años, la pre-adolescencia se ha adelantado: sus características hoy aparecen desde los ocho años, especialmente en las niñas. El Mtro. César Illescas Monterroso menciona que se debe a que las tradiciones de alimentación se han modificado drásticamente en los últimos diez años; curiosamente el factor que anticipa la pre-adolescencia es la alimentación, ya que los productos animales y vegetales ahora se producen con fertilizantes o con tratamientos hormonales, que provocan que las niñas y los niños se desarrollen antes.<sup>91</sup> El maestro es licenciado en Ciencias de la Comunicación, así mismo tiene una licenciatura en Psicología, Universidad Autónoma Metropolitana/Xochimilco y una maestría en Teoría Psicoanalítica, Centro de Investigación y Estudios Psicoanalíticos. Trabajó en medios de comunicación como Canal Once, Radio UNAM, entre otros. Actualmente es Profesor e Investigador de la

<sup>90</sup> *Ibidem*, pág. 60.

<sup>91</sup> Entrevista con el Mtro. César Illescas Monterroso, *Psicoanalista e investigador de la UACM-UNAM*, 6 de abril de 2010.

Universidad Autónoma de la Ciudad de México y como Profesor de asignatura en la Universidad Nacional Autónoma de México.

Otro motivo, de acuerdo con la Mtra. María Cristina Camacho Ramos, se debe a la falta de control en la información, ya que en la actualidad los jóvenes la reciben cada vez con mayor abundancia y referida a conductas y prácticas que antes eran realizadas o consideradas fundamentalmente para adultos y que, lamentablemente, ahora las llevan a cabo los jóvenes.<sup>92</sup> La maestra tiene una licenciatura en Sociología, UAM Azcapotzalco y una maestría en Sociología, UNAM. Actualmente es Profesora de carrera en el área de Sociología de la FES Aragón.

Es importante señalar, que la información influye en el pre-adolescente de manera positiva o negativa en su desarrollo intelectual, moral y emocional, que más tarde se verá reflejada en su edad adulta. Hoy día, los padres ya no ejercen una educación autoritaria, sino que permiten a sus hijos ver lo que ellos quieren en televisión, pese a que las imágenes, experiencias y emociones que observan sean inadecuadas para las circunstancias que constituyen su ambiente. El resultado es que se vuelvan consumistas de una imagen o producto que no es apropiado para su edad.

Los padres han dejado que los niños pasen horas y horas frente al televisor, sin tomar en cuenta que ciertos programas no son aptos para su edad, relegando a la televisión la responsabilidad de educarlos; pero cabe preguntarse si ésta realmente lo hace.

La pre-adolescencia no se refiere sólo a cambios físicos, sino también a cambios psicológicos.

Es muy común que el pre-adolescente piense diferente a los demás y sienta cambios en su estado de ánimo, de repente puede estar muy feliz y de la nada sentirse deprimido, de un humor irritable, aislado, inestable, agresivo e incluso cambiar la percepción que tienen de sí mismos de un día para otro.

Otra característica, es el rechazo al trabajo; hace lo menos posible en el hogar, descuidando sus deberes asignados y en la escuela no realiza sus tareas. Se vuelve melindroso a la hora de comer, rechaza los platos que antes le agradaban y prefiere otros nuevos, a veces tiene una alimentación exagerada y luego es escasa, esto ocurre porque cuando tiene problemas emocionales su apetito disminuye y todo lo contrario cuando sus problemas se resuelven.

La insatisfacción respecto de su apariencia es otra difícil tarea a la que deben ajustarse, “la *catexia corporal* (medida de satisfacción con el cuerpo o con sus diversas partes) es más importante para las muchachas que para los muchachos, porque la sociedad atribuye un valor mayor a la apariencia femenina. A menos que la adolescente esté conforme con su físico tras la transformación puberal, desarrollará sentimientos de ansiedad e inseguridad. Esto también aplica a los varones, si bien, en menor medida, pues éstos no dan tanta importancia al atractivo físico”.<sup>93</sup>

La pre-adolescencia es un momento estelar en la vida de cualquier persona, el joven se está readaptando a su propio cuerpo y a su propio entorno. Se da cuenta que pápa y

---

<sup>92</sup> Entrevista realizada con la Mtra. María Cristina Camacho Ramos, Profesora de carrera en el área de Sociología de la FES Aragón, 22 de abril de 2010.

<sup>93</sup> Hurlock, Elizabeth Bergned, *Psicología de la adolescencia*, España, Paidós, 1980, pág. 63.

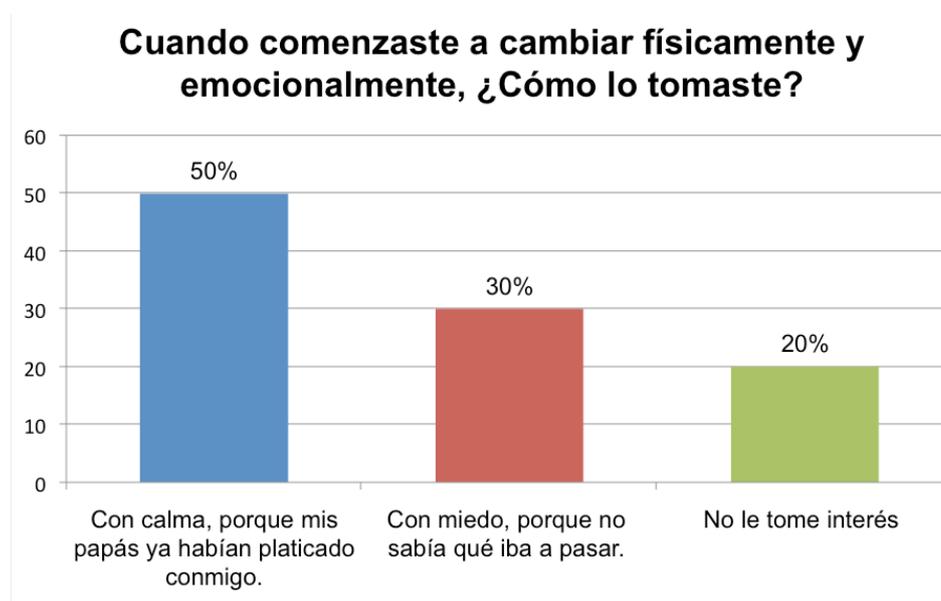
máma ya no son los mismos y que las responsabilidades en el hogar y en la escuela ya no son iguales a las que tenía cuando era niño. Que ahora debe asumir las consecuencias de sus actos y que las exigencias son aún mayores.

La entrada a este período de transición suele implicar una serie de desequilibrios afectivos y psicológicos que normalmente se suman a las agresivas influencias externas, como la sociedad y los medios de comunicación, que en esta fase afectan a los niños y niñas de una manera especial.

Como conclusión, quiero presentar el sentir de los pre-adolescentes respecto a estos cambios; para ello, realicé una encuesta a 100 alumnos de entre nueve y once años de la Escuela Primaria Juventino Rosas.

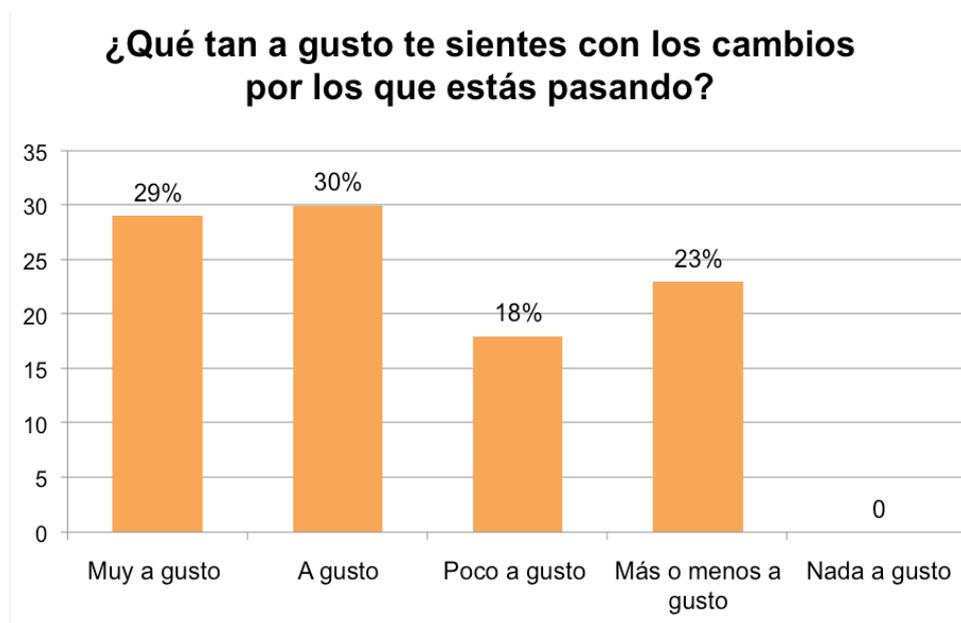
Les cuestioné sobre cómo tomaron estos cambios y qué tan a gusto se sentían. Estas fueron sus respuestas:

**GRÁFICO 2**



El 50% de los pre-adolescentes toman sus cambios físicos y emocionales con calma debido a que platicaron con sus padres. Lo malo es que no todos están preparados para enfrentar el momento, como lo demuestra la gráfica; el 50% restante no sabía que su cuerpo y su estado de ánimo cambiarían con los años; esto generalmente se debe a que los padres, sin querer, establecen una barrera que les impide comunicarse con sus hijos.

GRÁFICO 3



El 59% de los pre-adolescentes se sienten a gusto con los cambios, un 18% poco a gusto y un 23% más o menos a gusto. Como lo demuestran los resultados, muchos se sienten bien con estos cambios, una de las principales razones es que ya comienzan a gozar de una mayor libertad para realizar diversas actividades sin la ayuda de un adulto, y es que ahora se encuentran en el camino de la individualización.

Aunque no para todos son agradables, se dan casos en que los cambios provocan en los niños cierta timidez e inseguridad; casi siempre se vuelven más reservados en lo que respecta a sus sentimientos y a su cuerpo, y les apena que otros se den cuenta del cambio.

## 2.2.2 El perfil cognitivo del pre-adolescente de 9 a 11 años

El área cognoscitiva es aquella donde ubicamos todos y cada uno de los conocimientos que el individuo va adquiriendo a lo largo de su desarrollo.

Es importante señalar que no existen niños idénticos, ni rasgos considerados como normas rigurosas; las características presentadas a continuación, sirven para interpretar cómo es el comportamiento cognositivo de un niño de nueve a once años.

El pre-adolescente manifiesta cambios significativos en las habilidades mentales, cuando éste entra a lo que Jean Piaget describe como el “estadio de las operaciones concretas”, llamadas así porque ahora son capaces de usar operaciones mentales para entender y resolver conceptos y problemas concretos (reales). Ahora su pensamiento llega ser verdaderamente lógico, porque puede considerar múltiples aspectos de una situación.<sup>94</sup>

En la etapa de operaciones concretas, los niños son mucho mejores para clasificar, trabajar con números, manejar conceptos de tiempo y espacio, distinguir la lógica real donde entienden la diferencia de lo que es fantasía y lo que es realidad.

Piaget menciona cinco aspectos del desarrollo intelectual en la pre-adolescencia, estos son: la comprensión de los conceptos espaciales, de la casualidad, la categorización, el razonamiento inductivo y deductivo y la conservación.<sup>95</sup>

*Espacio y casualidad.* El niño pone mayor atención a su entorno y a sus experiencias, memoriza y agrupa en categorías toda la información que recibe con el fin de recordar algo aprendido anteriormente. Comprende mejor los conceptos espaciales (tiempo y distancia) que existen entre un lugar y otro, y mejora su habilidad para comunicar una información.

*Categorización.* El niño aprende a distinguir y sabe diferenciar el concepto de clase y tipo, y por consiguiente, puede clasificar objetos en categorías, como color o forma.

*Razonamiento inductivo.* El joven observa las características particulares de una persona, animal, objeto o evento, y llega a una conclusión general de la clase. Ejemplo, todos los gatos maullan. El gato de mi amigo también maulla. Todos los gatos maullan.

*Razonamiento deductivo.* El joven parte de una premisa general acerca de una clase a una conclusión acerca de un integrante o integrantes particulares de la misma. Ejemplo, todos los gatos maullan. Timi es un gato. Timi maulla.

*Conservación.* En la conservación, el niño es capaz de concentrarse en dos o más aspectos de una misma situación simultáneamente, reconoce que el cambio en el contorno de la materia no altera estos aspectos como la masa, el volumen o el peso.

Los niños desarrollan distintos tipos de conservación en diferentes épocas, a la edad de seis o siete años, por lo general pueden conservar la sustancia; a los nueve o diez, el peso y a los 11 ó 12, el volumen.<sup>96</sup>

---

<sup>94</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, 4ª ed., México, McGraw-Hill, 1996, pág. 348.

<sup>95</sup> *Ídem.*

Durante el desarrollo cognitivo, el niño muestra interés por los fenómenos naturales e información de tipo sexual; es capaz de contemplar una situación desde diferentes puntos de vista; desarrolla su razonamiento lógico que le permite ir desarrollando un pensamiento crítico y tiende a comunicarse con más facilidad.

Es más crítico y entra en polémica con otros niños para discutir y defender su opinión sobre temas generales, como la educación, cosas que pasan en su entorno social, político o religioso. Comienza a descubrir reglas, conoce su mundo físico y busca explicaciones a todo lo que ve. Se interesa más por el funcionamiento de las cosas que por la forma, siente un enorme deseo de saber y, por consiguiente, lee y estudia para aprender. A esta edad el estudio se le facilita gracias a que su capacidad de memoria está más desarrollada.

De los nueve a los once años, el niño es más realista, piensa menos egocéntricamente, es más flexible y su autonomía se basa en el respeto mutuo y en la cooperación. Comienza a relacionarse con más niños y adultos, que le permiten conocer una amplia gama de opiniones, que a su vez le ayudan a descartar la idea de que existe una norma moral absoluta e inalterable, de lo correcto y lo incorrecto.

Se da cuenta que la gente hace la reglas y las cambia, por ello, desarrolla su propio sentido de justicia, basada en la imparcialidad y en la igualdad, considerando la intención que va detrás de la conducta.

A medida que los niños avanzan en los años escolares, progresan en sus habilidades para procesar, recordar y retener la información. Conocen y usan nuevas estrategias que mejoran su memoria y les ayudan a recordar aquellos conocimientos que aprendieron anteriormente; además, aprenden a elegir entre la información que es importante y la que no lo es.

Las habilidades lingüísticas continúan desarrollándose durante la pre-adolescencia. Tienen mayor capacidad para interpretar y comprender la comunicación oral y escrita, su vocabulario y habilidad para definir palabras crece y saben expresarse mejor, lo cual facilita entenderlos y que se entiendan entre ellos mismos.

Las características de esta etapa son:

- Poseen un vocabulario más amplio y usan verbos cada vez más precisos para describir una acción.
- No sólo aprenden a usar muchas palabras, sino que seleccionan la correcta para cada caso en particular.
- En la gramática, comprenden las formas sintácticas de la voz pasiva (antes, la expresión “Beatriz fue felicitada por Daniel” se entendía como “Beatriz felicitó a Daniel”).
- Comprenden mejor los conceptos matemáticos.
- Se les complica la elaboración y organización de las palabras en frases y oraciones (sintaxis).

---

<sup>96</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, edición especial, México, McGraw-Hill, 1999, pág. 288.

- Los niños proporcionan más detalles de algún evento particular o social, ofrecen una información introductoria, indican con claridad el tiempo y el lugar y evitan detalles innecesarios.
- Mejoran su habilidad para comprender y entender una lectura, gracias a que se identifican más con las palabras y se concentran en el significado de lo que leen.
- Aprenden a usar las palabras escritas para expresar ideas, pensamientos y sentimientos. El desarrollo de la lectura va de la mano con el aprendizaje de la habilidad de la escritura.

### 2.2.3 El perfil socioafectivo del pre-adolescente de 9 a 11 años

El área socioafectiva engloba todas y cada una de las conductas que involucran sentimientos, valores, actitudes y formas de relacionarse con los demás que manifiesta el individuo como resultado del proceso del aprendizaje.

Como ya se explicó, no existen pre-adolescentes iguales, ni rasgos considerados como normas rigurosas, sin embargo, se intentará explicar el sentir de los pre-adolescentes en lo general.

¿Quién soy en el mundo?, dijo Alicia en el País de las Maravillas después de cambiar abruptamente de tamaño otra vez. Para solucionar la interrogante de Alicia, se requiere un proceso que dura toda la vida, para llegar a conocerse a sí mismo.

El *autoconcepto* se refiere a la percepción que tienen las personas de sí mismas, sobre quiénes son y qué son. A la forma en como evalúan su identidad social, sus limitaciones, valores, cualidades, capacidades y rasgos físicos, emocionales y afectivos. Un proceso mediante el cual el individuo se percata de sus propias características y reacciones.

El concepto se basa en el conocimiento que la persona tiene de lo que ha hecho y ha sido, sirve como guía a la hora de decidir qué hacer o ser en el futuro, controla y regula el comportamiento del sujeto (no sólo para que obtenga lo que necesita y desea, sino también para satisfacer las necesidades y deseos de otros) y lo ayuda a entenderse a sí mismo.

En la pre-adolescencia el niño cuenta con la capacidad cognitiva para desarrollar su autoconcepto a partir de sus propias experiencias y de la socialización con su entorno. El concepto que tiene de sí mismo, es resultado de un gran número de elementos que influyen notablemente en su construcción y que provocan que mantenga o cambie ciertos aspectos de su imagen. Tales factores son como el contexto, la historia, los éxitos y fracasos, la familia, la escuela, la sociedad, la iglesia, los medios de comunicación, etcétera.

Normalmente el pre-adolescente se evalúa comparando sus habilidades y sus logros con los demás, y reconoce sus virtudes y defectos a través de la competencia.

A este autoconcepto incorpora valores, comportamientos, exigencias y expectativas de la sociedad, con la finalidad de llegar a ser un miembro que sea productivo en relación a su contexto socio-cultural.

En ese esfuerzo por formar parte de la sociedad, el niño debe llevar acabo varias tareas para desarrollar el autoconcepto:

- *Ampliar su autocomprensión* para reflexionar sobre las percepciones, necesidades y expectativas de otras personas. Deben aprender lo que es ser amigo, compañero de equipo o miembro de un grupo de teatro.
- *Aprender más acerca de cómo funciona la sociedad* (relaciones complejas, roles y reglas). Por ejemplo, Jimmy se da cuenta de que la mamá tiene un “jefe” a quien debe cumplir ciertas obligaciones, y que el entrenador de atletismo puede ser “amable” en ciertos momentos y “aborrecible” en otros.

- *Desarrollar patrones de comportamiento* que los satisfagan personalmente y sean aceptados por la sociedad. Esto puede ser difícil para los niños, puesto que todavía pertenecen a *dos* sociedades (el grupo de compañeros y el de los adultos), que en ocasiones presentan patrones en conflicto.
- *Dirigir su propio comportamiento*. A medida que los niños se responsabilizan de sus propias acciones, deben *creer* que pueden seguir los patrones sociales y los personales, y deben desarrollar la capacidad para *lograrlo*.<sup>97</sup>

El autoconcepto y el autoestima están estrechamente relacionados; de acuerdo con Erikson, en la pre-adolescencia el niño desarrolla su autoestima, que es básicamente cómo nos sentimos con nosotros mismos, el valor que le damos a nuestras actitudes, sentimientos, rasgos corporales, capacidades y conocimientos.

“El autoestima es quererse a uno mismo y querer a los demás. Significa saber que eres valioso (a), digno (a), que vales la pena y que eres capaz, y afirmarlo. Implica respetarte a tí mismo y enseñar a los demás hacerlo”.<sup>98</sup>

La autoestima se presenta generalmente en dos niveles:

Autoestima alta: es un estado de ánimo en el que la persona se quiere y se respeta a sí misma, se siente segura, confiada, se valora y se acepta como es. Se relaciona adecuadamente con los demás y disfruta las nuevas experiencias que le da la vida. Es alegre, tolerante, llena de energía y creatividad, una persona que se autoevalúa objetivamente.

Autoestima baja: es un estado de ánimo en el que la persona se siente insegura, incapaz, deprimida, inútil, no posee amor propio, descuida su imagen, su cuerpo, su salud y no tiene confianza en sí misma. El comienzo de este estado de ánimo se puede presentar desde la infancia, cuando los padres cuestionan las habilidades y la inteligencia, o cuando constantemente se realizan comparaciones entre las personas, lo que puede dar como resultado que la persona sea incapaz de amarse y amar a los demás.

El apoyo social es sumamente importante en el desarrollo de la autoestima y el autoconcepto, tanto los padres y compañeros, como los amigos y maestros, son piezas fundamentales, para la formación de la personalidad del pre-adolescente.

La familia juega un papel importante en esta transformación. “Es el eslabón más fuerte entre el niño y la sociedad. Perpetúa el orden social y proporciona una continuidad en el proceso de socialización del niño con cada una de las grandes instituciones: la escuela, la iglesia o el estado”.<sup>99</sup>

Es el primer grupo social con el que se identifica, es la escuela primordial de los valores y virtudes a seguir, el núcleo donde el ser humano podrá cubrir sus necesidades, como el refugio y la alimentación, y donde aprenderá lo que es el amor, el afecto y la comprensión.

---

<sup>97</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, edición especial, México, McGraw-Hill, 1999, pág. 325.

<sup>98</sup> Fuente: [www.uag.mx/27/tutoria/autoestima.pdf](http://www.uag.mx/27/tutoria/autoestima.pdf), 9 de agosto de 2010.

<sup>99</sup> Alexander, Theron, et al., *Op. Cit.*, pág. 287.

Para entender al pre-adolescente en la familia, es necesario considerar la atmósfera y la composición familiar en la que se desenvuelve, ya que los cambios sociales afectan su desarrollo, como sostiene la teoría ecológica de Bronfenbrenner.<sup>100</sup>

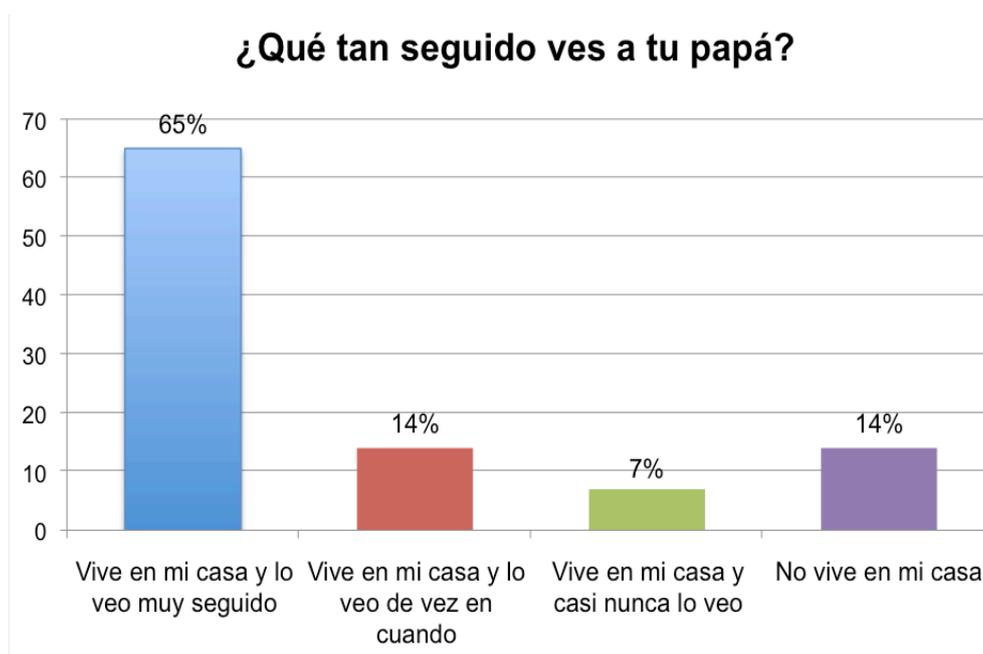
Entre los cambios se incluye el trabajo y la posición socioeconómica de los padres, el divorcio, la familia con un sólo padre, las madres que laboran fuera del hogar y el ambiente de la casa sea amoroso o conflictivo.

En este estadio es muy importante que padres e hijos convivan el mayor tiempo posible. Lamentablemente, hoy día los pre-adolescentes tienen menos cercanía con sus padres, algunos de los motivos que dificultan la convivencia son la escuela, los amigos, el internet, los juegos, el trabajo, etcétera.

En la actualidad, en la gran mayoría de las familias mexicanas, ambos padres tienen que trabajar para sustentar el hogar y pasan mucho tiempo fuera de casa. “Cómo afecte su trabajo a sus hijos puede depender de cuánto tiempo y energía dispone para estar con ellos y qué tipo de modelo proporciona”.<sup>101</sup>

De acuerdo con la encuesta que se realizó a estudiantes de la Escuela Primaria Juventino Rosas, al cuestionarles ¿qué tan seguido veían a sus padres?, estas fueron sus respuestas:

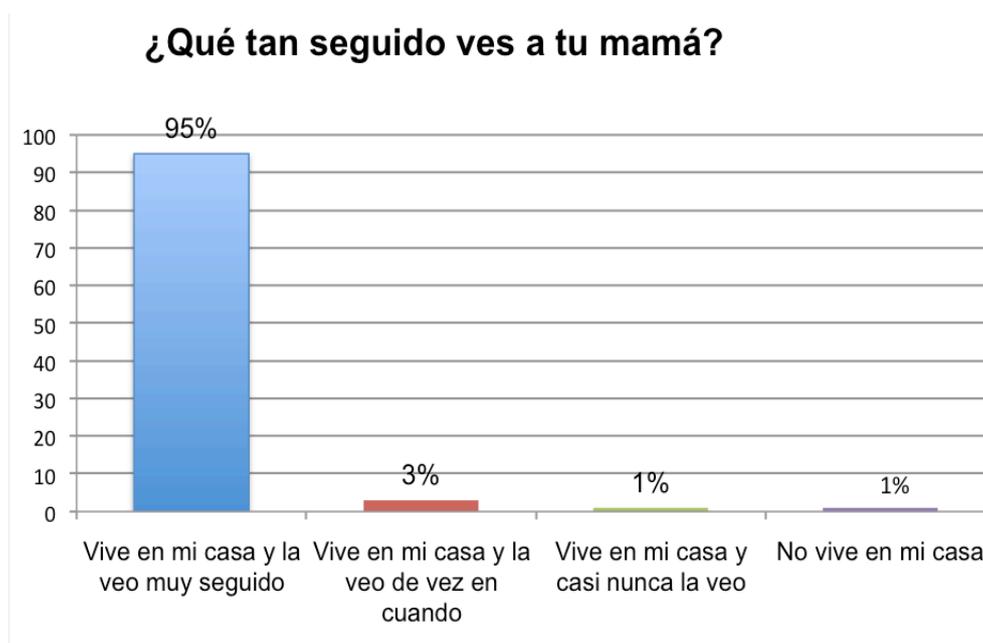
**GRÁFICO 4**



<sup>100</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, 4ª ed., México, McGraw-Hill, 1996, pág. 391.

<sup>101</sup> *Ibidem*, pág. 393.

GRÁFICO 5



Los resultados demuestran que los niños ven más seguido a la madre, con un 95%, que al padre, con un 65%. Mientras que 5% de los niños no viven con su mamá o la ven muy poco, y 35% no viven con el papá o lo ven muy poco.

¿Pero realmente aprovecharán el tiempo que están en el hogar para convivir con sus hijos?, y es que por lo general los padres que trabajan prefieren descansar en ese tiempo libre y no ser molestados, o realizar los quehaceres como: ir de compras, preparar la comida, limpiar la casa, lavar la ropa, lavar el auto, adelantar el trabajo, etcétera.

Aquí lo importante no es quién está más tiempo en casa, sino qué tanta atención le prestan a sus hijos en ese momento. Y es que en dicho estadio, lo importante es la calidad y no la cantidad de tiempo. No se trata de estar las 24 horas con los chicos, sino simplemente que el tiempo que les dediquen sea de ellos y para ellos.

Es necesario señalar que de acuerdo con los resultados de la encuesta, 14% de los niños no viven con su papá y 1% no vive con su mamá. Es muy común que las familias se conformen por un solo padre, resultado de un divorcio o separación, por la muerte de alguno de ellos o, en todo caso, porque la paternidad la llevan a cabo sin estar casados.

Los niños que crecen en hogares con un sólo padre son más autónomos y responsables en los deberes del hogar, tienen más conflictos con los hermanos y poca unión familiar, menos control, castigo y apoyo del papá, y tienden a tener menos desempeño escolar y social.<sup>102</sup>

Pero no es sencillo mantener una buena relación en ese estadio. El pre-adolescente ahora es más conciente de sus emociones y sentimientos. Sabe qué lo hace sentir enojado, temeroso, triste, feliz y se da cuenta cómo reaccionan otras personas cuando expresa esas emociones. Por ello aprende a controlar su conducta y afronta la situación de manera constructiva.

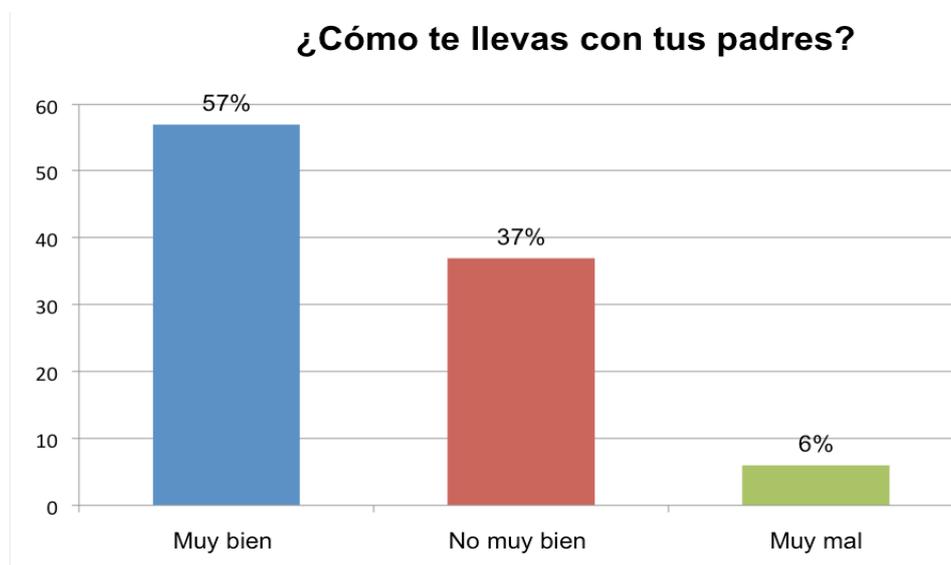
<sup>102</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, edición especial, México, McGraw-Hill, 1999, pág. 345.

A veces los pre-pubescentes no pueden controlar sus emociones negativas, lo que causa que tengan fricciones con sus padres. “Cuando los padres muestran desaprobación o castigan las emociones negativas, éstas pueden expresarse con más intensidad y deteriorar el ajuste social de los niños”.<sup>103</sup>

Es muy común que los padres no toleren la mala conducta de sus hijos y caigan fácilmente en el error de enfrentarlos o abusar de su autoridad. Por ello es muy importante que los padres se detengan a dialogar con sus hijos, que generen un acercamiento y confianza para que juntos enfrenten con éxito los problemas propios de este periodo, y así puedan entender con mayor claridad el inminente crecimiento corporal y emocional por el que están pasando sus hijos.

Cuando cuestioné a los alumnos acerca de cómo se llevaban con su mamá y su papá, esto fue lo que respondieron:

**GRÁFICO 6**



Los pre-adolescentes a menudo deterioran la calidad para llevar una buena relación con los padres, debido a que se esfuerzan por alcanzar su autonomía; los resultados revelan que 37% de los pre-adolescentes no se llevan muy bien con sus padres y 6% tienen una muy mala relación, lo que dificulta aún más solucionar los problemas y llegar a un acuerdo familiar.

Aunque no todos mantienen esa fricción familiar, como lo indica la gráfica, 57% de los niños mantiene una buena relación con sus padres, lo cual ayuda a que ambas partes logren sobrellevar esta etapa de una manera constructiva.

“La forma en que padres e hijos resuelven los conflictos puede ser más importante que los resultados específicos. Si el conflicto familiar es constructivo, puede ayudar a los niños a ver la necesidad de reglas y normas de conducta. También aprenden qué tipo de problemas vale la pena discutir y qué estrategias pueden ser efectivas”.<sup>104</sup>

<sup>103</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, 4ª ed., México, McGraw-Hill, 1996, pág. 390.

<sup>104</sup> *Ibidem*, pág. 391.

Generalmente, en este periodo los padres y los hijos comparten la autoridad, "los padres continúan ejerciendo un control general de supervisión, mientras los niños empiezan a ejercer su autorregulación momento a momento".<sup>105</sup> El pre-adolescente ahora cumple con los deseos y las exigencias de sus padres o de otras personas siempre y cuando el orden, el consejo o el castigo sea justo. Y es que gracias a las experiencias que ha vivido, se da cuenta que los padres no son personas perfectas y que también cometen errores.

La relación con los hermanos es otro factor que ayuda al pre-adolescente a desarrollar su personalidad. Con los hermanos el niño aprende a llevarse bien con los demás, a relacionarse con el mundo exterior, y a protegerse y cuidarse mutuamente.

Es normal que entre hermanos se peleen, discutan, se insulten y se destesten en un momento dado. Y que poco después olviden lo sucedido y vuelvan a relacionarse sin ningún problema.

Esto sucede porque el pre-adolescente, en esa búsqueda de identidad propia, quiere sentirse diferente a sus hermanos y que se le reconozca y valore como una persona más grande. Por eso empieza a establecer una distancia entre sus hermanitos, cosa que disgusta a los padres, quienes tratan de forzarlo a que continúe compartiendo todo de la misma forma.

Pero al pre-adolescente ya no le agrada que lo traten igual que a sus hermanos menores, ya no está interesado en compartir sus actividades con ellos y menos su habitación. Si lo obligan, el pre-adolescente expresará su disgusto peleando con sus hermanos menores, situación que le enseña que no siempre un enojo termina con una relación y a su vez aprende a resolver el conflicto.

Lo mejor que pueden hacer los padres es apartar lo más posible a los pequeños de sus hermanos pre-adolescentes, así como obligar a estos últimos a ser amables con ellos y, en lo posible, brindarles su espacio sin incluir a los hermanos menores.

---

<sup>105</sup> Papalia, Diane E. y Wendkos Olds, Sally, *Op. Cit.*, pág. 245.

Al preguntarles a los pre-adolescentes acerca de cuántos hermanos y hermanas tenían y qué tan bien se llevaban con ellos, estas fueron sus respuestas:

GRÁFICO 7

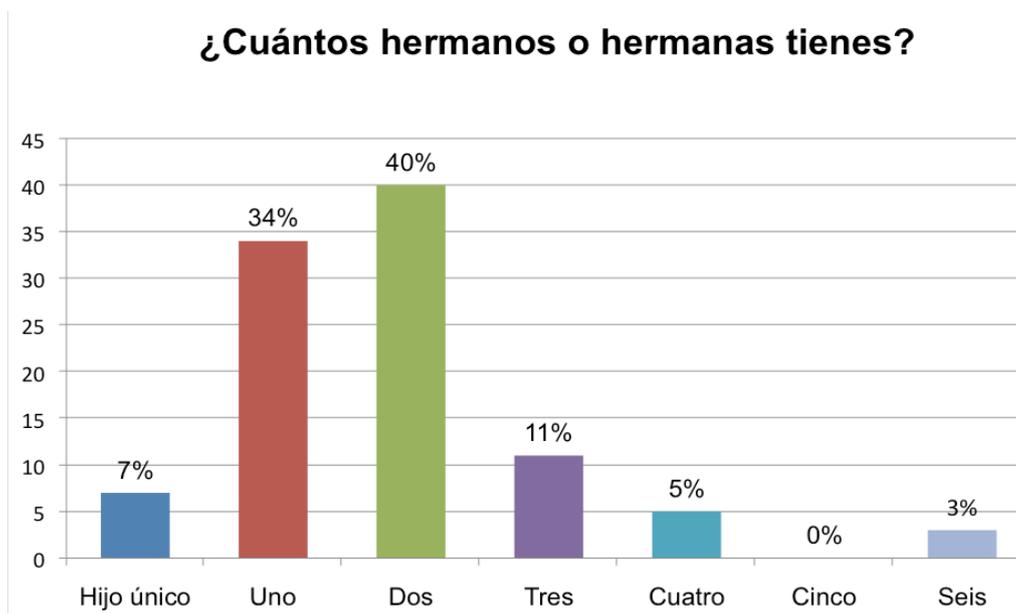
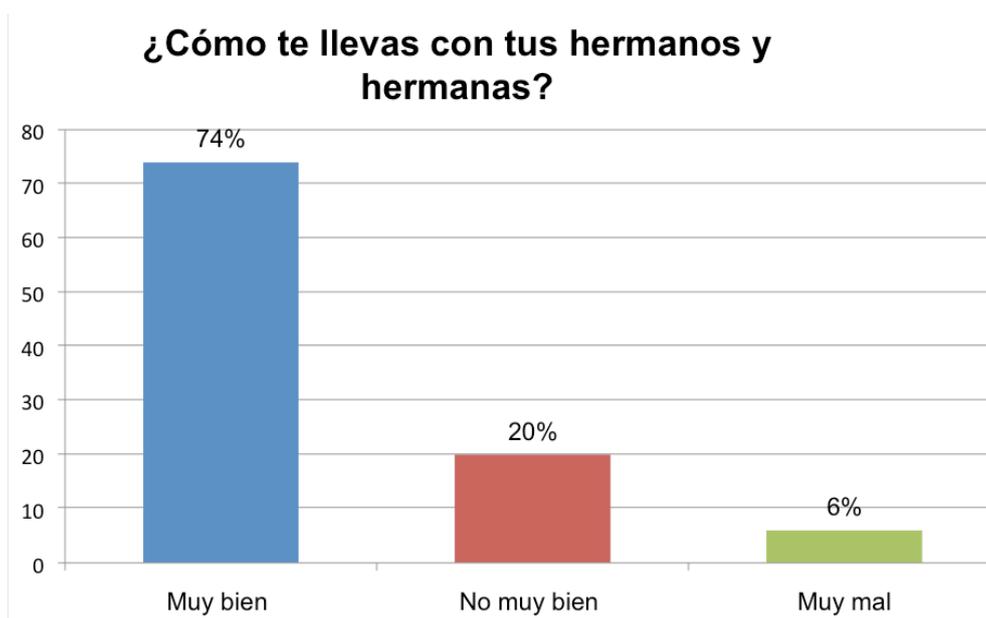


GRÁFICO 8



El 7% de los encuestados son hijos únicos, mientras que 93% de los niños tienen de uno a seis hermanos, lo cual demuestra que los pre-adolescentes, en su mayoría, se desarrollan en un contexto donde la convivencia con los hermanos existe.

La relación entre hermanos suele variar como lo indican los resultados, donde 74% de los niños llevan una buena relación con sus hermanos y sólo 26% tienen una mala relación, lo que indica que las peleas y discusiones entre hermanos menores o mayores edad, se dan con frecuencia en la pre-adolescencia.

Es importante señalar que el pre-adolescente suele admirar al hermano o hermana mayor. Es fácil que confíe en ellos, ya que se muestran más atentos y comprensivos que sus propios padres. Es muy común que el hermano mayor eduque al hermano pequeño, usando la sabiduría que ha adquirido, casi sin darse cuenta, observando a su padres.

La escuela también juega un papel importante en el desarrollo de la personalidad del pre-adolescente. En ella, el niño aprende a relacionarse con sus compañeros y profesores, a adoptar valores y patrones de comportamiento de la sociedad y descubre nuevas habilidades y capacidades que antes desconocía.

Aunque a veces manifieste con intensidad su desagrado por la escuela, la realidad es que suele ser un alumno dispuesto, entusiasta y deseoso de cooperar. De acuerdo con Erikson, el niño en los años escolares aprende las habilidades que la sociedad y la cultura consideran importantes, el funcionamiento de su sociedad, el papel que desempeña en ella y lo que significa hacer un buen trabajo.

En este nuevo campo, el padre tiene que lidiar con un niño que se queja de los maestros y fingen estar enfermo para no asistir a la escuela. Que huye de las tareas u obligaciones impuestas y que prefiere estar jugando, chateando o viendo la televisión.

Y es que los cambios fisiológicos por los que atraviesa el pre-adolescente no le permiten ser un estudiante estable y concentrado. Por ello, la escuela debería considerar esta transición para ayudar a los alumnos a resolver aquellas preocupaciones personales como: ¿Por qué me comporto en esta forma?, ¿Por qué me siento así?, ¿Se sienten los demás igual que yo?, etcétera, con el fin de que se sientan atraídos para aprender más. Recordemos que en este estadio su curiosidad se enfoca en los cambios corporales y emocionales, y trata de explicar las razones por las que suceden.

Los profesores y amigos influyen de manera considerable en la formación del autoconcepto y el autoestima del pre-adolescente. Tanto en la competencia como en la convivencia, los comentarios que lleguen hacer acerca de su imagen pueden repercutir de forma positiva o negativa en la opinión que tiene acerca de sí mismo. Y es que en esta etapa el niño se preocupa demasiado por lo que los demás piensen de él o ella, por su apariencia, por la aceptación social y por la popularidad.

Cuando los pre-adolescentes observan que su profesor es poco seguro y no puede controlar al grupo, seguramente no dejarán pasar la oportunidad de molestarlo. En este periodo ellos exigen un maestro que sea capaz de dirigir al grupo, que sea justo y comprensivo y que no pierda el sentido del humor.

Les gusta que les enseñen y suele admirar al maestro por su conocimiento y carácter. Su mayor preocupación en los años escolares son los exámenes, sus calificaciones o que el profesor se queje con sus padres. En ese estadio, puede existir un considerable intercambio profesor-alumno, pero ya no le gusta parecer que va detrás de él.

Ahora los compañeros de la escuela se tornan importantes para el pre-adolescente, quien busca aún más su compañía. Por lo general, en este periodo suelen juntarse puras niñas o puros niños, esto se debe a que el pre-adolescente es todavía un individuo homosexual y por ello rechaza a los miembros del sexo opuesto, lo que ocasiona que prefieran estar

con individuos de su mismo sexo, con los que se sienten más agusto y obtiene sus mayores satisfacciones.<sup>106</sup>

“Los grupos del mismo sexo ayudan a los niños a aprender conductas apropiadas para el género y a incorporar los roles de género en su autoconcepto”.<sup>107</sup>

Es importante mencionar que en la pre-adolescencia se realizan numerosas actividades heterosexuales, pero generalmente se llevan a cabo en grupo. Aunque no faltan los jóvenes precoces que en esta época disfrutan de la compañía entre niños y niñas.

La idea de la amistad cambia con el paso de los años. “Un amigo de la pre-adolescencia es algún niño con el que se siente cómodo o con quien él o ella pueden compartir sentimientos y secretos”.<sup>108</sup>

Los niños en la infancia intermedia buscan amigos de la misma edad, sexo, grupo étnico y con intereses comunes. Los amigos ayudan al pre-adolescente a que aprenda a relacionarse y a desenvolverse en la sociedad, a que acepte nuevos puntos de vista y formas de ver al mundo. A través de la amistad, “ellos aprenden cómo y cuándo ajustar sus necesidades y deseos a los de los otros -cuándo ceder y cuándo permanecer firmes”.<sup>109</sup>

La amistad sensibiliza al niño, lo hace más cariñoso y cooperativo. Lo ayuda a que sea capaz de dar y recibir respeto; a que contraste sus opiniones, sentimientos y actitudes con las de otros compañeros, con la finalidad decidir qué valores familiares desea conservar y cuáles rechazar.

En general, los verdaderos amigos se logran cuando el niño alcanza su madurez cognitiva para aceptar los diferentes puntos de vista y las necesidades de otras personas tanto como las propias.

Robert Selman menciona que las niñas valoran más la *profundidad* prefieren tener muy pocas amigas, pero que puedan confiar en ellas; por el contrario, los niños valoran más el *número* de las relaciones, tienen más amistades pero son menos cercanas y afectuosas.<sup>110</sup>

Es natural que el pre-adolescente encuentre en su grupo de amigos el consuelo y la seguridad emocional que no puede encontrar en sus padres, maestros u otros familiares. En ocasiones, los adultos no se detienen a pensar cómo su hijo esta viviendo esta etapa y se ofenden por la forma en como actúa y piensa, lo que ocasiona que el niño prefiera contarle sus problemas a sus amigos, quienes tienen los mismos pensamientos y formas de ser.

---

<sup>106</sup> Lane Traeger, Joann, *Op. Cit.*, 1975, pág. 315.

<sup>107</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, 4ª ed., México, McGraw-Hill, 1996, pág. 403.

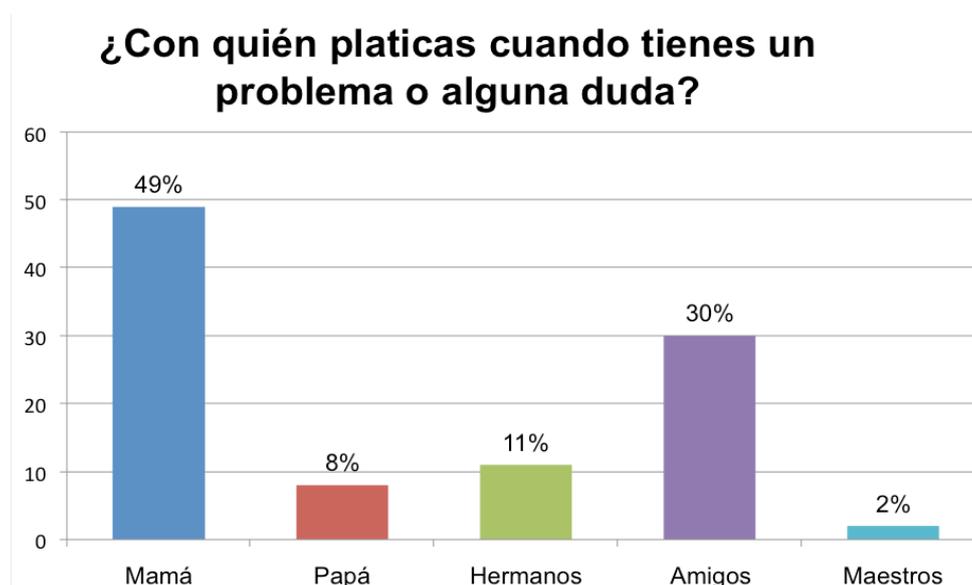
<sup>108</sup> Papalia, Diane E. y Wendkos Olds, Sally, *Op. Cit.*, 1997, pág. 309.

<sup>109</sup> *Ibidem*, pág. 308.

<sup>110</sup> *Ibidem*, pág. 309.

Se les preguntó a los pre-adolescentes con quién acudían cuando tenían un problema, y estas fueron sus respuestas:

GRÁFICO 9



El 68% de los niños acuden con algún miembro de la familia y sólo 2% con sus maestros. Pero 30% suele acudir con un amigo para desahogarse o resolver alguna duda. Lo que demuestra que “tener un amigo es un hecho importante en el desarrollo. El afecto mutuo posibilita que el niño exprese su intimidad, disfrute del sentido de autovalía y aprenda que el ser humano se halla en todas partes”.<sup>111</sup>

Pero los amigos también pueden influir de forma negativa en la personalidad del pre-adolescente, como el que comience a realizar actos antisociales por ejemplo robar, usar drogas, beber, fumar, ser grosero con los adultos, etcétera. Así como crear y reforzar prejuicios, es decir, “actitudes desfavorables hacia los “extraños”, en especial para los miembros de ciertos grupos raciales o étnicos”.<sup>112</sup>

Para el pre-adolescente, la aceptación social es sumamente importante, por ello en ocasiones no se atreve a decir que no a las acciones que sabe que están mal y que pueden no ser aceptadas por los padres por el miedo a ser rechazado por su grupo de amigos. Incluso llega a perder su propia identidad por ser aceptado y acostumbra ceder a la decisión colectiva.

Los niños que son aceptados por el grupo social o que, de vez en cuando, ocupan posiciones de liderazgo, desarrollan autoconfianza y serenidad. Los niños amistosos y que confían en sí mismos, a su vez obtienen más amigos.<sup>113</sup>

Todos alguna vez en la vida deseamos ser populares. En la infancia intermedia, el ser popular es de gran importancia, un niño popular por lo general es sociable, afectivo,

<sup>111</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, edición especial, México, McGraw-Hill, 1999, pág. 332.

<sup>112</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, 4ª ed., México, McGraw-Hill, 1996, pág. 404.

<sup>113</sup> Hurlock, Elizabeth Bergner, *Desarrollo del niño*, México, McGraw-Hill, 1988, pág.557.

leal, confiable, ayuda a otros niños emocionalmente, tiene autoconfianza y cuenta con buenas habilidades cognitivas. Es bueno para resolver problemas sociales, tienen un comportamiento maduro que le permite dialogar sin agresividad, se adapta fácilmente a la situación o al grupo de personas en el que se encuentre y tiene iniciativa.

Los niños poco populares se sienten inferiores y envidian a sus compañeros que lo son. Resienten que se les excluya de las actividades de juego y se muestran irritables, poco amables y pierden el control a la menor provocación.

Ciertamente, las circunstancias en que se ha desarrollado el pre-adolescente condicionan bastante su forma de ser y su carácter, pero hay todo un conjunto de rasgos que son comunes a esta edad.

El antes complaciente niño, presenta ahora rasgos más definidos de su personalidad, de curiosidad y de sociabilidad. Es inquieto, investigador, no puede estar en un lugar sin hacer nada. Habla en forma desenvuelta y con un ingenio que suele hacer gracia a los mayores.

Siente deseos de saberlo todo. Se preguntan el por qué de las cosas, le gusta explorar, curiosear, descubrir e incluso entrometerse en lo que no le icumbe. Es espontáneo, fácilmente se le da lo ocurrente y simpático, o lo inoportuno o grosero.

Como ya lo había mencionado, emocionalmente presenta fuertes contrastes. Alternará días en los que esté alegre y juguetón, y días en que se muestre gruñón e insoportable. Su mal humor puede aparecer en cualquier momento, aunque no suele durar mucho: no es un individuo que guarde resentimientos.

Siente una enorme necesidad por que lo escuchen. Busca mucho el protagonismo para llamar la atención de quienes lo rodean. Dejar las cosas a medias es una maravillosa forma de llamar la atención. En muchas ocasiones, los niños tienen la iniciativa para hacer alguna cosa pero de pronto sienten miedo o flojera de hacerlo y es entonces cuando prefieren que mamá o papá terminen lo que ellos iniciaron.

De acuerdo con el Mtro. César Illescas Monterroso, en la pre-adolescencia los niños deben aprender a culminar lo que inician. Si el niño no aprende a terminar lo que inicia, entonces cuando sea un adulto nunca podrá concluir lo que ha empezado. Será muy bueno para comenzar una acción pero no para culminarla.<sup>114</sup>

El pre-pubescente cuenta con modos de pensar, de sentir y de actuar que forman su carácter futuro. Si éste queda débil, los medios influyen en esa parte vacía tomando decisiones por ellos. Ningún comercial da opciones o la oportunidad de elegir, sólo te imponen un producto. Por ello, los niños deben aprender a limitarse, imponerse y ser responsables.<sup>115</sup>

El pre-adolescente es travieso, incansable, extrovertido, hablador e incluso llega a mostrar mucha ansiedad y rebeldía, es común que hagan lo que quieran y digan que ya son grandes como para obedecer a sus padres. Algo típico es que tratan de parecer mayores e intenta afirmar que ya no son niños y que no debe considerárseles como tal.

---

<sup>114</sup> Entrevista con el Mtro. César Illescas Monterroso, *Psicoanalista e investigador de la UACM-UNAM*, 6 de abril de 2010.

<sup>115</sup> *Ídem.*

Pero aún se muestran temerosos y no se limitan a tener la protección del padre o la madre cuando tienen algún problema.

Les gusta compartir su espacio con los demás, aunque en ocasiones exigen su privacidad y deseos de independencia. Prefieren contradecir, a responder. Empiezan a ver a los adultos con otros ojos, ya no los admiran como antes y tienen un mayor sentido crítico. Censuran su comportamiento y sus palabras. Ahora se dan cuenta que los adultos tienen defectos.

Procuran decir la verdad, pero si tienen la oportunidad mienten. Comienzan a tomar sus propias decisiones y las disfrutan, lo cual habla de un crecimiento mental. Es una etapa fundamental para elegir responsablemente. El pre-adolescente no sólo aprende la moralidad, sino también la ética a elegir y básicamente a autocuestionarse, ¿a mí qué me gusta?

Recurren más a la aprobación de los demás, ya no muestra un egocentrismo, y son capaces de considerar las opiniones de los demás. Les gusta debatir y discutir, así como demostrar sus capacidades intelectuales y su inteligencia. Les encanta competir y ser elogiados. Les gusta que les hablen con un lenguaje audiovisual, que empleen imágenes y comparaciones claras y ejemplos que ayuden a entender lo que se les quiere decir.

Con frecuencia se cuestionan si sus intereses, sentimientos e inquietudes serán iguales a los demás niños. Tienen mucha curiosidad por saber cómo son los niños de su edad.

El desorden es parte de sus hábitos. Poco a poco reconocen sus deberes y muy pocas veces se oponen a sus obligaciones. Al principio, no pueden hacerlo por propia iniciativa y sigue siendo necesario recórdarselos, pero después de un tiempo lo hacen por voluntad propia.

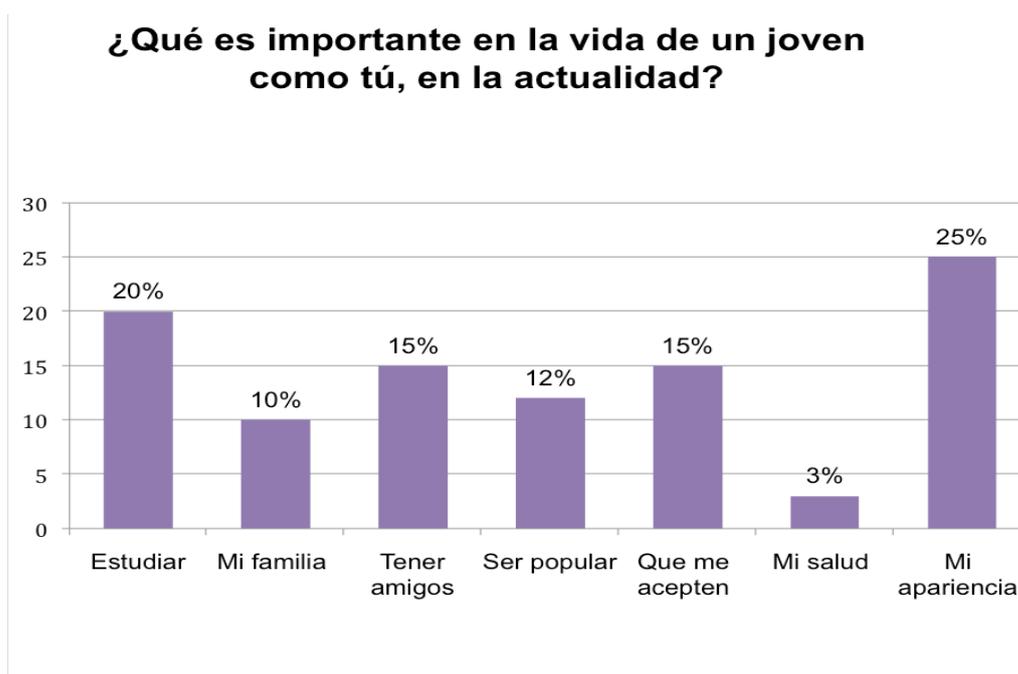
Son francos respecto a las cosas que les desagradan. Imitan todo aquello que llame su atención, y atribuirán a las cosas el valor y la importancia que les den las demás personas.

### 2.2.3.1 Necesidades y aspiraciones

Las aspiraciones y necesidades de los pre-adolescentes dependen del contexto en el que se desenvuelvan, como el ambiente familiar, la situación económica e incluso su historia de vida.

Cuando interrogamos a los alumnos de la Escuela Primaria Juventino Rosas acerca de qué era lo más importante para un pre-adolescente en la actualidad estas fueron sus respuestas:

GRÁFICO 10



De acuerdo con los resultados, para los pre-adolescentes de la actualidad lo más importante es su apariencia, con 25%, mientras 20% prefiere concentrarse en el estudio, 30% en tener amigos y que las demás personas lo acepten, en tanto que al 25% restante le importa su salud, su familia y ser popular.

Estos datos nos hablan de chicos que fijan su mirada en lo superficial; al respecto, el Lic. José Luis Carrasco Núñez menciona que el sistema en general influye en sus aspiraciones. Los jóvenes de ahora aspiran más a lo económico que a la formación como seres humanos; sus aspiraciones son más por tener que por lo que quieren ser.<sup>116</sup> Licenciado en Psicología, especialista Sexólogo Educador. Director de Psicología del Centro de Educación Down. Director del Programa Psicopedagógico de Servicio Social y Profesor de carrera de Pedagogía de la FES Aragón.

Los pre-adolescentes de hoy día, aspiran a poseer una apariencia que esté a la moda y que sea aceptada por los demás. Que entre su grupo de amigos destaquen como los más populares. Mientras que la familia, la escuela y la salud son temas menos relevantes, pero no por ello dejan de ser importantes en esta etapa.

<sup>116</sup> Entrevista con el Lic. José Luis Carrasco Núñez, *Director del Programa Psicopedagógico de Servicio Social de la FES Aragón*, 20 de abril de 2010.

De acuerdo con la Mtra. María Cristina Camacho Ramos, los pre-adolescentes de nuestros días se sienten insatisfechos en diversos aspectos. Lo que causa que muchos de estos jóvenes no tengan aspiraciones o esperanzas en el futuro, para ellos es más importante vivir el presente, porque al fin y al cabo no hay futuro. Son chicos que se han vuelto muy hedonistas, individualistas, apáticos y no tienen ideales.<sup>117</sup>

Los pre-adolescentes de ahora son jóvenes cibernéticos: no existen sin su teléfono celular, sin su MP3 o MP4, sin su computadora. Son consumistas: siempre están pensando en lo próximo que van adquirir, ya sea vestimenta de marca o la nueva tecnología. Son individualistas: son el centro de su “mundo”. Y la mayor parte de su tiempo lo dedican al ocio: ver televisión, escuchar música, usar la computadora (video juegos e Internet: MSN, Facebook, You Tube, Hi5, correo electrónico, etcétera.)

Sus sueños son a corto plazo. Proyectan sus aspiraciones a un presente y pocos son los que tienen planes a futuro. A lo único que aspiran es a hacer cosas de grandes y a experimentar cosas novedosas. A ser cada día más independientes y tener derecho a decidir. A poder realizar conductas sin la supervisión de los padres. A hacer uso de su libertad y muchos a seguir siendo niños y a no dejar su infancia por miedo a asumir mayores responsabilidades.

Un pre-adolescente tienen las siguientes necesidades básicas:

1. Fisiológicas: alimentación adecuada, sueño, descanso, ejercicio.
2. Que la familia, los amigos y los maestros lo escuchen y lo entiendan.
3. Pertenecer a un grupo y sentirse amado, comprendido, seguro y aceptado.
4. Sentirse confiado.
5. Saber y comprender lo que ocurre a su alrededor.
6. Encontrar respuestas a las dudas, angustias y miedos que rodean a la sexualidad.
7. Sentirse autónomo y socialmente independiente.

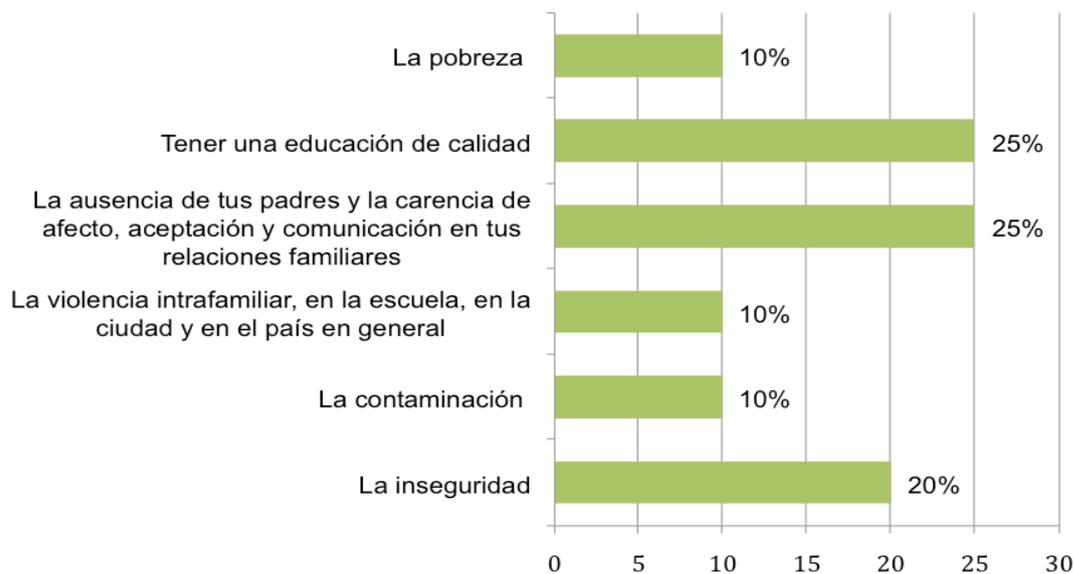
Es importante destacar que los pre-adolescentes no sólo tienen necesidades y aspiraciones, sino también preocupaciones que afectan su desarrollo y planes a futuro.

---

<sup>117</sup> Entrevista con la Mtra. María Cristina Camacho Ramos, *Profesora de carrera en el área de Sociología de la FES Aragón*, 22 de abril de 2010.

GRÁFICO 11

### En la actualidad, ¿qué te preocupa más?



Como lo demuestra la gráfica, 50% de ellos se preocupa por tener una educación de calidad y por la ausencia de sus padres, la carencia de afecto, aceptación y comunicación en sus relaciones familiares. Recordemos que la familia y la escuela son los principales pilares para que el pre-pubescente desarrolle una personalidad saludable.

Mientras tanto 20% se preocupa por la inseguridad y el 30% restante por la contaminación, la violencia intrafamiliar, la escuela y el país, así como por la pobreza, que en muchas ocasiones obstaculiza que los niños puedan realizar sus aspiraciones.

## 2.2.4 El perfil psicomotriz del pre-adolescente de 9 a 11 años

El área psicomotriz abarca todas aquellas manifestaciones que implican coordinación neuromuscular, que le permiten a una persona adquirir destrezas o habilidades.

Dentro del área psicomotriz no existen pre-adolescentes idénticos, ni rasgos considerados como normas rigurosas, las características presentadas a continuación sirven para interpretar cuáles son las características generales de un pre-adolescente.

El desarrollo motor de los niños implica el control de los movimientos corporales mediante la actividad coordinada de los centros nerviosos, los nervios y los músculos.<sup>118</sup>

El desarrollo motor contribuye a la adaptación personal y social del pre-adolescente, a que goze de una buena salud, a que adquiera seguridad física y psicológica en sí mismo, a que su cuerpo se relaje tanto física como psicológicamente de las tensiones y el estrés a través del ejercicio, a que alcance una autoconfianza e independencia que le proporcione la oportunidad de aprender habilidades sociales.<sup>119</sup>

Durante la pre-adolescencia, los jóvenes tienen más velocidad, precisión, flexibilidad, equilibrio, coordinación, fuerza y movimiento en sus cuerpos. Les resulta más fácil aprender y llevar a cabo habilidades con las manos que con los pies. En particular los muchachos en este periodo son más torpes, porque su crecimiento es más acelerado que el de las muchachas.

Los niños son físicamente más activos e inquietos que las niñas. Les resulta imposible mantenerse parados o sentados en una determinada posición por algún tiempo. Ellos corren y nadan más rápido, saltan y trepan más alto, lanzan y capturan más lejos. Las niñas también pueden llevar a cabo estas actividades pero a menor distancia y velocidad. Los niños muestran mayor resistencia y coordinación que las niñas, quienes son mejores para manipular rápidamente objetos pequeños.

Ambos desarrollan un gran dominio sobre el manejo de su cuerpo, son capaces de planear y organizar sus movimientos y habilidades físicas para realizar actividades complejas que exigen un alto grado de coordinación, como dominar deportes, por ejemplo el fútbol, béisbol, baloncesto, gimnasia, danza, natación, etcétera, así como manejar una bicicleta, una patineta o andar en patines. Requieren de una práctica constante, para que los niños dominen la habilidad o el deporte sin cometer algún error.

Tanto las niñas como los niños son flexibles, tienen la capacidad de doblar y torcer sus cuerpos y extremidades en diversas posiciones, así como mantener el equilibrio en una posición, como pararse en un solo pie.

Es importante señalar que la constitución del cuerpo determina la cantidad y calidad de las habilidades que aprenden. Un niño atlético (mesomórfico) tiene más fuerza y energía, para aprender nuevas habilidades y llevarlas a cabo con mayor facilidad y de forma agradable. En cambio un niño gordo (endomórfico) posee menos energía y resistencia, y uno delgado (ectomórfico) tiende a ser torpe en sus movimientos y a

---

<sup>118</sup> Hurlock, Elizabeth Bergner, *Desarrollo del niño*, México, McGraw-Hill, 1988, pág.146.

<sup>119</sup> *Ídem*.

cansarse con facilidad, debido a que su cuerpo no tiene una condición física adecuada y sus músculos son débiles.

Ambos sexos son más hábiles para vestirse y desvestirse, calzarse, peinarse y bañarse sin ayuda, con facilidad y rapidez, pueden comer solos y cortar alimentos. Tal vez lleguen a necesitar la ayuda de sus padres para realizar alguna actividad, pero, esto será sólo de vez en cuando.

Ahora son capaces de cortar, rasgar, manipular, escribir, trazar, dibujar, armar, coser y martillar. Así como representar objetos reales, donde los niños convierten las formas más simples, como un círculo o un cuadrado, en objetos que observan cotidianamente, como animales, personas, casas, árboles, etcétera.

“Al final de la niñez, la inclusión de detalles importantes en los dibujos de los niños refleja el progreso de sus habilidades mentales. Por ejemplo, a los nueve o diez años de edad la mayoría de los niños pueden representar formas tridimensionales, un cilindro o un cubo”.<sup>120</sup>

Cabe señalar que para que los pre-adolescentes logren desarrollar sus habilidades motoras correctamente, es necesario que aprendan cada una de ellas individualmente, que dispongan de buenos modelos o guías que les ayuden a corregir errores; también es esencial que exista una motivación, que evite que el niño se desinterese por la habilidad, e igualmente que el niño muestre una disposición para aprender.

Para ayudar a los niños a mejorar sus habilidades motoras, se les debe ofrecer programas atléticos organizados, donde tengan la oportunidad de practicar varios deportes, así como brindarles orientación para mejorar sus destrezas antes que para ganar una competencia, y se deberán incluir a tantos niños como sea posible, en lugar de concentrarse en unos cuantos atletas estrella.<sup>121</sup>

Muchos padres no permiten que sus hijos desarrollen ciertas habilidades motoras por temor a que sufran algún accidente, pero no es el único factor por el cual los niños no tienen la oportunidad de aprender y practicar estas habilidades, también influye la edad, el ambiente, la personalidad y el dinero.

Los efectos del desarrollo motor demorado son peligrosos para las buenas adaptaciones personales y sociales. El hecho de que el pre-adolescente aún requiera la ayuda de un adulto para realizar ciertas actividades que podría hacer por sí sólo, le crea problemas emocionales y de conducta, al grado de sentirse decepcionado de sí mismo.

El comparar sus habilidades con las de sus amigos o compañeros de clase y notar que todavía le falta mucho para estar a su nivel y que no responde a las expectativas, lo hace sentirse inferior y fuera de contexto, lo que debilita su motivación para aprender otras habilidades. Y si a esto le sumamos las críticas y los regaños, el resultado es un niño sin autoconfianza y que se siente rechazado por su grupo.

Conforme los niños crecen, tienden a exhibirse y a realizar habilidades poco comunes, con la intención de obtener mayor satisfacción, atención y publicidad. No hay que

---

<sup>120</sup> Sarafino, Edward P. y W. Armstrong, James, *Desarrollo del niño y del adolescentes*, México, Trillas, 1991, pág. 182.

<sup>121</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, edición especial, México, McGraw-Hill, 1999, pág. 287.

olvidar que en esta etapa la admiración y la popularidad son importantes para el pre-adolescente. Ya que le proporcionan un prestigio entre sus amigos o compañeros. Pero es peligroso, ya que muchos lo pueden tachar de exhibicionista y hasta pensar que es tonto, por correr riesgos innecesarios.

En general, podemos decir que conforme el pre-adolescente crece, agudiza sus habilidades motrices gruesas y finas. Es importante señalar, como ya se ha mencionado, que el desarrollo motor influye directamente en algunos aspectos de adaptación personal y social del pre-adolescente. “Un buen desarrollo motor contribuye a la aceptación del niño y proporciona oportunidades de aprendizaje de habilidades sociales. El desarrollo superior hace que el niño tenga capacidad de desempeñar un papel de liderazgo”.<sup>122</sup>

---

<sup>122</sup> Hurlock, Elizabeth Bergner, *Desarrollo del niño*, México, McGraw-Hill, 1988, pág.146.

### 2.3 Influencia de la televisión en el pre-adolescente

Lejos han quedado aquellos tiempos en los que los pre-adolescentes tenían como prioridad realizar actividades al aire libre en su tiempo de ocio. El progreso y las nuevas tecnologías han llevado a nuestros jóvenes a sedentarizarse. En muchos casos, a limitar su interés a una pantalla.

En la siguiente pregunta, los jóvenes tenían que enumerar del 1 al 10 una lista de tópicos en orden de su interés. ¿Qué prefieres hacer cuando no estás en la escuela?, estas fueron sus respuestas:

- Ver televisión
- Navegar en Internet
- Jugar en la calle
- Jugar con mis amigos
- Escuchar radio
- Estar con mis papás
- Jugar videojuegos
- Estar con mis hermanos
- Realizar algún deporte al aire libre
- Leer

Los resultados demuestran que la juventud de ahora opta por estar encerrada en casa frente a un televisor, que no le pide un gran esfuerzo intelectual para ver programas televisivos de ocio, como lo requeriría para leer o escribir.

Poco a poco, los medios de comunicación se han ido convirtiendo en una fuente ideológica muy poderosa, que puede influir en la vida de los seres humanos.

“Durante muchas horas al día estamos expuestos a los medios de comunicación colectiva, y esto se traduce en la recepción de una continua información a veces nueva, a veces estereotipada o que simplemente refuerza creencias y valores que ya teníamos con respecto a algo”.<sup>123</sup>

A través de los años, la televisión se ha convertido, junto al Internet y los móviles, en uno de los medios de comunicación favoritos de grandes y chicos, debido a que el contenido que ofrecen es generalmente accesible, sencillo y ameno,<sup>124</sup> como dice Carlos Fernández Collado y sus colegas en el libro “*El niño y la televisión*”.

---

<sup>123</sup> Fernández Collado, Carlos, et al., *La televisión y el niño*, México, Colofón, 1991, pág. 40.

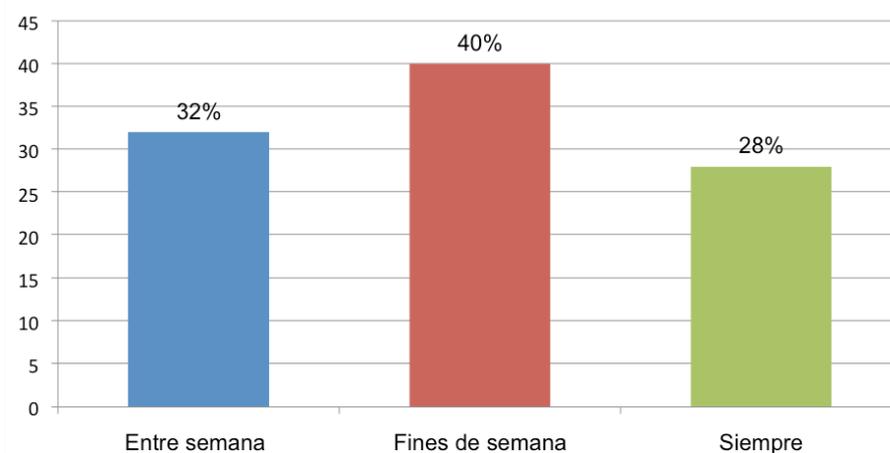
<sup>124</sup> *Ibidem*, pág. 38.

A medida que los niños crecen, el uso de la televisión va aumentando. Y es durante la pre-adolescencia que los niños ven y consumen más televisión que en cualquier otra etapa de la vida, en especial programas de aventuras y acción.<sup>125</sup>

De acuerdo con la encuesta realizada en la Escuela Primaria Juventino Rosas, 40% de los pre-adolescentes prefieren ver televisión los fines de semana, mientras que 60% restante la ve entre semana o toda la semana.

**GRÁFICO 12**

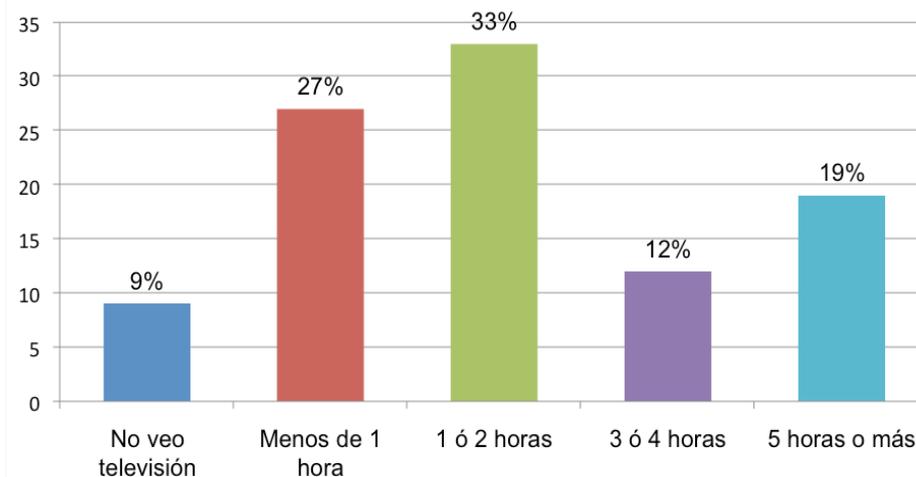
**¿Cuándo ves más televisión?**



En la semana 33% de los pre-pubescentes ven de una a dos horas la televisión, 27% menos de una hora, 12% de tres a cuatro horas, 19% de cinco horas o más y sólo 9% no ve televisión.

**GRÁFICO 13**

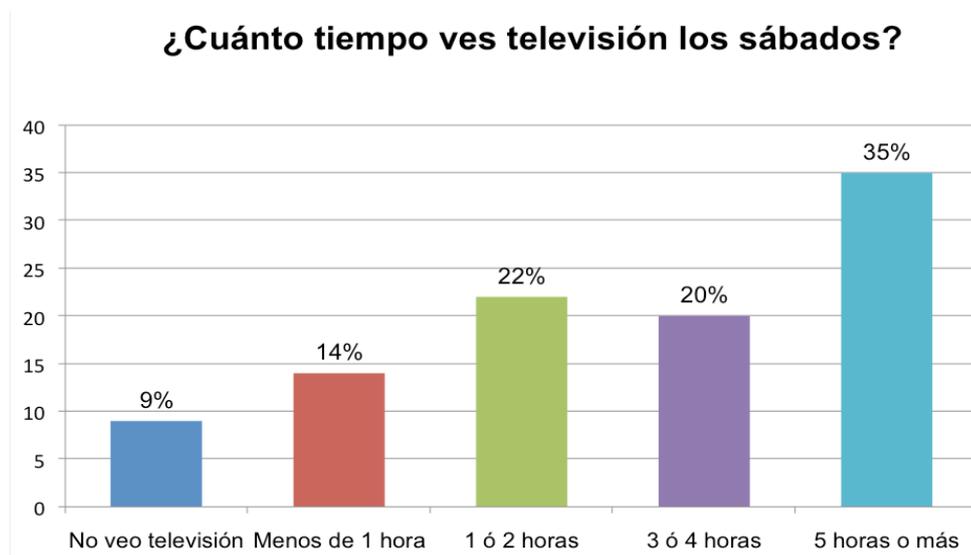
**En los días que vas a la escuela, ¿cuánto tiempo ves televisión?**



<sup>125</sup> Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, edición especial, México, McGraw-HILL, 1999, pág. 328.

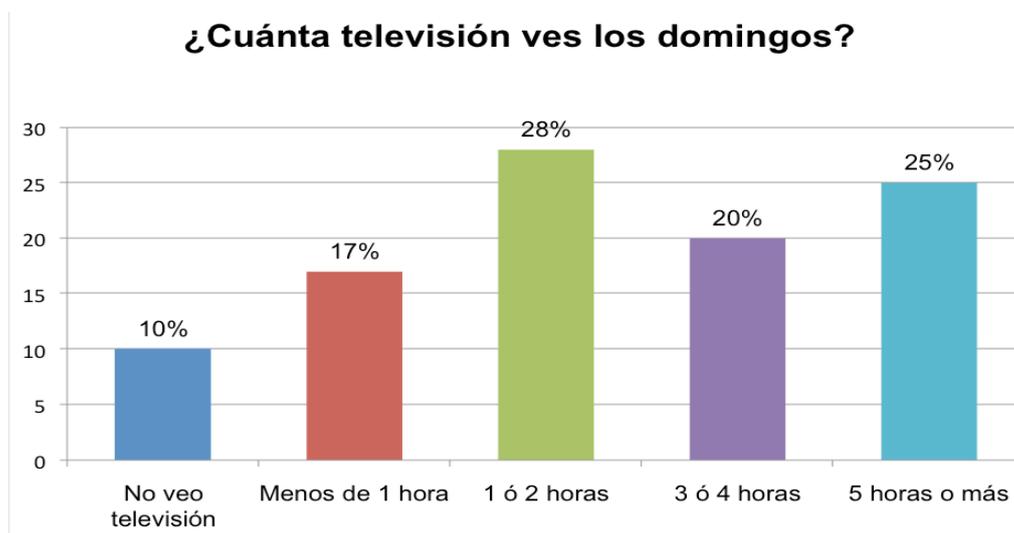
Los sábados 35% de los niños ven de cinco o más horas la televisión, 22% de una a dos horas, 20% de tres a cuatro horas, 14% menos de una hora y sólo 9% no ve televisión.

**GRÁFICO 14**



Los domingos 28% de los niños ven de una a dos horas la televisión, 25% de cinco o más horas, 20% de tres a cuatro horas, 17% menos de una hora y 10% no ve televisión.

**GRÁFICO 15**



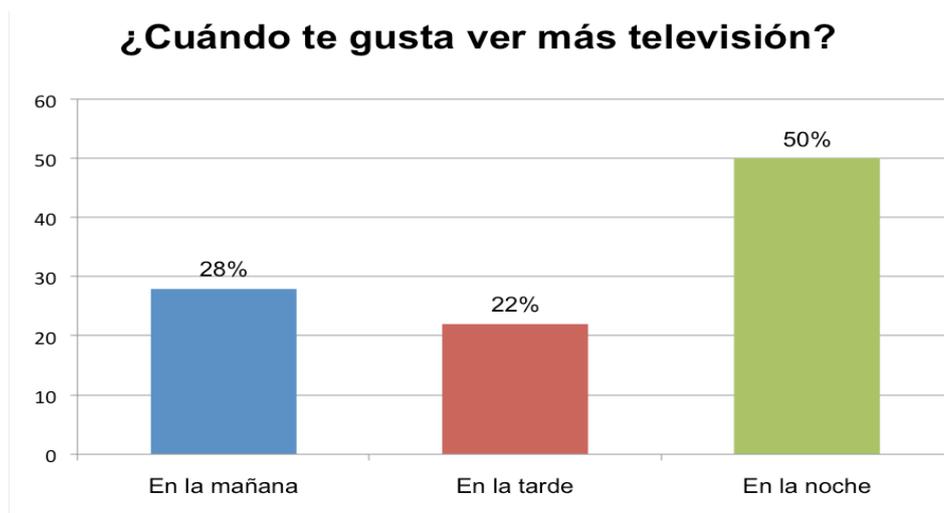
Con base en estos resultados, el tiempo de exposición a la televisión tiende a variar. En la semana muchos jóvenes se limitan a ver televisión por los horarios de entrada y salida de la escuela, y por la hora en que deben acostarse y levantarse. También por las tareas o actividades artísticas o deportivas.

En el caso del fin de semana, el sábado es el día predilecto para pasar horas y horas frente al televisor. Por el contrario, el domingo ven menos televisión que el resto de la semana; una de las razones es que la programación que podría llamar su atención sólo

es de las siete de la mañana a las doce de la tarde. Otra razón puede deberse a que por lo general las familias mexicanas aprovechan este día para salir juntos y divertirse en los diferentes parques, museos, cines, teatros, etcétera de nuestra ciudad, o simplemente es aprovechado como día de descanso para muchos padres y madres que trabajan durante la semana.

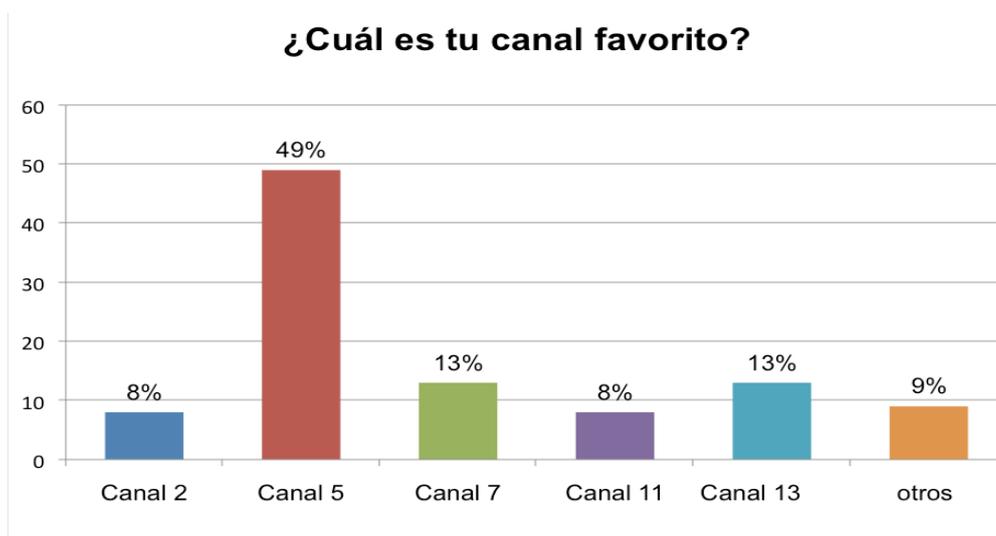
El horario que prefieren para ver la televisión, depende de la hora en que asistan a la escuela o de sus actividades durante el día. El 50% la ve durante la noche, 28% por la mañana y 22% por la tarde.

**GRÁFICO 16**



El 83% de los niños prefieren ver los canales 5, 7, 13 y 2. Para la televisión comercial, el niño es fundamentalmente un receptor de entretenimiento y un consumidor potencial de programación, artículos y servicios. Sólo busca que se entretenga y disfrute, incluso que evada su realidad, proporcionándole distintos modelos a seguir.<sup>126</sup> El 9% elige canales de Cable y Sky y sólo 8% opta por la televisión cultural, como Canal 11.

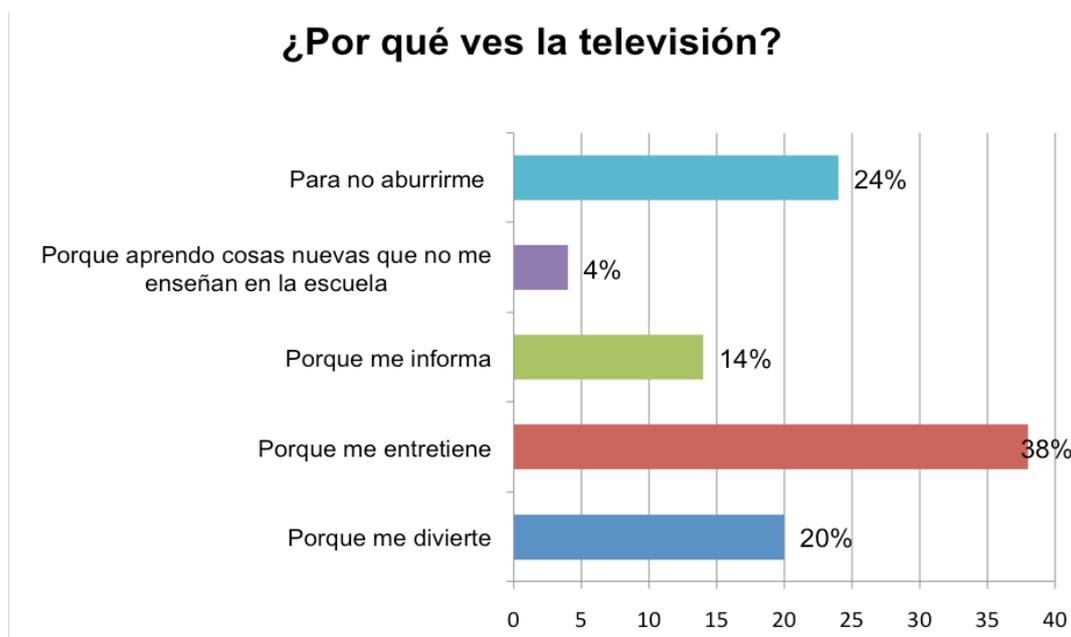
**GRÁFICO 17**



<sup>126</sup> Charles Creel, Mercedes y Orozco Gómez, *Op. Cit.*, pág. 42.

Los niños ven la televisión porque se entretienen (38%), para no aburrirse (24%), porque se divierten (20%), porque les informa (14%) y porque aprenden cosas nuevas (4%). Si sumamos los porcentajes correspondientes a entretenimiento, para no aburrirse y para divertirse, tenemos un total de 82%, cifra que refleja que los niños no tienen espacios alternativos para ocupar su tiempo en otro tipo de entretenimiento que no sea la televisión.

GRÁFICO 18



Al respecto, la Mtra. María Cristina Camacho Ramos menciona que los espacios de distracción, recreación y esparcimiento que tienen los jóvenes, se han ido transformando en plazas comerciales, videojuegos, en un café Internet, etcétera. Ahora a los jóvenes les es más difícil acceder a un espacio deportivo, debido a la distancia o por el costo. “En nuestro país faltan políticas públicas dirigidas a mejorar las condiciones que permitan que estos chicos tengan una visión a futuro. Lamentablemente la racionalidad va enfocada al costo beneficio, y se anulan las posibilidades de construir espacios en los que exista una real convivencia”.<sup>127</sup>

La televisión es algo más que un aparato para entretener y transmitir información. Provee conductas sociales, opiniones, modelos de comportamientos, actitudes, valores, gustos estéticos, etcétera, que los niños aprenden y que pueden llegar a influir de manera indeseable.

Sin embargo, no se puede responsabilizar a los creadores de los programas de televisión de los efectos que llegaran a ocasionar, hay que recordar que la teleaudiencia se construye socio-culturalmente. No todos los receptores reaccionan de la misma forma ante diversos estímulos, porque cada niño se desarrolla dentro de ambientes con diferentes factores y grados de influencia por parte de las instituciones como: la familia, la escuela, el gobierno, la religión y los medios de comunicación. Por lo que la televisión no es el único medio por el cual los niños reciben una formación.

<sup>127</sup> Entrevista con la Mtra. María Cristina Camacho Ramos, Profesora de carrera en el área de Sociología de la FES Aragón, 22 de abril de 2010.

Por lo tanto, el receptor no se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco, sino con una serie de actitudes, ideas y valores que ha adquirido de las diferentes instituciones, y que le permiten actuar como un sujeto crítico.

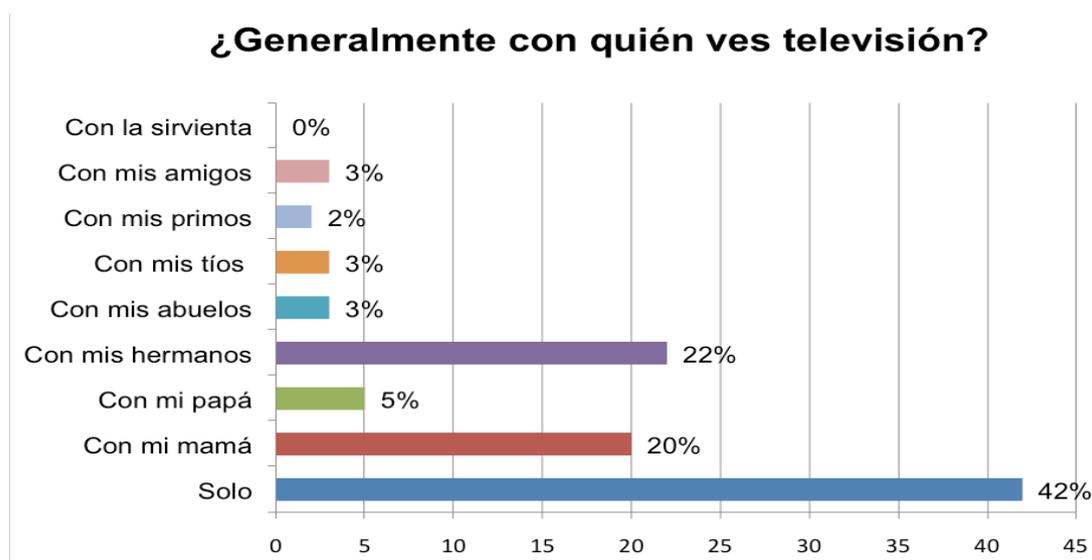
Es importante que el pre-adolescente desde muy pequeño, aprenda a saber analizar todo tipo de información, y obtenga las armas necesarias para ser un televidente activo y crítico ante los mensajes y valores propuestos por la televisión comercial, educativa y cultural y no actúe como un sujeto acrítico y pasivo. “[...] analizar un programa es saber quién dice qué a quién, de qué manera y con qué objetivo”.<sup>128</sup>

Un niño crítico es capaz de discernir entre diversos tipos de mensajes, tomar distancia de ellos y criticar y rechazar aquellos que así lo juzgue conveniente; es capaz de crear y producir sus propios mensajes y significaciones a pesar de, pero también a partir de los mismos mensajes transmitidos por la programación cotidiana que regularmente ve.<sup>129</sup>

La televisión determina nuestra percepción de los hechos, las normas y los valores de la sociedad a través de una presentación selectiva y un énfasis dirigido a ciertos temas.<sup>130</sup> Por desgracia, en la actualidad la televisión mexicana representa valores, principios, estilos de vida y modos de comportamiento y de relación, que son propios de la cultura norteamericana y que el público en general, acrítico, es presa fácil para que integre a sus conocimientos esa realidad.

Los niños son más vulnerables a los efectos de la televisión si la familia y quienes participan en su proceso de socialización, no están al pendiente de lo que ven o mantienen una influencia débil. Los pre-adolescentes en ocasiones pasan muchas horas en contacto con la televisión sin la supervisión de un adulto.

GRÁFICO 19



<sup>128</sup> Charles Creel, Mercedes y Orozco Gómez, Guillermo, *Op. Cit.*, pág. 62.

<sup>129</sup> *Ibidem*, págs. 34, 36 y 37.

<sup>130</sup> García Sarah, Silberman y Ramos Luciana, Lira, *Medios de comunicación y violencia*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, pág. 177.

Como lo demuestra la gráfica, 42% de los pre-adolescentes encuestados observan solos la televisión, 22% con sus hermanos, 20% con su mamá, 5% con su papá y el 11% restante con sus tíos, primos, amigos y abuelos. Lo cual nos habla que el problema no es la televisión en sí misma, sino la falta de compañía que enfrentan los jóvenes. Actualmente, no tiene a su lado a un adulto con el cual puedan confrontar o platicar toda la información que ven a través de los medios de comunicación.

Muchas instituciones están retrasadas en cuanto a lo que los niños saben y manejan cotidianamente de los medios, es importante que recuperen esa vanguardia para que les proporcionen una información formal, fidedigna, fundamentada, confiable, que les permita tomar decisiones de manera razonada.

Estamos en una etapa en la que sólo existe lo que vemos en la televisión y lo que no aparece, no existe. Si hay carencia de información y orientación por parte de las instituciones y solamente los niños cuentan con lo que ven, leen y escuchan de los medios, pues solamente para ellos es lo real, eso es lo único que tienen y son los patrones a seguir.<sup>131</sup>

Lo negativo de los medios es que al niño no lo ven como un niño, no respetan su dignidad de sujeto, lo introducen al consumismo: “mientras tu tengas”, “mientras tu hagas”, “mientras tu comas”, etcétera tu vas a ser diferente. Obviamente un pre-adolescente no tiene la capacidad adquisitiva y quienes sí la poseen son la mamá y el papá.<sup>132</sup>

Aunque la mayoría de los padres no disponen el tiempo suficiente para ver la televisión junto a sus hijos, es recomendable que de vez en cuando observen los programas favoritos de sus hijos y que los comenten con ellos, a fin de conocer su percepción y fomentar una recepción crítica. Ya que muchas veces los niños conversan con sus amigos, y lo que trataba de ser un mensaje positivo, termina siendo un mensaje negativo. También es necesario establecer límites de tiempo para ver televisión o en todo caso promover otras actividades recreativas.

Entre más sólida se encuentre la comunicación familiar, los niños están menos expuestos a ser influidos por valores, normas de conducta y patrones de comportamientos que los medios proponen.

La televisión puede llegar a satisfacer las necesidades e intereses de los niños, tales como: aprender conocimientos nuevos, evadir problemas familiares o sociales, conocer culturas y lugares inimaginables, el tener temas de conversación para relacionarse y evitar la soledad, encontrar relajamiento, protección, identificación, consolación, actualización, entretenimiento, sustitución afectiva, juego, fantasía, agresividad, escape, entre otras.

Las necesidades de estos niños tienden a determinar la preferencia por ciertos programas. Asimismo, sus inclinaciones parecen ser producto de factores como las

---

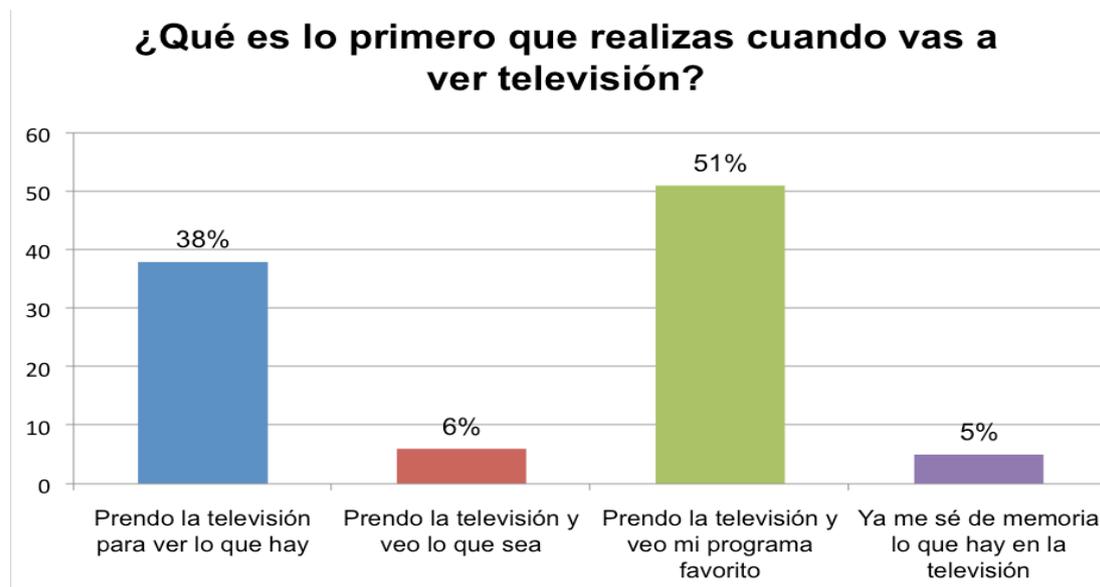
<sup>131</sup> Entrevista con la Mtra. María Cristina Camacho Ramos, *Profesora de carrera en el área de Sociología de la FES Aragón*, 22 de abril de 2010.

<sup>132</sup> Entrevista con el Mtro. César Illescas Monterroso, *Psicoanalista e investigador de la UACM-UNAM*, 6 de abril de 2010.

preferencias de sus padres y amigos, así como la inteligencia, el grado de ajuste emocional, etcétera.<sup>133</sup>

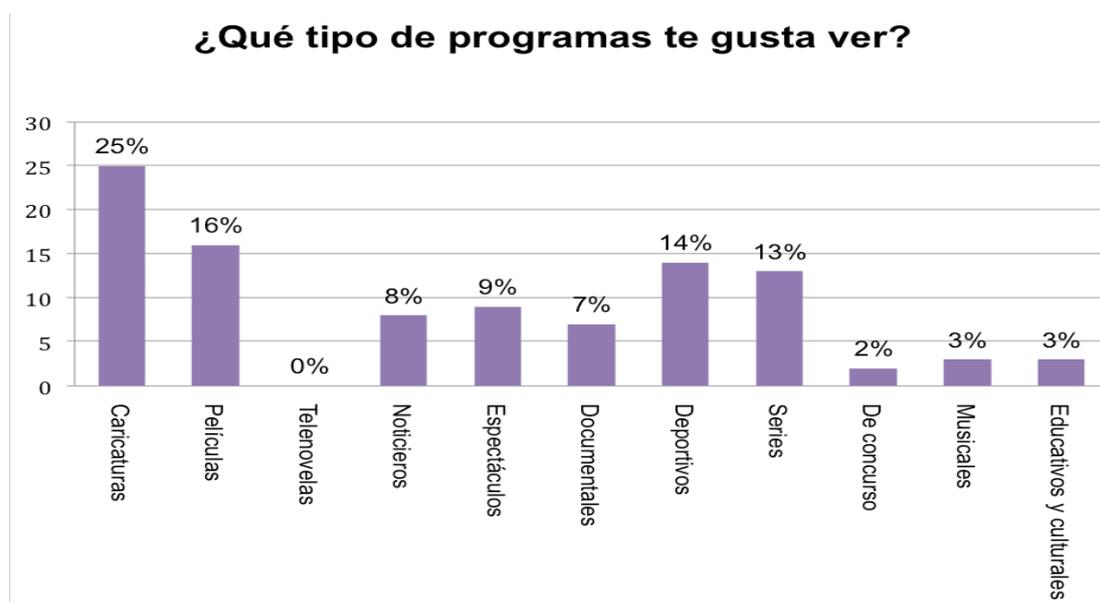
Al prender la televisión los niños inmediatamente seleccionan su programa favorito.

GRÁFICO 20



El 25% de los pre-adolescentes prefieren las caricaturas, 16% se interesa por las películas, 8% prefiere los noticieros, 9% se inclina por los espectáculos, 7% tiene interés por los documentales, a 14% les llama la atención los programas deportivos, 13% tienen interés por las series televisivas, 2% se entretienen con programas de concurso, 3% ven programas musicales y el 3% restante ven programas educativos y culturales, y nadie ve telenovelas.

GRÁFICO 21



<sup>133</sup> Fernández Collado, Carlos, et. al., *Op. Cit.*, págs. 61, 62.

Es un hecho que la mayoría de los niños y sus familias prefieren ver programas de entretenimiento que los que proporcionan educación e información. Aún cuando se evite ver este tipo de programas, no quiere decir que el niño no aprenda de la televisión.

“Al parecer los niños prefieren aquellos programas que les enseñan en forma incidental a aquellos otros cuyo objetivo concreto y premeditado es instruirles”.<sup>134</sup>

La gran mayoría de las niñas prefieren ver programas con contenidos dramáticos y sentimentales, en cambio, los niños prefieren ver deportes o programas de acción. Actualmente, la televisión carece de una línea que divida los programas que son para adultos de los que son para adolescentes y niños. Las imágenes y la información se presentan de manera indiscriminada, por lo tanto, los niños están expuestos a ver programas para adultos.

Es necesario precisar el contenido del programa, para informar al receptor sobre lo que va a ver. Y sobre manifestar el modo en que se presentan o exponen los temas ya que el impacto que puede tener sobre los niños, jóvenes y ancianos puede generar distintas conductas y actitudes.

En el Artículo 24 del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión se establece la siguiente clasificación.<sup>135</sup>

Clasificación	Público	Horarios de Transmisión
<b>“A”</b>	Aptos para todo público	Podrán transmitirse en cualquier horario.
<b>“B”</b>	Aptos para adolescentes y adultos	Podrán transmitirse a partir de las veinte horas y hasta la cinco horas.
<b>“B-15”</b>	Aptos para adolescentes mayores de 15 años y adultos	Podrán transmitirse a partir de las veintiuna horas y hasta las cinco horas.
<b>“C”</b>	Aptos para mayores de 18 años	Podrán transmitirse a partir de las veintidós horas y hasta las cinco horas.
<b>“D”</b>	Aptos para adultos mayores de 21 años	Podrán transmitirse entre las cero y las cinco horas.

Sin embargo, es necesario reconocer que los individuos son los que seleccionan lo que ven, por lo que no podemos culpabilizar del todo a los encargados de producir programas de televisión. Son los niños quienes usan la televisión y no la televisión a los niños.

<sup>134</sup> *Ibidem*, pág. 63.

<sup>135</sup> Fuente: <http://www.observamedios.com>, 10 de noviembre de 2010.

Muchas veces el uso y la selección del material televisivo que hace el niño se ve influido por sus condiciones de vida, por sus necesidades, educación, intereses, integración familiar y social, así como por su clase social, sea alta o baja.<sup>136</sup>

Muchos de los programas que se transmiten en la televisión mexicana, presentan aventuras, acción y emoción, con personajes que se convierten en modelos a seguir y con los cuales los pre-adolescentes se identifican.

La *identificación* implica una cierta vinculación emocional con el modelo; los niños y adolescentes se identifican mediante elementos afectivos racionales, en particular, se apropian de gestos, actitudes, conductas, y fundamentalmente, ideologías que no son suyas, sino impuestas por los medios.<sup>137</sup>

Por desgracia, si analizamos la programación observamos que predominan las series donde se abordan ejemplos de culturas y sociedades que no son como la nuestra y, sin embargo, los jóvenes están adoptando patrones de conducta, valores y tendencias culturales que no corresponden a nuestra sociedad y que inciden en su manera de consumir, en lo que quieren comprar o adquirir, y hasta en la forma como se relacionan con los demás, en sus hábitos, actitudes, estilos de vida, formas de solucionar los problemas, etcétera.

Actualmente, la televisión mexicana se encuentra inmersa en una transculturación norteamericana que la juventud ha tomado con naturalidad, sin cuestionar. Los pre-adolescentes han adoptado estereotipos fuera de la realidad y ajenos a la sociedad y cultura mexicana.

Para la televisión le es más fácil, entre comillas, saciar las necesidades de su audiencia, que presentar la realidad tal cual, y elaborar un programa digno, que muestre enseñanza y diversión satisfactoriamente.

Los programas de ahora ya no cuentan con fábulas o moralejas, van directo al consumo y al albur más soez, ya no existe la credibilidad y coherencia en sus contenidos. Bombardean a la sociedad con mensajes publicitarios y toda una ideología aplastante.<sup>138</sup> Ante dicho panorama, la televisión no únicamente se dedica a informar y entretener, sino también a ver por sus intereses, ya sean económicos o de poder.

Es cierto que existen programas donde se muestra un contenido violento o con antivalores, lo que también no garantiza que sólo por ello pueda haber efectos dañinos en el niño. Sería absurdo excluir radicalmente la violencia de los programas, porque alejaría a la televisión de la realidad. El asunto es no prohibir estos programas, pero sí que todas las instituciones, incluyendo a los propietarios de los grandes medios, manejen responsablemente y con ética la violencia; que se confronte con la realidad social que se vive, tomando en cuenta que no es la sociedad la que imita a la televisión, si no ésta a aquella.

---

<sup>136</sup> Fernández Collado, Carlos, et. al., *La televisión y el niño, México*, Colofón, 1991, pág. 66.

<sup>137</sup> García Sarah, Silberman y Ramos Luciana, Lira, *Op. cit.*, pág. 204.

<sup>138</sup> Entrevista con el Mtro. César Illescas Monterroso, *Psicoanalista e investigador de la UACM-UNAM*, 6 de abril de 2010.

Los medios son factores de influencia en la pre-adolescencia, pues en esta fase de transición son muy vulnerables e influenciados. Recordemos que en este periodo el niño o el adolescente está en una búsqueda de sí mismo, donde comienza a definir y formar características físicas, psicológicas y sociales que desplegará el resto de su vida.

En esa búsqueda de identidad y desarrollo de personalidad, el pre-adolescente suele imitar modelos que están fuera del ámbito familiar, por lo general son personas a las que admira o con las que se identifica, tiende a imitar a los personajes o acciones que llaman su atención.

“El proceso de *imitación* se refiere al aprendizaje de la conducta observada en un personaje presentado por un medio de comunicación, y su reproducción exacta o aproximada por parte del sujeto observador”.<sup>139</sup> Los niños pueden llegar a aprender y almacenar en su memoria comportamientos o modelos que usarán en un futuro.

En todos los procesos de comunicación, se busca influir en la conducta de otras personas, lograr un cambio en su comportamiento. Pues bien, la televisión no es la excepción, como lo hemos mencionado, orienta su trabajo y su contenido a la formación o desarrollo de conductas, valores, actitudes, intereses, hábitos, conocimientos, formas de vida, toma de decisiones, etcétera, deseables o indeseables en los niños, pre-adolescentes, adolescentes y adultos.

Por ello es importante aprovechar el impacto de la televisión para fomentar en los pre-adolescentes buenos y mejores hábitos de conducta en la sociedad, creando sensibilidad y conciencia desde temprana edad, con programas que refuercen los valores, diviertan sanamente, enseñen y entretengan.

Es necesario pensar en la televisión como una alternativa para enseñar y aprender de todo, creando programas que cumplan con todas y cada una de las expectativas de la sociedad; una forma de ello, podría ser mezclar la educación, el entretenimiento y la diversión, logrando así una diversidad de aprendizaje.

La televisión es una herramienta muy poderosa que interviene significativamente en la forma como el ser humano constituye, juzga y percibe la realidad que lo rodea. Debido a su influencia, debemos convertirnos en espectadores críticos y en consumidores inteligentes de programas de televisión, debemos exigir una programación con un contenido de calidad y con una información fidedigna, que nos retroalimente de manera positiva y que ayude a los jóvenes en su formación intelectual, moral y emocional.

“En la medida que crezca la conciencia en los receptores, se podrá exigir una televisión adecuada a nuestras necesidades e intereses y que se transforme en un medio que nos permita un conocimiento más profundo de nosotros mismos y del mundo que nos rodea”.<sup>140</sup>

---

<sup>139</sup> García Sarah, Silberman y Ramos Luciana, Lira, *Medios de comunicación y violencia*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, pág. 203.

<sup>140</sup> Charles Creel, Mercedes y Orozco Gómez, Guillermo, *Educación para la recepción hacia un lectura crítica de los medios*, México, Trillas, 1995, pág. 81.

## 2.4 Once TV México y “El Show de los Once”

Once TV México es la primera estación de televisión educativa y cultural de México sin fines comerciales, perteneciente al Instituto Politécnico Nacional (IPN), y adscrito a la Secretaría de Educación Pública (SEP) XEIPN ONCETV inició sus transmisiones el 2 de marzo de 1959 en las instalaciones del Casco de Santo Tomás en un pequeño estudio con cámaras de circuito cerrado, un transmisor de cinco kilowatts en telecine y una unidad móvil que fue donada por el director del IPN, el Ing. Alejo Peralta, quien junto con Díaz Ceballos y el apoyo del Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Walter Cross Buchanan, y Eugenio Méndez Docurro, además de politécnicos y personal técnico, hicieron realidad este proyecto y dieron vida a ONCETV.

A lo largo de sus 52 años de vida, se ha destacado por ser una televisora al servicio del público y por transmitir una programación rica, variada y de calidad, así como por su información veraz y objetiva que satisface las necesidades de entretenimiento, educación, información, servicios y difusión cultural para niños, jóvenes, adultos y gente de la tercera edad.

Con el despunte del nuevo milenio, ONCETV promovió una mayor interacción con sus televidentes, continúa fortaleciendo su tecnología y busca una mayor calidad en su programación, generando nuevos contenidos y formatos. Para el 2009, el Once se reinventa y decide entrar de lleno a ofrecer atrevidas propuestas, formatos y contenidos con el eslogan *Una tele + ...*

Actualmente, ONCETV cuenta con cinco noticieros, programas de análisis y reflexión, y una barra matutina de servicio comunitario e información dedicada a la mujer, programas que permiten la discusión seria y abierta de temas de gran interés y actualidad. Además de los programas de corte social, la emisión se ha preocupado por explorar y documentar diversos aspectos de nuestra historia, cultura y entorno natural.<sup>141</sup>

Asimismo, ONCETV les brinda a los jóvenes un espacio con la barra *Central Once*, la cual busca que los chicos se reconozcan, se expresen e interactúen. También produce una programación para niños entretenida y sin violencia, que permite a su audiencia interactuar con los programas, obteniendo un estímulo intelectual y provecho educativo. De ello da cuenta la barra *Once Niños*, además de otras producciones como *Futboleros*, *El diván de Valentina*, *Camino a Casa* y *El show de los Once*, entre muchos otros.<sup>142</sup>

“*El show de los Once*” es un programa para pre-adolescentes mexicanos de nueve a once años. Este nuevo programa de comedia se estrenó el 10 de noviembre de 2006, el cual contaba con un formato de revista, esto es, un programa dividido en segmentos, pequeñas secciones con diferentes contenidos, que juntos forman un todo.

El objetivo del programa era dar respuesta a las inquietudes de los niños que se encontraban en la pre-adolescencia, siempre de una forma divertida e irreverente, a través de sketches realizados en locaciones y foros, donde los conductores del “*Show de los Once*”, presentaban desde distintos puntos de vista, el lado amable de diferentes

<sup>141</sup> Fuente: <http://oncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=acerca>, 9 de agosto de 2010.

<sup>142</sup> *Ídem*.

situaciones que viven los niños de manera cotidiana, con la finalidad de que se sintieran identificados, relajados e informados sobre temas de los que nadie jamás habla.

Asimismo, le ofrecía al pre-adolescente un espacio de entretenimiento donde pudiera reconocer distintos aspectos de su vida cotidiana, liberarlos del estrés a través del humor, o enriquecer los que le interesan con ideas prácticas.<sup>143</sup>

La estrategia utilizada por el grupo de profesionistas, pedagogos, psicólogos y comunicólogos para acercarse aquellos niños que tienen un pie en la niñez y otro en la adolescencia, fue hacer uso del humor; por medio de éste y “contenidos ubicados en contextos cercanos a su vida, los niños y niñas podrán identificar situaciones en las que ellos mismos liberen tensión y se apropien de herramientas ligeras y efectivas para desarrollar exitosamente su socialización y fortalecer su autoconcepto”.<sup>144</sup>

Es importante recordar que parte del proceso cognoscitivo, lleva a los pre-adolescentes a reconocerse como seres sociales. La socialización fortalece el autoconcepto, facilita el entendimiento y la aceptación de lo que ocurre a otros, lo que les permite desarrollar nociones más realistas y complejas del valor de cada ser humano.

Asimismo, a través de la socialización, los niños adoptan, imitan y reconfiguran, comportamientos, actitudes, habilidades, y otros valores que le son transmitidas por las grandes instituciones y por su cultura.

En ese proceso de socialización, los niños y niñas experimentan tensión y ansiedad cuando se enfrentan a situaciones adversas, que implican retos, aceptación, dominio de conocimientos específicos, participación y crítica.

En la actualidad, el estrés es un problema de salud que está afectando a los niños. Según una encuesta aplicada por psicólogos de la UNAM a 1,500 niños de primaria en la república mexicana, 25% de ellos padece estrés producido por diversas situaciones como: cambio de escuela, exámenes, regaños, divorcio de los padres, muerte de algún ser querido, y ser ridiculizado o rechazado por compañeros.<sup>145</sup>

El estrés se manifiesta en cambios fisiológicos o de conducta como: sudoración de las manos, músculos tensos, dolor de cabeza, cambios repentinos en los hábitos de alimentación, dolor de estómago o muscular, agresividad, rebeldía, desobediencia y alteración en el sueño o en la atención. En el ámbito escolar, los niños presentan problemas para concentrarse, y por lo tanto, para entender a los profesores.

Por lo general, los padres y maestros ignoran que los niños también se estresan y en vez de buscar las causas de dichas conductas, los rechazan y sancionan, sin saber que las manifestaciones del estrés, pueden convertirse en problemas más graves de salud.

Los niños y niñas necesitan liberar y canalizar su estrés, para que las experiencias cotidianas fortalezcan su autoconcepto. El uso del humor, reírse de las situaciones que

---

<sup>143</sup> Información proporcionada por el *Departamento de Contenidos de Once Niños*, Archivo digital, fecha y autores desconocidos, consultada el 6 de julio de 2010.

<sup>144</sup> *Ídem*.

<sup>145</sup> *Ídem*.

le preocupan y utilizar herramientas ingeniosas para resolver situaciones, son formas a las que pueden acceder fácilmente y que les ayuda a lograrlo.<sup>146</sup>

El humor facilita:

- Acercarse a temas y tabúes de su grupo social, entenderlos y aprender a controlarlos.
- No exagerar la seriedad de una situación.
- Hacer frente a cosas que necesitan entender, pero no se atreven a hablar.
- Liberar temor, frustración o agresividad contra sus figuras de autoridad.
- Aceptar un reto intelectual al descifrar códigos o demostrar habilidades lingüísticas, como conocimiento de significados y uso de palabras.<sup>147</sup>

Para Once Niños, es importante que ellos se desarrollen y crezcan en un ambiente saludable, disfrutando los momentos gratos de la vida.

Es así como *El Show de los Once* se colocó como un programa educativo para orientar a los niños en etapa pre-adolescente, bajo el lema “Nadie dijo que fuera fácil, la vida tiene su chiste”.

El programa contó con dos temporadas en las que participaron Alfredo Marrón, en la producción ejecutiva, y Rafael Illescas y Jorge García, en la producción. La primera temporada se transmitía todos los viernes a las 17:00 PM. Posteriormente, el 7 de febrero de 2008 se estrenó la segunda temporada, que se difundía todos los jueves a las 15:00 P.M., con retransmisión los domingos, a las 10:30 A.M. Cada temporada contó con 13 capítulos de 30 minutos de duración.

Actualmente, los pre-adolescentes no cuentan con programas que les ayuden en su formación; es momento de que los propietarios de los grandes medios consideren este tipo de programas como un ejemplo a seguir; recordemos que el público infantil y pre-adolescente son el futuro de México.

Por ello, todos los medios, no sólo ONCETV, deben acercarse a los jóvenes y brindarles un espacio donde puedan expresarse y encontrar información confiable, en el que se establezcan valores, hábitos, costumbres, conocimientos y virtudes propias de nuestra cultura y sociedad, que atiendan las necesidades e intereses que correspondan a este periodo, y que entre la variedad temática abarquen la imagen de la familia, que lamentablemente ha desaparecido de la televisión y que los medios se han encargado de mostrarla completamente estereotipada y llevada a los chistes y el albur.

Debemos dejar de ver a la televisión cultural y educativa como un “relleno”, con el que las empresas televisoras parecen justificar su falta de creatividad para proveernos de entretenimiento las veinticuatro horas al día. Es momento de que el público demande una televisión con un contenido de calidad, para que pueda existir una oferta realmente atractiva por parte de las televisoras. También es momento de que la televisión

---

<sup>146</sup> *Ídem.*

<sup>147</sup> *Ídem.*

comercial se interese más por la parte formativa de su público, que por sus intereses comerciales.

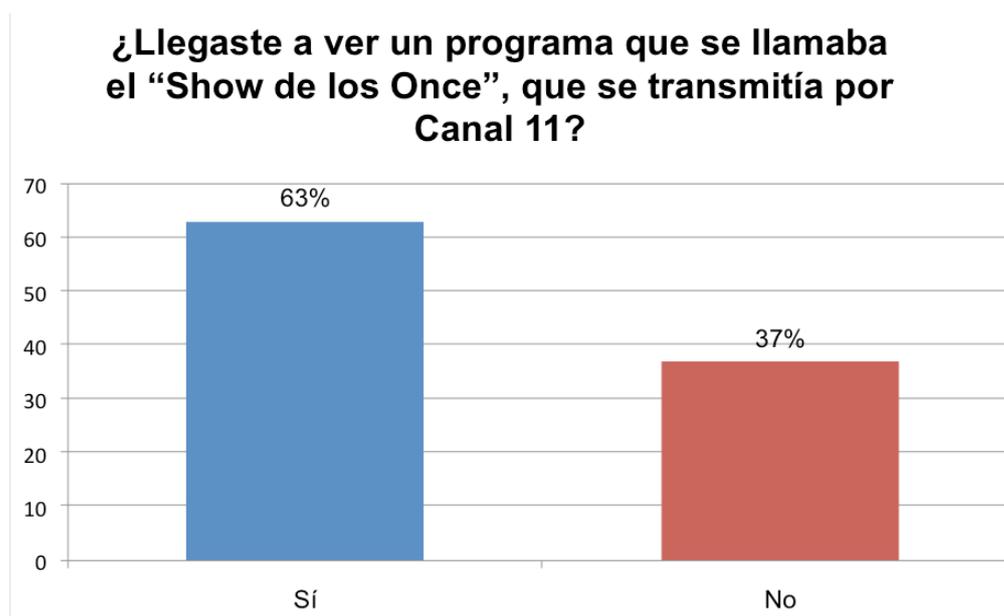
En una entrevista para *El Universal*, el entonces director general de Canal 11 Julio Di-Bella Roldán, dijo que ONCETV se da el lujo de experimentar, porque no son esclavos de los patrocinadores. Aquí el patrocinador es el ciudadano común, situación que no ocurre en otras compañías. (Además) nuestra idea no es competir con otros canales, sino crear una televisión alternativa.<sup>148</sup>

Once TV México con el programa “*El Show de los Once*” amplió el segmento de programación para pre-adolescentes, que lamentablemente ha sido olvidado en los programas de televisión.

Cabe destacar que en la encuesta aplicada a 100 alumnos de la Escuela Primaria Juventino Rosas, con la finalidad de determinar si el programa “El Show de los Once” gustaba o no a los pre-adolescentes, se obtuvo que 63% habían visto “El Show de los Once” y sólo 37% no conocían el programa.

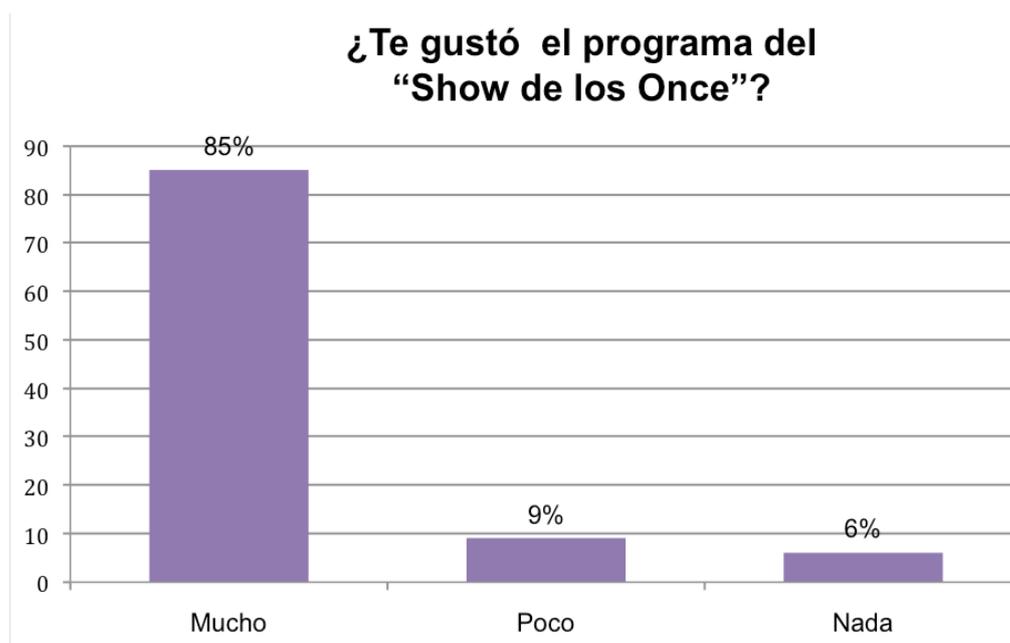
Para aquellos niños que no lo habían visto, les proyectamos a través de un monitor de televisión algunas secciones a fin de conocer su opinión. Al 85% le gustó mucho, a 9% muy poco y sólo al 6% no le agradó.

GRÁFICO 22



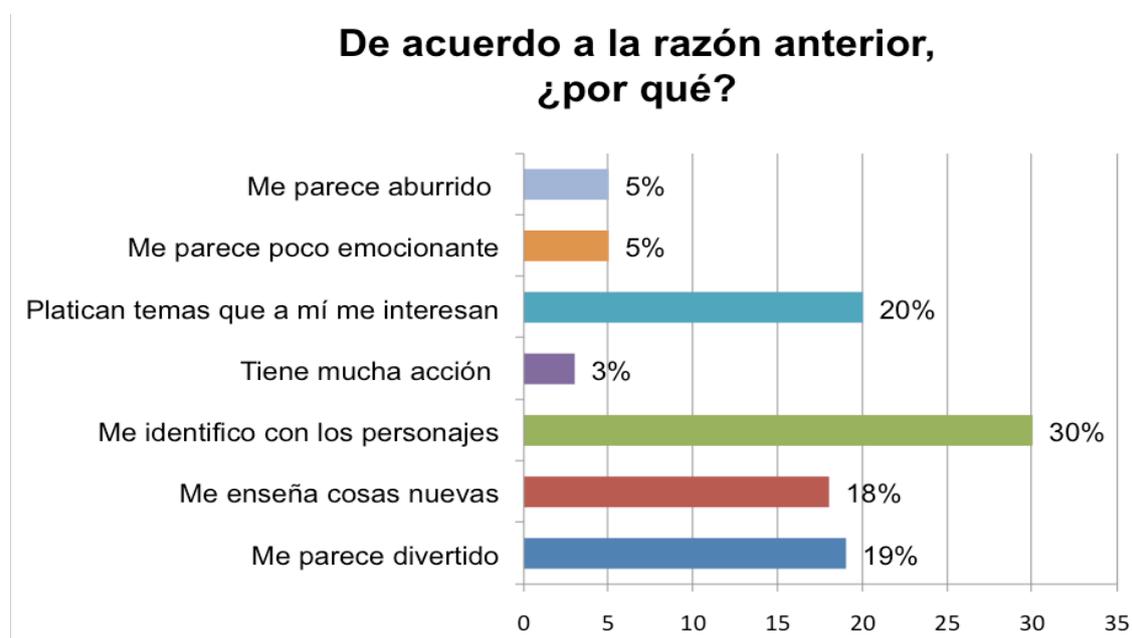
<sup>148</sup> Fuente: [http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/vi\\_72784.html](http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/vi_72784.html), 23 de marzo de 2010.

GRÁFICO 23



Posteriormente, respondieron por qué les gustaba o les desagradaba el programa.

GRÁFICO 24



Al 90% les gusta el programa porque se identifican con los personajes, se divierten, aprenden cosas nuevas, por los temas que platican y por la acción, y al 10% restante, les desagrada porque les parece poco emocionante o aburrido.

El programa satisface al pre-adolescente por las siguientes razones:

- Aunque el programa no tiene como objetivo principal enseñar y educar al pre-adolescente, lo hace de forma incidental, convirtiéndose en una herramienta que enriquece su conocimiento, cultura y educación.
- Ya que los mensajes que transmite tienen un gran impacto en las áreas cognitiva, socio-afectiva y psicomotriz, el programa contribuye a que el pre-adolescente desarrolle exitosamente su socialización y a que fortalezca su autoestima y autoconcepto.
- Gracias a que los contenidos del programa están ubicados en contextos cercanos a la vida del pre-adolescente mexicano, es más fácil para él o ella identificarse con las situaciones y los personajes.
- Ofrece un espacio de entretenimiento donde los niños y niñas se liberan de la tensión y el estrés, gracias al humor que se maneja en cada uno de los temas que presenta.
- El programa orienta, informa, ofrece ideas prácticas, consejos y posibles soluciones a las curiosidades y problemas que aquejan a los niños y niñas que están pasando por la pre-adolescencia, incluso brinda herramientas efectivas que incrementan el conocimiento previo que las principales instituciones le han proporcionado.

### 2.4.1 Contenido

El contenido del programa ayudaba al desarrollo de las áreas cognitiva, afectiva y social del pre-adolescente, que a su vez le permitían desarrollar con éxito su socialización, reforzar su autoconcepto, liberarse del estrés mediante la identificación y formarse un pensamiento más crítico.

El primer amor, hermanos, quién te gusta, autoridades y reglas, el ridículo, osos que pasamos todos los días, los amigos, entre otras cuestiones cotidianas que preocupan a los chicos, fueron abordados siempre de una manera divertida y con mucha creatividad en este programa. Aquí se conjugan la experiencia de los tres conductores, Mica Gramajo, Fabián Garza y Ricardo Zárraga que compartían mil anécdotas con los niños, con la curiosidad por la vida de un grupo de siete pequeños, Alejandro, Luisa, Mirelle, Yair, Alfredo, Neyzer, y Ahichel, y la música de fondo del Dj Brian Vidal.

Como ya se había mencionado, a partir de anécdotas, chistes y sketches cien por ciento positivos, se invitaba a la reflexión, y los conductores mostraban el lado amable de las cosas, para que los jóvenes espectadores se sintieran identificados con las situaciones que veían en la pantalla.

Los actores, en este caso los niños, representaban a través de breves historias situaciones por las que pasan los pre-adolescentes y haciendo uso de un lenguaje coloquial. El tratamiento que se le daba a cada tema nunca llegó a la burla o a la agresión, sino que se planteaban con inteligencia y humor blanco. Hay que destacar que fue una emisión en la cual siempre se mostró a los niños dentro de la cultura y sociedad mexicana.

El programa siempre transmitió información confiable, y manejó con credibilidad y coherencia las imágenes y los mensajes que proyectaba a su público. *El Show de los Once* mantenía informados no sólo a los niños, sino a los padres, familiares, autoridades y a la sociedad, sobre de los cambios, inquietudes, problemas, etcétera a los que se enfrentan los pre-adolescentes.

Era un espacio que resaltaba los valores, la moralidad y la ética, que motivaba a niños y adultos a la reflexión, a la crítica constructiva, donde los chicos expresaban su opinión acerca de los temas que se presentaban, de modo que al espectador le ayudaban a entender mejor la forma como ven el mundo, como piensan, sus aspiraciones, desacuerdos, deseos, etcétera que a esa edad se tienen.

El programa ofrecía consejos o soluciones prácticas a las preocupaciones de los jóvenes. A través de segmentos filmados en locaciones y otros en foros, y también utilizando animación, cada bloque manejaba una historia distinta, pero con un mismo hilo conductor, que en este caso era el tema del capítulo.

#### ***Capítulo I “Diferencias entre niños y niñas”***

Los niños y niñas reconocían que gracias a las diferencias y similitudes, que existen entre ellos, su convivencia puede ser divertida, agradable y en complicidad. Los jóvenes al valorar estas diferencias, no sólo conocen al otro sino se conocen mejor a sí mismos.

## ***Capítulo II “Hermanos”***

En ese capítulo, los niños reconocían el rol que jugaban en su familia e identificaban los roles de los otros hermanos.

## ***Capítulo III “Amor”***

Exponía los intereses y los sentimientos que se generan a partir de un enamoramiento, desde la visión y vivencia de los niños y niñas, mostrando sus nuevas formas de relacionarse, comunicarse, nuevas sensaciones, emociones y formas de actuar, que favorecen el conocimiento de uno mismo y de los demás.

## ***Capítulo IV “Ridículo”***

Mostraba diferentes puntos de vista de los chicos y los conductores sobre dicho tema.

## ***Capítulo V “Autoridades y reglas”***

Se profundizaba y se reflexionaba sobre el papel de la autoridad y las reglas en la vida de los niños y niñas desde su propio punto de vista.

## ***Capítulo VI “Amigos”***

El capítulo buscaba que los niños y niñas reflexionaran sobre el significado de la amistad a través del punto de vista de otros niños.

## ***Capítulo VII “Estrés”***

A través del punto de vista de niños y niñas, se exploraban e identificaban las causas que les producían temores y preocupaciones.

## ***Capítulo VIII “Suerte”***

En ese capítulo se hablaba sobre la suerte, y se incitaba a la reflexión respecto a que ésta no define el éxito o el fracaso de las cosas que nos pasan.

## ***Capítulo IX “Papá y mamá”***

Exponía la relación y convivencia, los acuerdos y desacuerdos que los niños y niñas mantienen con las figuras paternas y maternas que influyen en su personalidad.

## ***Capítulo X “Despedidas”***

El capítulo invitaba a que el espectador reflexionará sobre cada uno de los procesos que son parte de una despedida.

## ***Capítulo XI “Crecer”***

Analizaba y mostraba el significado de crecer a partir del punto de vista de niños y niñas.

## ***Capítulo XII “Popularidad”***

Se reflexionaba junto a niños y niñas sobre la popularidad y cómo la vivían.

### *Capítulo XIII “Identidad”*

El capítulo llevaba a los niños y niñas a reflexionar sobre los aspectos que intervienen para la formación de su identidad. Y les mostraba que muchos aspectos no dependen de ellos y por que no los pueden modificar, pero que existen otras áreas que sí pueden cambiar si no están satisfechos con ellas.

Ninguno de los 13 capítulos que comprendieron la primera temporada, abordó el tema de la sexualidad, aunque como bien sabemos, los pre-adolescentes tienen una gran inquietud sobre el asunto.

La información sobre sexualidad no impulsa a los niños a ser activos sexualmente. Los jóvenes pueden tomar mejores decisiones sobre sexo cuando tienen toda la información que necesitan y cuando no hay tabú que rodee al tema. La educación sexual realmente debería estar más dirigida a los adultos, para que aprendan que hablándoles a los niños tranquila y sinceramente, educarán mejor a sus hijos.

Después de la exitosa primera temporada, galardonada en todo el mundo, la segunda temporada se estrenó el 7 de febrero de 2008 y presentó nuevos conductores, sketches y situaciones cercanas a los niños en un ambiente informal e irreverente.

A través de 13 capítulos, los niños también podían identificarse con historias sobre escuela, secretos, miedos, ídolos, exámenes y todo lo que es importante para ellos. Cabe mencionar que dentro de los esos capítulos se manejan varios temas por programa, es decir, si se hablaba de la familia, también involucraban otros asuntos aunque no necesariamente tuvieran qué ver con el tema principal, a diferencia de la primera temporada.

El elenco de este show de comedia estaba conformado por: Micaela Gramajo, Fabián Garza, Ricardo Zárraga, Luis Garibay, Ana Sofía Camacho, Mirelle Romo de Vivar, José Eduardo Ochoa, Iván Arriaga, Yair Prado y Hollín Rodríguez.

Cabe resaltar que la participación de los niños en esta temporada no destacaba tanto como en la primera y figuraban más los conductores, quienes ya no sólo realizaban la conducción y presentación del programa, sino que se integraban a los sketches.

Es necesario aclarar que la producción de la segunda temporada no contaba con una carpeta, por lo que sólo mencionaremos aquellos temas que se presentaron.

Temas: Escuela, Familia, Consumo, Apodos, Miedo, Secretos, Ídolos, Perder, Exámenes, Promesas, Envidia, Aceptación, Mentiras.

## 2.4.2 Secciones

La primera y segunda temporada estaban compuestas por seis secciones:

- ***Filosofía canina***

Era un divertido segmento en el que un perro callejero se autocuestionaba de las situaciones por las que pasan los pre-adolescentes y trataba de entenderlas. A través de tomas subjetivas, el perro mostraba las actitudes, comportamientos, habilidades, y reacciones, que niños y niñas en plena pre-adolescencia tienen ante ciertas situaciones que se les presentan en la vida.

Un espacio sin duda que incitaba al espectador a reflexionar e identificarse con el punto de vista de un perro callejero.

- ***Megagirl y Warroboy***

Una historieta animada con mucha acción, ruido, movimiento y colores llamativos, que sin duda atrapan la atención de los pre-pubescentes. Eran dos superhéroes una niña y un niño con poderes sobrenaturales, y juntos combatían a los villanos que siempre intentaba dañar al mundo a través de sus debilidades. Pero como siempre, el bien triunfaba sobre el mal.

Los pre-adolescentes podían encontrar en esta sección consejos y formas de resolver aquellos problemas que les causan dolor de cabeza o vergüenza ante los demás, que muchas veces no se atreven a platicar con los adultos o sus amigos.

- ***Deseo concedido***

Era una sección que giraba en torno a una lámpara que contenía un poderoso genio, *El Genio de la Taza*, como su nombre lo dice, era un genio que aparecía en una taza de baño cuando escuchaba un deseo sincero. En este segmento, a través de un toque de fantasía y por medio de un deseo, se satisfacían las necesidades que a esa edad tienen los niños.

El segmento invitaba al espectador a reflexionar sobre los límites que uno debe tener ante los deseos, ya que mostraba los beneficios y las consecuencias que puede traer desear algo, motivándolos a ser pacientes ante sus propios deseos, y a no enloquecer con lo que ansían; toda espera es buena.

- ***El mundo al revés***

¿Qué pasaría si los niños y los adultos intercambiaran sus roles? Pues bien, el mundo al revés era un divertido segmento que nos mostraba diferentes situaciones donde los adultos actuaban como niños y los niños como adultos.

La sección ayudaba a los padres a entender mejor la etapa por la que transitan sus hijos de entre nueve y once años; asimismo, los niños entendían mejor a sus padres,

mediante, la comunicación, y el acercamiento entre ambos se veía fortalecido de manera positiva.

- ***Trailers cinematográficos***

Era una sección en la que se mostraban pequeños avances de una película orientada al tema central del programa. Su objetivo era relajar a los niños y abordar los temas de manera divertida.

- ***Videoclips***

A través de videos musicales los jóvenes conductores recreaban diferentes situaciones a las que se enfrentan los pre-adolescentes. La letra de la canción siempre manejó el humor, con la intención de divertir al espectador, así como brindarle un momento de relajamiento y liberarlo del estrés.

### **III EL PAPEL DE LAS INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y EMPRESAS PRIVADAS, EN TORNO A LA TELEVISIÓN EDUCATIVA PARA PRE-ADOLESCENTES**

La televisión en México es un negocio, y como tal, otorga mayor importancia a lo cuantitativo que a lo cualitativo de los productos que ofrece. Dicho de otro modo, su principal interés es el rating y las ganancias que generan los programas que transmiten.

La programación televisiva que se transmite abiertamente en nuestro país, a pesar de que cuenta con una gran variedad de programas para todas las franjas del público, sigue careciendo de una programación educativa o cultural, ya que el menú televisivo que podemos apreciar se compone de programas de índole comercial e inmersos en una transculturación nortamericana.

Pareciera que las instituciones gubernamentales a falta de presupuesto y las empresas privadas por tener un éxito financiero, externan un notable desinterés antela producción de programas educativos y culturales para pre-adolescentes.

#### **3.1 Antecedentes de programas educativos para pre-adolescentes en la televisión mexicana**

El estar frente a un televisor es uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en la vida de la sociedad en general. Los niños mexicanos observan la televisión durante un promedio de tres a cuatro horas al día, para el momento en que se gradúan de la escuela habrán pasado más tiempo mirando el televisor que en el salón de clase.

De acuerdo con los datos obtenidos de los estudios de audiencia de medios realizados por IBOPE (Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadísticas) AGB México, los niños televidentes veían 4 horas con 2 minutos al día en 1998, en la actualidad ven 23 minutos más. Mientras que todos los mexicanos estamos frente a la pantalla durante 4 horas con 45 minutos.<sup>149</sup>

Es indiscutible la importancia que la televisión ha adquirido en la vida y formación de las nuevas generaciones; el avance de las tecnologías sólo viene a reforzar la situación ya establecida, entronizada y mantenida en la pantalla chica, aunque sigue contrastando con la escasa investigación que se realiza para la producción de programas para el público infantil y juvenil.

Ayudar a los niños a través de programas que tengan interesantes contenidos, es incitar su creatividad, estimularlo perceptualmente e inducirlo a jugar a producir sus propios mensajes, pues “un buen programa televisivo no sólo lo hará disfrutar el momento, sino

---

<sup>149</sup> Lic. Ana María Ortega, vicepresidenta de IBOPE, en coordinación con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH-Conaculta), Paula Dever Restrepo, curadora y museógrafa de la muestra, Exposición, *20 años contando, El impacto de los medios*, en la Sala de Exposiciones Temporales del Museo Nacional de Antropología, 21 de septiembre de 2011.

que se enriquecerá su imaginación, lo formará y estimulará hacer un uso más creativo y crítico de las imágenes visuales y auditivas que lo rodean”.<sup>150</sup>

Son muchas las producciones para niños que se han realizado a lo largo de la historia de la televisión mexicana, cada una ha aportado no sólo entretenimiento a la población infantil sino que son parte de la experiencia televisiva de muchos adultos, y han contribuido a la formación de su cultura audiovisual.

El primer programa para niños es reportado en la Enciclopedia de México que data de 1950, titulado “Teatro de la fantasía” con el muñeco Don Ferruco, ideado por María Luisa Algara. No obstante, se considera que el verdadero nacimiento de la televisión infantil tuvo lugar en 1951, cuando Guillermo González Camarena obtuvo la concesión del canal 5 XHGC, del Telesistema Mexicano, A. C., dedicando exclusivamente a la programación de niños de cuales algunos podemos mencionar<sup>151</sup>:

- *Cuento fantástico (1970)*
- *El tío polito (1960)*
- *Telekinder (1960-1970)*
- *El tío Herminio (1960)*
- *Bozo el payaso (1960-1922)*
- *¿Qué saben los niños? (1960)*
- *Cuide los dientes de los niños (1960)*
- *Los golpes de talento (1960)*
- *Sombrerilandia (1971)*
- *Ventana juvenil (1980)*
- *El mundo de Don Facundo(1968)*
- *Familia piripitin (1964)*
- *Espacio de cositas (1988-2007)*
- *Cri Cri (1932-1961)*
- *Chabelo (1968-al aire)*
- *Tío Gamboin (1970-1987)*
- *Alerta verde en mi planeta azul (1970)*
- *Cepillín (1977-1980)*
- *Chapulín colorado (1970-1995)*
- *Chavo Chespirito (1973-1980)*
- *Agencia SOS (1984)*
- *Capulina (1974-1976)*
- *Chiquilladas (1982-1993)*
- *Alegrías de mediodía (1980)*
- *Vamos a jugar jugando (1990)*
- *Súper vacaciones (1980)*
- *Top Gigo (1970)*
- *XE Radio Aventura (1989-1991)*
- *Club de Gaby (1993)*
- *Pensando y bailando con los niños (1970)*
- *Noticiero para niños y similares (1970)*
- *El mundo de Balam (1970)*
- *Teledanza (1970)*

Es importante señalar que algunos de estos programas originalmente se transmitieron por radio y posteriormente se adaptaron a la televisión.

---

<sup>150</sup> Martínez Zarandona, Irene. *La televisión infantil en México. El uso pedagógico de la televisión*, México, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, 1996, pág. 122.

<sup>151</sup> *Ibidem*, pág. 123.

En la producción de materiales con intención educativa, debe asignarse un lugar importante al programa *Plaza Sésamo*, el cual revolucionó en gran parte los programas dedicados a los niños. En México tuvo su inicio en 1970 cuando Norton Wright, Presidente del Departamento Internacional de Sesame Street, estableció planes para hacer una versión México-Latinoamericana del programa estadounidense.

La primera etapa de esta serie se inició en 1972 dirigida principalmente a niños que no sabían leer ni escribir, ofreciendo la oportunidad de divulgar conocimientos entre niños de preescolares que no podían asistir a la escuela. El objetivo de *Plaza Sésamo* no es desplazar a la educación formal, si no de tratar de crear una igualdad en los niños.

Una de las pocas series educativas en la televisión comercial que se han realizado en México son el “*El tesoro del Saber*” (1982-1986), conformada por 130 programas que tenían duración de 30 minutos, se difundió en 17 países latinoamericanos, se enfocaba a niños de 3 a 6 años. Gran parte de los temas tratados correspondían a la enseñanza básica en ciencias sociales y naturales, matemáticas y lenguaje.

Del mismo se encuentran novelas coproducidas con organismos gubernamentales sobre la historia de México como:

*La tormenta* (1976)

*Los caudillos* (1968)

*La constitución* (1970)

*El carruaje* (1972)

*Senda de gloria* (1987)

*El vuelo del águila* (1995)

*La antorcha encendida* (1996)

Otro programa de corte educativo fue la serie “*Odisea Burbujas*” (1979-1984), enfocado a niños de 7 a 10 años, donde se combina la música y la aventura de seis personajes ficticios, cinco de los cuales eran animales y a través de sus interacciones mostraban la necesidad del esfuerzo en equipo.

Silvia Roche quien fuera guionista y creadora del programa lo describe: “Burbujas no es simplemente un programa emocionante y dinámico, o una divertida serie de televisión, es ante todo un mecanismo de comunicación que une el mundo fantástico y simbólico del niño con la realidad que lo rodea, para llevarle un mensaje de optimismo, de amor a la vida, de gusto por el trabajo y por el saber”.<sup>152</sup>

Televisa crea en 1985 la Dirección Infantil donde se han continuado produciendo programas para niños con intención educativa, como lo fue el “*Súper ondas*” (1990). Una experiencia interesante de este organismo productor fueron las series de cápsulas con fines preventivos; “*Cuenta hasta diez*” dedicadas a la orientación de padres, “*Las drogas destruyen*” para prevención de la drogadicción, “*Cuídate a ti mismo*” para prevenir el abuso sexual a menores, así como una serie con fines educativos “*Trabucles*”, la cual planteaba a los niños diversas situaciones que lo invitan a reflexionar, pensar, sentir y comunicarse desatando sus procesos creativos.

---

<sup>152</sup> *Ibidem*, pág. 124.

Mientras tanto IMEVISIÓN, antecedente de TV Azteca también transmitió series para niños dentro del ámbito educativo como de entretenimiento.

- Erase que se era (1970)
- Pancho López (1980)
- Mi mundo de cabeza (1980)
- Chispa (1980)
- Pequeños viajeros (1980)
- La casa de Paco (1983-1985)
- Viva yo (1980)
- Pies ligeros (1980)
- Chistera (1980)
- Kolitas (1986)
- Donde el cielo es azul (1980)
- Sofiano (1980)
- Batuta (1980)
- Las mil y una noches (1987)
- Carrusel (1989)
- Cerebrón y sus amigos (1980)
- Como va (1980)
- Y ¿Por qué? (1980)
- Bozo Pa' que te cuento (1980)
- El círculo de la imaginación (1980)<sup>153</sup>

Entre 1974 y 1983 Canal 13 transmite un programa infantil de corte educativo llamado “*Big Blue Marble*” (*La gran canica azul*), cuyo contenido estaba basado en historias de niños de diversos lugares del mundo y un club de amigos por correspondencia para fomentar la comunicación intercultural.

Aunque al inicio de la televisión se buscaba incitar a los niños a crear sus propios mensajes con el paso de los años el medio se ha convertido en un elemento presente en la cultura de la sociedad mexicana, por desgracia con una pasividad intelectual en su contenido. No es el marco más propicio para el desarrollo de las ideas y de la imaginación. La producción televisiva actualmente consiste en fabricar y distribuir bienes económicos muchas veces carentes de significado para el telespectador.

Los papeles se han invertido y ahora la televisión en lugar de ser un espejo de la sociedad, pasaría a convertirse en el modelo a seguir o imitar por muchos integrantes de su auditorio.

La televisión mexicana, cuyo contenido es brindado principalmente por Televisa, encuentra su razón de ser en la transmisión de telenovelas, convirtiéndose este mismo material en un producto icono de su programación y de la exportación a otros países. Incluso actualmente las ganancias reportadas por la venta de esta clase de materiales, deja millonarias ganancias al consorcio.

Historias donde no se presenta mayor desarrollo a la sociedad que aquel que se obtiene a través de fines azarosos y la buena voluntad divina, que pudiera existir para con la protagonista, quien en la mayoría de los casos ha de pertenecer a un estrato social bajo, y que contara con una vida llena de penurias, que en algún momento se verán acalladas por el caballero que la convertirá en una gran dama de sociedad y por el cual tendrá una

---

<sup>153</sup> *Ibidem*, pág. 125.

vida llena de riqueza y felicidad, o algo por el estilo, los puntos de variación y margen de error son casi mínimos en esta clase de historias.

De igual manera los noticieros se han convertido en un factor dominante de la sociedad cultural actual dado que funcionan como los principales frenos o las riendas de la sociedad mexicana, debido a que la información que los noticieros presentan es la realidad para muchos de sus televidentes, y poco a poco algunos de ellos se han convertido más que en un medio informativo, en un programa de entretenimiento. Esto no quiere decir que las noticias mientan, o falsifiquen la información, simplemente existen diversas formas de presentar un mismo suceso.

Con el nacimiento de canal 13 y la incursión cada vez mayor de canales internacionales de televisión privada, la competencia por el rating se vuelve cada vez más encarnizada, orillando a ambas televisoras a echar mano de muchos de los “recursos” que ofrece la globalización. De esta forma Televisa y TV Azteca hacen a un lado la creatividad y la creación de programas enfocados a los pre-adolescentes como parte de sus prioridades para abrir paso a la adopción de conceptos de programas de televisión provenientes de otras partes del mundo, utilizando las mismas ideas, conceptos e incluso imagen de los programas, con el fin de atraer a un grupo cada vez mayor de televidentes, sin importar la calidad del material, que las cadenas ofrecen a los espectadores.

La televisión educativa no pretende competir en rating con la televisión comercial, simplemente pretende utilizar la influencia del medio de forma positiva.

El tremendo bombardeo de producciones televisivas comerciales al que estamos acostumbrados en la actualidad, nos ha llevado a olvidar que las imágenes y los sonidos configuran un lenguaje simbólico capaz de producir sentido en los jóvenes que transitan una edad de cambios.

Las tendencias actuales en los medios de comunicación masiva, se enfocan principalmente en la captación de audiencias por medio del entretenimiento; manejan contenidos “ligeros” y fáciles de entender que no promueven el pensamiento crítico ni el desarrollo de nuevos conceptos.

Como consecuencia de lo anterior, hemos olvidado que existen otro tipo de producciones cuyos propósitos son: divulgar, sensibilizar o educar.

El telesistema mexicano se ha dedicado a crear programas mediocres y destinados a las más bajas demandas de la cultura, empobreciéndolas aún más, y atrapándolas de su pobre realidad. Entre los programas de baja demanda cultural, educacional e intelectual, se encuentran las novelas melodramáticas, los absurdos y falsos “Talk shows”, y los repetitivos partidos de Fútbol, que al parecer son más importantes que los problemas sociales que enfrenta el país.

Al respecto, se ha criticado y analizado la manera en que la televisión mexicana se ha responsabilizado de llevar a cabo “programas superficiales, repetitivos y plenamente escapistas, que fabrica al estilo de un maquiladora”.<sup>154</sup>

---

<sup>154</sup> Fernández y Paxinan, *La televisión mexicana la decadencia de la sociedad*, en Abascal, Martha Rosa, *La televisión, oportunidad o decadencia, Artículo Electrónico*, [www.yoinflujo.com](http://www.yoinflujo.com), 3 de diciembre de 2010.

La televisión mexicana se ha encargado de dividir a la sociedad y su cultura por medio del racismo y sexismo. En la mayor parte de su programación generalmente no se enfoca a ningún público en particular al que pueda “educar” o hacerlo “reflexionar”, simplemente le ofrece al espectador un instante que le permite evadir su realidad en la que vive. Además, priva al televidente de una identidad autentica y en muchas ocasiones termina siendo copia de toda la basura televisiva estadounidense. Hablar de un antecedente de programas educativos para pre-adolescentes en la televisión mexicana es nulo, ya que como sea mencionado el único fin que actualmente persigue la televisión abierta es monetario.

## 3.2 Instituciones gubernamentales

La televisión es una institución no sólo por cumplir con una función de servicio público cuando garantiza el derecho a la información de la ciudadanía. Lo es también por que contribuye en su formación cívica, cultural, social y educativa, así como por ser productora de sentidos y significados, es decir, propone valores, actitudes, comportamientos, hábitos, etcétera, que compiten con otras instituciones.

Por ejemplo, la competencia entre los valores escolares y familiares de disciplina, afecto y esfuerzo, y los de violencia, conformismo y disfrute de la vida, tan comunes en la programación comercial.<sup>155</sup>

La más clara caracterización de la televisión gubernamental es que se dirige, al ciudadano más que al consumidor.

### 3.2.1 Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE)

Durante la primera mitad del siglo XX, la presencia de los medios de comunicación, prensa, radio y televisión así como su indiscutible influencia en la educación, llevaron a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) a promover la difusión de conocimientos acerca del empleo de los medios con fines educativos y culturales.

Durante la Conferencia General de esa organización, realizada en Montevideo, Uruguay, en 1954, los representantes de América Latina acordaron la creación de un Organismo Regional que impulsara la aplicación de medios y recursos audiovisuales como apoyo para el mejoramiento de la educación, surgió así el Instituto Latinoamericano de la Cinematografía Educativa, en 1956, el Gobierno de México, por medio de su representante en la UNESCO, acordó el establecimiento de la sede del ILCE en la Ciudad de México.<sup>156</sup>

En 1969 tuvo lugar una reestructuración, como respuesta a las necesidades de la región, cambiando su nombre por el de Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, a partir de entonces, el ILCE adquirió la categoría de Organismo Internacional, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía de gestión, ampliando sus objetivos y campo de acción para promover el aprovechamiento, en la educación, de los recursos de la tecnología y de la comunicación, extendiendo sus beneficios hacia los Países Miembros.<sup>157</sup>

A lo largo de sus 55 años de fundación, el ILCE ha enfocado sus esfuerzos al desarrollo y difusión de la investigación y aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para el aprendizaje, formación a distancia, producción de

---

<sup>155</sup> Orozco Gómez, Guillermo, *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana, 1991, pág. 35.

<sup>156</sup> Dirección General de Televisión Educativa, *La televisión educativa en México: origen y desarrollo*, Unidad de Planeación y Evaluación de Políticas Educativas, México, Dirección de Vinculación y Desarrollo Institucional y Desarrollo Audiovisual, s.a., pág. 26.

<sup>157</sup> Fuente: <http://www.ilce.edu.mx/2010/acerca-del-ilce/historia>, 18 de enero de 2011.

materiales educativos, capacitación docente y de recursos humanos en general; contribuyendo así al mejoramiento de la educación en América Latina. En este sentido, el ILCE ha desarrollado considerables capacidades institucionales y modelos educativos de vanguardia en diversos campos; televisión e informática educativa, investigación y desarrollo de proyectos, formación y capacitación de recursos humanos, producción de contenidos educativos y operación de infraestructura y plataformas tecnológicas, así como espacios virtuales de aprendizaje vía satelital, videoconferencia, *e-learning* y multimedia.

Además de las relaciones que mantiene con diversas instancias de sus países miembros, el ILCE ha promovido la relación con múltiples instituciones educativas y organismos nacionales y del extranjero, públicos y privados, con el propósito de conocer los avances y las tendencias en el desarrollo de la educación a distancia, además del establecimiento de múltiples acuerdos de cooperación con universidades y ministerios de educación de países miembros y no miembros de la Organización.

El ILCE, busca ir a la vanguardia en el uso de la tecnología educativa, por ello orienta sus capacidades y experiencias al diseño de programas de capacitación y formación de instituciones, desarrolla modelos innovadores para la educación; produce contenidos y recursos educativos en diferentes medios y formatos; mantiene su vocación y calidad de servicio a través de personal altamente calificado; se preocupa por el entorno, por el avance del conocimiento y por hacer accesible la educación y la tecnología a diferentes grupos sociales, lo que redundará en una mejor calidad de vida de personas, comunidades, sociedades y países.

“Su misión es ser un organismo internacional, que a partir de una base pedagógica sólida, desarrolle modelos, proyectos y materiales educativos aplicando tecnología de vanguardia para incidir en el desarrollo cultural, social y económico de los países de América Latina y del Caribe.

Su visión es la de llegar a ser un organismo sustentable con liderazgo y prestigio internacional para generar, con los mejores talentos y prácticas, soluciones que contribuyan al éxito de las políticas educativas de los países de la región”.<sup>158</sup>

El Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa trabaja de manera conjunta con diversas autoridades e instancias de sus países miembros, con el fin de fortalecer la educación en América Latina. El ILCE ha impulsado y desarrollado múltiples proyectos e iniciativas que contribuyen al desarrollo de la educación y la sociedad mediante el uso de la tecnología de la información y la comunicación en algunos países, en el caso particular de México, entre los proyectos que se han desarrollado para la Secretaría de Educación Pública del Gobierno Federal, destacan: “Enciclomedia, Telesecundaria, el conjunto de la red televisiva EDUSAT y, recientemente, el programa HDT (Habilidades Digitales para Todos)”.<sup>159</sup>

---

<sup>158</sup> Fuente: <http://www.ilce.edu.mx/2010/acerca-del-ilce/misionyvision>, 18 enero de 2011.

<sup>159</sup> Fuente: <http://www.ilce.edu.mx/2010/acerca-del-ilce/cooperacion-internacional>, 20 enero de 2010.

Con base en la trayectoria del Instituto y de su acción hacia el contexto latinoamericano, puede señalarse que su concepción de educación nunca ha estado restringida al proceso que tiene lugar en los espacios formales, esto es a la educación escolarizada, mucho menos a un solo nivel escolar o a un solo sistema educativo de cualquier nivel o de cualquier país miembro del ILCE. En su trabajo ha destacado la atención a la educación no formal tanto como a la formal, siempre con miras a apoyar los requerimientos en materia de recursos educativos de orden comunicacional y tecnológico.

Es por lo anterior que el ILCE desde hace algunos años ha realizado proyectos en favor de la educación a distancia entre los que destaca el diseño curricular, el desarrollo de materiales instruccionales, la capacitación de asesores/tutores, el apoyo a estudiantes en el desarrollo de habilidades para el estudio independiente, la incorporación de las llamadas nuevas tecnologías en la educación por sólo citar algunos ejemplos.

La educación a distancia, por tanto, es vista en el ILCE como una modalidad educativa planificada, administrada, controlada y evaluada sistemáticamente con el fin de lograr que los interlocutores de la misma dialoguen aún estando separados en el espacio y el tiempo. En este sentido se trata de responder a la característica fundamental de esta modalidad: la flexibilidad, tanto en espacio como en tiempo, en consecuencia, busca ofrecer una educación a la medida de las posibilidades del estudiante lo que exige una vinculación entre los diferentes elementos del proceso educativo; tales como el material didáctico, la asesoría y la evaluación del aprendizaje, en consecuencia los medios y métodos que utiliza se basan en enseñar a aprender y pretende, a su vez, conformar cierta autonomía en el individuo buscando su desarrollo integral, estimulando sus intereses formativos y sus habilidades creativas.<sup>160</sup>

### **El ILCE y la TV Educativa**

El ILCE diseña y produce material educativo para apoyar diversas áreas del conocimiento en diferentes niveles educativos. Este renglón de actividades tradicionalmente ha sido de especial interés debido a la importancia que es propia de los apoyos didácticos en todo proceso educativo, siendo el área a la que inicialmente se orientaron los esfuerzos institucionales.

Por lo que el ILCE propuso crear con el fin de estimular la investigación y promover nuevas opciones en la producción de programas para niñas y niños, un Fondo de Apoyo a la Producción de Programas Infantiles de Calidad, el cual estaría constituido por aportaciones públicas, privadas y de organismos internacionales durante el Seminario Internacional y Muestra Audiovisual: "Los niños y la televisión" realizado en el Centro Médico Nacional Siglo XXI, del 20 al 24 septiembre de 1999.

Dicho seminario destacó, la preocupación sobre los alcances que tiene la televisión en la formación de identidades y la socialización del niño, pues las señales de televisión que alguna vez se consideraron vacías, hoy se sabe que se encuentran dotadas de contenido y llenas de sentido valorativo.

De acuerdo con las estadísticas oficiales de ese año niñas y niños de 0 a 14 años, pasan en promedio frente al televisor cuatro horas diarias<sup>161</sup>, por lo cual se vuelve necesario

---

<sup>160</sup> Fuente: <http://www.ilce.tripod.com/ilce>, 20 de enero de 2011.

<sup>161</sup> Material impreso del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, *Los niños y la televisión*, México, s.e., s.a., pág. 9.

entender los mensajes para descifrar la manera en que las niñas y los niños se incorporan a la vida social.

Por lo que en esos cinco días, representantes de la Cámara de Senadores, la UNESCO, UNICEF e ILCE, así como especialistas de Brasil, España, Canadá, Estados Unidos, Venezuela y Alemania analizaron los efectos que tiene la televisión en la población infantil.

“Es necesario que los estados apoyen económicamente la producción de programas educativos y culturales”, así lo consideró el escritor y productor de televisión para niños en Canadá, Peter Moss.

Además que Enric Frigola Viñas, director de programas infantiles y de animación en la televisión española, dijo que "el problema que enfrentan quienes hacen televisión para niños, es la carencia de recursos económicos, lo cual los obliga a depender de anunciantes”.

La senadora Beatriz Paredes Rangel, aclaró “que no se pretendió enjuiciar a los medios de comunicación, ni muchos menos reciclar una discusión sobre el derecho a la información y respeto de la libertad de expresión”.

El seminario buscó multiplicar, ampliar e impulsar opciones de una mayor producción de programas de calidad para niños y niñas, concientizando a la sociedad del papel moral, cultura y educativo que juega la televisión en la formación de la población infantil; pues frente a la televisión que se hace mayoritariamente para adultos tiene una alta audiencia infantil.

Se estableció el compromiso para que la televisión promoviera la realización de programas infantiles de corte educativo que fueran entretenidos y de calidad para formar receptores críticos de los mensajes y las transmisiones televisivas.

A más de diez años del seminario las propuestas y compromisos siguen rezagados, los avances son pocos a pesar de los esfuerzos del ILCE quien a su vez junto con la Dirección General de Televisión Educativa, organismos especializados en televisión educativa transmiten a través de la red EDUSAT su programación. Por otro lado los esfuerzos no quedan ahí, ya que la DGTVE realizó en el año 2008 la “Muestra Iberoamericana de Televisión Educativa: Los niños y los medios”, donde una vez más se retoma el tema de la televisión y los niños.

### 3.2.2 Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE)

La Dirección General de Televisión Educativa es un órgano centralizado de la Secretaría de Educación Pública, y a su vez depende de la Unidad de Planeación y Evaluación de Políticas Educativas. Primeramente surgió como Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTE), posteriormente se redujo sólo a Unidad de Televisión Educativa (UTE), hasta que pasó a ser Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE).

Las tareas a cargo del personal que integra la DGTVE son producir, programar y transmitir contenidos educativos a través de medios electrónicos, principalmente la televisión, mediante la Red Edusat. Sin embargo, el trabajo no concluye con la transmisión, ya que también son esenciales las labores de mantenimiento y operación técnica de la Red Edusat, la sistematización y conservación de los acervos audiovisuales, la formación y capacitación de profesionales en materia de audiovisual educativo, y la realización de actividades de investigación, desarrollo y evaluación.

Su principal objetivo es contribuir al abatimiento del rezago educativo en México, utilizando como principal herramienta la televisión vía satelital a través de la Red Edusat, que sin duda ha facilitado llevar educación y conocimientos a aquellas zonas que se encuentran apartadas y desprotegidas del país.

Las tareas sustantivas a través de las cuales la DGTVE cumple con su objetivo son:

- Operación de la Red Edusat, que abarca los ámbitos de programación y transmisión de programas educativos, para televisión y radio, así como la operación y el mantenimiento preventivo y correctivo de la Red Edusat.
- Producción audiovisual, entendida como la concepción y la realización de series y programas educativos, acordes a las necesidades de diferentes públicos.
- Servicio Nacional de Imagen Educativa, que comprende conservación y sistematización de acervos.
- Formación, capacitación y actualización para profesionales vinculados con los medios audiovisuales educativos.
- Investigación, desarrollo audiovisual y evaluación.
- Intercambio de experiencias, información y materiales con instituciones y organismos que participan en la educación a través de los medios audiovisuales, así como con sistemas de televisión en diversos puntos del país.<sup>162</sup>

Actualmente la Dirección General de Televisión Educativa administra siete canales: 11, 12, 14, 17, 21, 27 y Aprende TV, este último nace gracias a la participación de la Secretaría de Educación Pública y de la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (CANITEC), como parte integral del proyecto denominado Cable Educación, que ofrecer a todos los usuarios de los sistemas por cable en México un espacio en el que pueden disfrutar con toda la familia producciones de las principales instituciones educativas y culturales de nuestro país y del mundo entero.

Además cuenta con cuatro canales de retransmisión: el 22 que corresponde a la programación del Canal 22 Internacional, 23 a cargo del Centro Nacional de la Artes

---

<sup>162</sup> Fuente: <http://dgtve.sep.gob.mx>, 10 de diciembre de 2010.

(CENART), 25 que corresponde a la señal del Canal del Congreso y el Canal 28 Cultural de los Universitarios.

Por otro lado junto con el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) emiten la señal de Red Edusat a 35 mil equipos receptores en todo el territorio nacional, y alcanzan a un amplio público en Canadá, Estados Unidos, Centro y Sudamérica.

Desafortunadamente la televisión educativa en México carece de presupuesto para poder realizar sus propias producciones, en el caso de la DGTVE la mayor parte de su programación son intercambios culturales de material audiovisual, que contienen un mensaje educativo, pero que finalmente no están contextualizados a nuestra sociedad mexicana. Además, la televisión abierta le brinda un espacio muy reducido para que transmita sus programas a través de Canal 11 y Canal 22, lamentablemente el horario asignado en el que se transmiten, los niños y adolescentes se encuentran en la escuela o durmiendo, lo que dificulta que conozcan otro tipo de programación. Predominando la televisión comercial, mientras la parte educativa queda relegada.

Por ello la DGTVE abre una brecha en la red para que las personas se acerquen y conozcan la televisión educativa, a falta de espacios en la tele comercial. El servicio de televisión educativa en línea abarca 12 canales para dos reproductores diferentes: Real Player y Windows Media.

En la DGTVE trabajamos con programas que tienen un sustento teórico pedagógico, investigación previa, normas, valores, principios y cultura en general. Buscamos capturar al público por medio de cursos, seminarios y talleres tanto presenciales como a distancia, y aprovechamos el medio para reforzar los conocimientos que otras instituciones le enseñan a la sociedad.<sup>163</sup>

En el año 2008 la DGTVE realizó la octava Muestra Iberoamericana de Televisión Educativa, que tenía como tema central “Los niños y los Medios”. El magno evento se llevó a cabo del 27 al 29 de noviembre, en las instalaciones del Centro Nacional de las Artes (CENART), que contó con innovadoras actividades para públicos de todas las edades, y especiales para jóvenes universitarios.

El objetivo de la Muestra Iberoamericana fue brindar un espacio de encuentro para la creatividad y reconocer la labor de instituciones académicas, realizadores, productores y organismos independientes dedicados a crear y producir programas televisivos que difunden el conocimiento y enriquecen la cultura, con ideas innovadoras que apoyan el desarrollo de la educación y uso de las nuevas tecnologías.

La Muestra contó con la participación de reconocidas personalidades, quienes analizaron y divulgaron sus experiencias en el uso de los medios audiovisuales e informáticos en la comunicación, la cultura y la educación; con el fin de provocar la reflexión acerca del impacto de tal uso y permitir en lo posible el aprendizaje del quehacer audiovisual en dichos ámbitos a través de conferencias magistrales, exposiciones interactivas, talleres, ferias de instituciones, foros de expresión y espectáculos para niños y adultos, entre otras interesantes actividades.

---

<sup>163</sup> Entrevista con Edgar Alonso García, Responsable del taller *Un día en la tele*, del Programa de Formación Niños a la Tele, del Centro de Entretenimiento de Televisión Educativa (CETE), de la DGTVE, 27 de enero de 2011.

A petición de la Dirección General de Televisión Educativa, Omar Torreblanca, Investigador de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), realizó un análisis sobre el consumo de televisión en menores, quien en conferencia de prensa, en la que se anunció la Muestra Iberoamericana, señaló “que los niños consideran más útiles los aprendizajes y mensajes que les da la televisión que los adquiridos en la escuela, debido a que “dan gran credibilidad” a ese medio de comunicación”.<sup>164</sup>

El experto afirmó que los infantes pasan más tiempo frente al televisor que en las escuelas y que construyen su realidad a partir de los programas que ven, debido a que prestan más atención y entienden más los relatos presentados en la televisión que la historia que se imparte en las escuelas, debido a que consideran que los primeros “son más cercanos a su vida cotidiana, en tanto que los conocimientos de la escuela los sienten abstractos”.<sup>165</sup>

Destacó que el hecho de que los menores estén tantas horas viendo televisión provoca que se conviertan en individuos pasivos y poco críticos, además de que adquieren modelos de comportamiento ajenos a su entorno familiar.

Por ello, alertó sobre los contenidos que se presentan en la televisión, debido a que casi 80 por ciento no son de calidad adecuada para la formación educativa y como ciudadanos.

La Dirección General de Televisión Educativa ante este panorama durante la Muestra Iberoamericana hizo hincapié en aprovechar la influencia de la televisión en niños y jóvenes, a fin de que se use como un instrumento que los ayude en su formación educativa, cultural y como seres humanos.

Durante las mesas temáticas y los diálogos de saberes, expertos llegaron a la conclusión de que:

- La televisión contemporánea es escasamente educativa, y tiene en su mayoría interés comercial, además las emisiones para niños y adolescentes en televisión abierta son escasas.
- La televisión considera a los niños como consumidores y no como los ciudadanos y generaciones del mañana. Actualmente educa en antivalores y omite y silencia partes de la realidad, destacando lo denigrante de la sociedad.
- Predomina la violencia y la imagen corporal (cultura de hiper-delgadez) en la programación.
- Los adultos no ven la televisión que ven los niños, sino los niños ven la televisión de los adultos.
- La participación del gobierno en producciones educativas de calidad es escasa.
- La televisión mexicana necesita acercarse a los niños, es necesario que los escuchen, que sepan sus necesidades e inquietudes y que además les permitan participar en la realización del programa.

---

<sup>164</sup> Fuente: <http://www.jornada.unam.mx/2008/11/13/>, 3 de enero de 2011.

<sup>165</sup> *Ídem.*

- Es necesario que se integre al curriculum de la SEP un programa que forme audiencias activas y críticas ante los mensajes e imágenes televisivas.
- Se deben crear y emitir más mensajes pro-sociales y contenidos realmente educativos.
- Es necesaria la participación democrática de la sociedad donde se analice el contenido.

Por una cultura infantil televisiva, la Dirección General de Televisión Educativa abre un espacio para los niños de primaria con su taller “Un día en la tele”, del cual hablaremos en el siguiente subcapítulo.

Una cultura infantil no significa que sea sólo para niños. Construir y apropiarse dicha cultura es un asunto que atañe fundamentalmente a los adultos.

### 3.2.2.1 Programa de Formación Niños a la Tele

Ver televisión va más haya de satisfacer necesidades de información, entretenimiento, educación o conocimiento, esta actividad humana propicia una inclusión en el mundo.

Como lo hemos mencionamos el estatus socioeconómico, la edad, el sexo, la educación, la raza, etc. definen la audiencia televisiva, y como las personas interpretan y le dan sentido a los mensajes televisivos. Recordemos que el espectador no está frente al televisor con la mente en blanco, sino que trae consigo ideas, actitudes, conocimientos, modelos de conducta o valores, es decir, una suma cultural que interactúa con los contenidos y significados de las composiciones audiovisuales que ofrecen los programas televisivos.

Lo que ocurre dentro del proceso de recepción televisiva, es un problema que preocupa, sobre todo, a maestros y padres de familia interesados en desarrollar la recepción creativa y reflexiva en niños y jóvenes, aprovechando los recursos televisivos como herramienta de aprendizaje dentro del aula o como medio de comunicación dentro del hogar.

Es por eso que el Centro de Entretenimiento de Televisión Educativa (CETE)<sup>166</sup> creó en 1998 el *Programa de Formación Niños a la Tele*, con el propósito de contribuir a que niños, maestros y padres de familia adquieran conocimientos sobre el medio televisivo, que desarrollen habilidades para su uso óptimo y adquieran los conocimientos para desarrollar programas de televisión con fines educativos y propiciar que los niños sean algo más que “simples consumidores” y conozcan a través de una atmósfera de juego, creatividad, reflexión, análisis, observación y acercamiento, los diversos espacios, personal, procesos y equipos tecnológicos por los que se genera la televisión.

Actualmente no podemos negar que la televisión es parte de la vida de los niños, pero desafortunadamente la mayoría ve televisión comercial. Con el taller no sólo pretendemos que los niños conozcan como se realiza, produce y transmite un programa televisivo, sino también crear en ellos una cultura crítica y analítica para que entiendan lo que ven en el televisor.<sup>167</sup>

---

<sup>166</sup> El CETE se crea en 1991 con apoyo de la agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y la asesoría técnica de los expertos de la televisión pública japonesa Nippon Hoso Kyokay (NHK). Perteneció a la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) y es el área de la Secretaría de Educación Pública de México (SEP) donde se forma, capacita y actualiza a los profesionales vinculados con los medios audiovisuales; a quienes se desempeñan directamente en la producción de televisión, video, radio y nuevas tecnologías de la información; a los involucrados en la documentación y difusión del audiovisual, y a aquellos que llevan a cabo actividades de comunicación educativa con el apoyo de los medios. Fuente: <http://cete.dgtve.sep.gob.mx>, 10 de diciembre de 2010.

<sup>167</sup> Entrevista con la Lic. Maribel Merida Velarde, Pedagoga y instructora en la parte de concientización en la producción televisiva y los mensajes, en el Programa de Formación Niños a la Tele, 27 de enero de 2011.

Este proyecto se desarrolla siguiendo una estrategia metodológica cuyas orientaciones básicas consisten en:

- Abordar contenidos que promuevan la conciencia de los niños para crear mejores hábitos en salud, prácticas sociales, cuidado ambiental, entre otros.
- Propiciar el conocimiento de la forma en que se instrumenta la producción y realización de los programas de televisión (desde la idea o guión, elementos como iluminación, cámara, equipos de audio, así como edición, dirección, etcétera).
- Reconocer a la televisión como una instancia formadora, que influye decisivamente en el accionar cotidiano de la sociedad.
- Enfatizar las interacciones que se establecen entre niños y niñas, entre éstos y profesionales; donde resulta importante el proceso de vinculación con los adultos encargados de la experiencia. Y la relación niños, niñas y profesor o profesora responsable del grupo, en donde se engarza la extensión de la experiencia con la institución de la que provienen (Cfr. Lizarazo, Diego: Exploración de las representaciones infantiles en torno a la televisión. Reporte de investigación-documento de trabajo, México, CETE).<sup>168</sup>

El Programa de Formación Niños a la Tele concibe a los niños y las niñas como seres activos, siempre en movimiento y capaces de percibir, incorporar y asimilar las formas distintas de ver y crear la televisión.

Hoy día el programa se basa en una visita guiada nombrada “Un día en la tele”, que se dirige principalmente a niños de 3° a 6° de primaria, en el cual se trabajan con grupos de 20 a 30 niños por emisión, las actividades que se desarrollan varían en función del grado escolar, y su duración total es de 2 horas.

El equipo de trabajo está integrado por técnicos y profesionales de la educación y la comunicación preparados para diseñar actividades didácticas, y conducir a los grupos. Además cuentan con el conocimiento de los procesos, recursos y herramientas de la televisión, para hacer posible el proyecto.

El proyecto cuenta con dos líneas de formación:

- La primera se llama *Ver para aprender*, dirigida a niños de educación básica (primaria y secundaria), aunque también pueden participar jóvenes y grupos heterogéneos de la comunidad tanto escolar como extraescolar. Cuenta con talleres que propician espacios lúdicos orientados al conocimiento, el análisis y la expresión creativa de la televisión.
- La segunda línea se llama *Ver para enseñar*, dirigida a profesores. Está conformada principalmente por el seminario de formación de orientadores audiovisuales, que tienen como objetivo capacitar a los docentes en el uso educativo del audiovisual dentro y fuera del aula.<sup>169</sup>

---

<sup>168</sup> Fuente: <http://cete.dgtve.sep.gob.mx>, 11 de diciembre de 2010.

<sup>169</sup> Ídem.

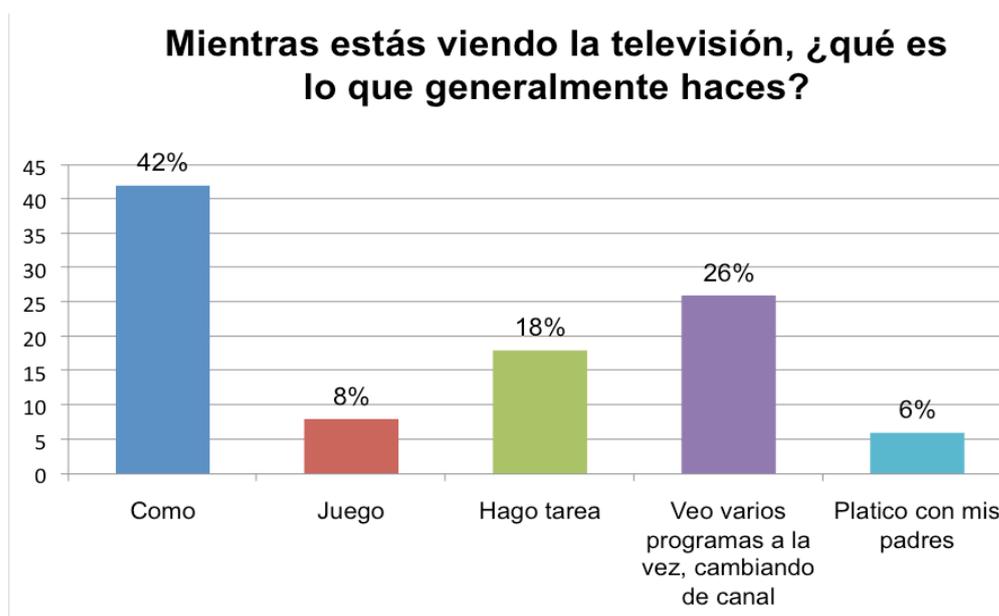
El objetivo de estas dos líneas de formación es buscar que los niños se familiaricen, comprendan y usen los distintos recursos y soportes técnicos de la producción televisiva. También busca que los profesores se conviertan en orientadores audiovisuales, para que puedan usar la televisión como herramienta para la enseñanza.

A continuación haré una breve descripción de las actividades que se realizan dentro del taller:

Al inicio del recorrido el niño conoce y diferencia los roles y funciones de las personas que trabajan en televisión (iluminador, actor, camarógrafo, post-productor, utilero, editor, diseñador de vestuario, director, maquillista, escenógrafo, productor, jefe de piso, guionista, musicalizador) mediante el uso de materiales didácticos, como el memorama. Posteriormente a los niños se les proyecta un video y se les cuestiona acerca del mismo, con la finalidad de que ellos mismo se den cuenta de su capacidad para comprender los mensajes televisivos.

Y es que en muchas ocasiones los niños no prestan la suficiente atención a lo que ven por estar realizando otra actividad, como lo demostró la encuesta que apliqué a niños de la escuela Juventino Rosas:

GRÁFICO 25



Después a través de una proyección se les enseña el equipo electrónico con el que trabajan en televisión como: cámara portátil, cámara de estudio, consola de audio, micrófono de mano, micrófono de corbata, micrófono de diadema, micrófono ambiental, consola de iluminación, lámpara, filtro de color, consola de video, teleprompter, con la finalidad de que se vayan familiarizando con el equipo y cuando visiten el estudio sepan que es lo están manejando. En cuanto termina la proyección se les realiza un interrogatorio entorno a lo que vieron para reforzar la información y resolver posibles dudas.

En seguida visitan el estudio de grabación, donde manejan los equipos y asumen los diferentes roles como parte de un staff de trabajo, grabando así su propio programa de televisión.

Y por último se les proyecta la grabación que realizaron y se refuerzan los conocimientos adquiridos a través de un maratón nombrado “La gran carrera de la tele”, donde se les realizan preguntas con respuesta opcional de todo aquello que vieron durante la visita.

Tuve la oportunidad de participar en el taller y noté que los niños no sólo se divierten, sino que adquieren conocimientos que les permiten crear una percepción más real de lo que es el medio. A 12 años de que se inauguró el taller, los niños se siguen asombrando al ver el equipo profesional con el que cuentan y más aún cuando lo operan.

“Nosotros tratamos de formar una cultura infantil televisiva, y apostamos porque existan más talleres como el nuestro, es por eso que el programa de formación no se queda en “Un día en la tele”, sino que tenemos radio novela educativa, taller de guión infantil, talleres para profesores que acercan a los docentes a que conozcan la televisión y que la utilicen como herramienta”.<sup>170</sup>

Gran parte de los conocimientos de las nuevas generaciones no provienen de la observación directa de la realidad sino de lo que miran en la televisión, por ello sería bueno que la escuela incorporara a este medio para la enseñanza, siempre y cuando el docente cuente con los conocimientos en el uso y manejo del medio televisivo.<sup>171</sup>

No se puede negar que actualmente, la televisión, la radio, las revistas, el Internet, etc. son fuentes de educación informal que definitivamente influyen en los valores, actitudes y acciones de los niños. Por ello, los educadores deben informarse más sobre cómo los mensajes de los medios afectan negativa o positivamente a sus educandos. En sus aulas, los profesores pueden fomentar el análisis de los contenidos de los medios y preparar a los alumnos como receptores críticos y selectivos de los mensajes. Es necesario que en los programas de la educación formal se integre el tema de la alfabetización para los medios.

El taller a viajado a diferentes espacios fuera de la institución y sea presentado en ferias del libro y en cursos de verano de otras dependencias, con el objetivo de que los niños conozcan cómo se hace la televisión educativa y que en algún momento ellos puedan realizar reportajes o materiales educativos.

Quienes trabajan en el proyecto mencionaron que difícilmente se pueden crear espacios en televisión comercial para programas educativos dirigidos a aquellos niños que se encuentran en etapas formativas, debido a que los programas no generan una remuneración económica.

Además consideran que si los espectadores siguen actuando como críticos pasivos de los mensajes televisivos y no demandan y aprenden a ver buena televisión, quienes se encargan de realizar y producir los programas de televisión seguirán optando por transmitir programas carentes de valores y con violencia.

---

<sup>170</sup> Entrevista con el Lic. Ricardo Ortiz Trejo, *Coordinador del Programa de Formación de Niños a la Tele* de la dirección General de Televisión Educativo, 27 de abril de 2011.

<sup>171</sup> Entrevista con Griselda Silva Sojo, *Maestra de la Escuela “Expropiación Petrolera”*, 27 de abril de 2011.

El Lic. Ricardo Ortiz mencionó que cada institución social produce sentidos y significados, que constituyen una mediación en el proceso de la recepción televisiva. Por ello para que existan espectadores críticos se debe partir desde la mentalidad como profesionistas de qué es lo que estamos haciendo y para qué, que desde temprana edad los niños empiecen a percibir esta directriz crítica de la televisión, que los docentes asimilen esa parte de la televisión y la utilicen como herramienta de apoyo para el aprendizaje y lo más importante que los padres de familia en lo posible no dejen solos a sus hijos mirar televisión.<sup>172</sup>

El taller es una buena opción para que los niños aprendan a ver, entender y comprender los mensajes de la televisión, para que posteriormente sean capaces de crear y modificar la tele para cuestiones educativas.

El Programa de Formación Niños a la Tele es un programa que promueve y fomenta una actitud crítica y reflexiva ante el proceso de creación, transmisión y recepción televisiva a la vez que facilita equipo humano, técnico y creativo para la construcción de una cultura infantil televisiva.

La programación de los diversos canales televisivos de la Dirección General de Televisión Educativa y su área de formación que es el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa, desarrollan un trabajo tendiente a construir la televisión social mexicana. El camino es todavía largo y el mayor de los retos que Televisión Educativa enfrenta es hacer programas que sean críticos, que aborden temas que preocupan a nuestra sociedad, y a la vez sean atractivos para las audiencias, productos que puedan apelar a públicos potenciales que no sigan las pautas clásicas de la TV existente en México.

---

<sup>172</sup> Entrevista con el Lic. Ricardo Ortiz Trejo, *Coordinador del Programa de Formación de Niños a la Tele* de la dirección General de Televisión Educativa, 27 de abril de 2011.

### 3.3 Asociación “A Favor de lo Mejor”

Se eligió a la *Asociación A Favor de lo Mejor, A.C.* por ser una institución representativa de un amplio sector que busca elevar la calidad de los medios de comunicación, a favor de la sociedad y en especial para aquellos públicos vulnerables e influenciables como lo son los niños y los jóvenes (quienes se encuentran todavía en etapas formativas tanto de su personalidad como a nivel intelectual y emocional) y las familias. Además por los monitores que llevan acabo, ya que aportan datos relevantes que enriquecen la investigación.

En marzo de 1997, a través de un movimiento social bajo el lema “Unidos podemos hacer mucho”, un amplio grupo de mexicanos, entre ellos padres de familia, académicos y docentes, miembros de diversas organizaciones civiles y religiosas, así como empresarios, idearon e implementaron una campaña de firmas llamada: “En los medios: a Favor de lo Mejor”, con la que se pretendía conocer la opinión de otros mexicanos en torno a la calidad de los contenidos de los medios, y al mismo tiempo, hacer un llamado social a la mejora de los mismos.

Como sabemos los medios en su afán por llegar a la audiencia, y en su búsqueda de la rentabilidad, descuidan gravemente la calidad de los contenidos y los mensajes que transmiten a la sociedad mexicana, olvidando su función social que les consigna la ley mexicana en la que deben no sólo proporcionar un sano entretenimiento, sino también educación y valores, así como contribuir a una mejor cultura de paz, de tolerancia y de libertad.

Es así como este grupo de personas, deciden unirse y organizarse, para entablar un diálogo con los medios, y hacerles un llamado a que revaloricen sus contenidos a favor de mensajes más responsables que promovieran el desarrollo tanto humano, como cultural de los receptores.

A esta movilización social se sumaron 2,400 organizaciones civiles y 70,000 voluntarios preparados que condujeron la campaña con una visión constructiva y objetiva, quienes salieron a las calles, escuelas o centros comerciales a recolectar firmas y a conocer la opinión de la población.<sup>173</sup>

En la encuesta que realizaron al preguntarles a los ciudadanos, ¿qué les preocupaba más de los contenidos de los medios de comunicación?, estas situaciones fueron las más mencionadas:

- La transmisión creciente de violencia a través de los medios; violencia de la que en muchas ocasiones los medios hacían alabanza.
- La superficialidad e irresponsabilidad con la que se presentaban y trataban temas de conducta sexual, y en este sentido, la clara promoción de desórdenes sexuales (hábitos y acciones patológicas en la sexualidad humana) presentándolos como naturales, e incluso como conductas aspiracionales. De esto, les preocupaba más aún el que estos temas se transmitían en horario para todo público, al que están permanentemente expuestos los niños.
- El menosprecio de la familia, y de los valores humanos fundamentales, mismos que son aprendidos esencialmente dentro del núcleo familiar.

---

<sup>173</sup> Fuente: [http://www.afavordelomejor.org/This\\_campfirmas.html](http://www.afavordelomejor.org/This_campfirmas.html), 26 de diciembre de 2010.

- La creciente vulgaridad, el uso de lenguaje obsceno o degradante, el desprecio a nuestras tradiciones básicas, entre otras.<sup>174</sup>

Cuatro y medio millones de mexicanos manifestaron con su firma su preocupación por los mensajes destructivos que se emitían a través de muchos medios, así como su interés por mejorar dichos contenidos. También expresaron su inquietud por los efectos negativos que estos mensajes pudieran tener en la formación de niños, adolescentes y familias.

Era la primera vez que la sociedad mexicana analizaba el impacto y la calidad de los contenidos de los medios de comunicación, que tan positivas o negativas eran las aportaciones de éstos, no sólo a sus vidas cotidianas sino al desarrollo del país. La Campaña de Firmas fue un éxito y tuvo una gran resonancia entre los dueños y colaboradores de los medios, los sectores gubernamentales, y la prensa nacional.

Conscientes de la importancia de continuar la labor que habían iniciado, más de 200 organizaciones civiles y participantes de la Campaña de Firmas, se reunieron nuevamente para meditar sobre el futuro del movimiento social que se había iniciado. Durante varias semanas pensaron y dialogaron para encontrar la forma más factible para continuar con el movimiento.

Así fue como en consenso, decidieron institucionalizar el movimiento y nace la asociación *A Favor de lo Mejor, A.C.*, que trabajara en lo subsecuente para promover la participación crítica y la creación de contenidos con valor humano, cultural y educativo en los medios de comunicación.<sup>175</sup>

El movimiento confirmó que la sociedad mexicana tenía interés por mejorar los contenidos de los medios de comunicación e hizo evidente que era posible elevar la calidad de estos contenidos, si los medios entendían y apoyaban las necesidades expresadas por los receptores:

- Evitar la promoción de la violencia
- El desorden sexual
- Y valorar el concepto de la familia

Con respecto a la violencia *A Favor de lo Mejor* menciona que a través de 14 años de realizar monitoreos diarios de la programación televisiva en México, ha comprobado que con gran frecuencia, contenidos altamente violentos son transmitidos dentro del horario establecido por la Ley como “Apto” para todo Público, en el cual mayoritariamente están presentes niños y adolescentes.

Por ello ha buscado que creativos, guionistas, productores y demás profesionales de la comunicación, ofrezcan al público un entretenimiento sano y constructivo, donde se desarrollen mensajes con valores humanos, en beneficio, principalmente, de niños y jóvenes.<sup>176</sup>

---

<sup>174</sup> *Ídem.*

<sup>175</sup> *Ídem.*

<sup>176</sup> Fuente: <http://www.afavordelomejor.org/2mision.html>, 26 de diciembre de 2010.

Respecto al tema de la sexualidad, los medios lo han utilizado para lograr fines comerciales, suscitar el morbo e incrementar el nivel de audiencia, aprovechando principalmente, la curiosidad e ignorancia de niños y adolescentes, lo cual no sólo no es natural, sino también es antiético. Muchos medios lo abordan con ligereza e irresponsabilidad y están muy lejos de transmitir información veraz y objetiva en torno al tema de la sexualidad humana.

En contraposición a la promoción del desorden sexual, la asociación busca que los profesionales de los medios tomen conciencia de los patrones de conducta sexual que están promoviendo, y del alcance e influencia de sus mensajes. Asimismo, fomenta en los escritores, creadores y productores que el tratamiento de la sexualidad humana o la transmisión de información al respecto se realice con total seriedad y respeto a sus públicos o lectores, y procure enaltecer los valores que la acompañan.<sup>177</sup>

Y por último el concepto de la familia. En los últimos años se ha incrementado el “reality show”, cuyo fin es el de incitar el morbo del televidente y mostrar familias desintegradas, cuyos miembros, han transgredido los niveles del respeto y buscan agredirse física y verbalmente. Lamentablemente estos programas no presentan a aquellas familias que aún con desacuerdos y desavenencias naturales a la convivencia logran el entendimiento con base en el respeto, el diálogo, el amor y la comprensión.

Debido a esta situación de menosprecio al concepto de la familia y de sus valores fundamentales, *A Favor de lo Mejor*, promueve que los medios presenten más ejemplos de familias estables e integradas que luchan, trabajan, son solidarias y superan sus dificultades, como sucede en las familias de muchos mexicanos.<sup>178</sup>

El enorme alcance e influencia de los medios en las sociedades hoy día es incuestionable. Por ello la asociación *A Favor de la Mejor* sea encargado de crear una nueva cultura de la comunicación en la que los medios sean utilizados, prioritariamente, para el beneficio y desarrollo emocional, cultural y educativo del hombre. En el que los contenidos y mensajes que se transmiten a través de ellos entretengan sanamente, informen de forma veraz al público y muestren valores y lo mejor de nuestras tradiciones y costumbres.

Actualmente algunos medios, exponen contenidos que promueven antivalores, vicios y adicciones, así como una vulgaridad visual o a través del lenguaje. Estos contenidos en conjunto, pueden impactar negativamente a los jóvenes, poniendo a prueba constantemente sus principios, y presionándolos fuertemente para que actúen de forma incorrecta.

Aunque los medios y quienes los manejan no son los únicos responsables de estos efectos, también es responsabilidad de la sociedad proteger a este público de los mensajes que los medios les transmiten y que pueden afectar su sano desarrollo.

*A Favor de lo Mejor* pugna porque se eleve y enriquezca la comunicación verbal y gráfica en los contenidos de los medios de comunicación, principalmente en medios

---

<sup>177</sup> *Ídem.*

<sup>178</sup> *Ídem.*

como la televisión, videojuegos, cine e Internet. El esfuerzo más importante de la asociación, es promover programas, materiales, formatos entretenidos y constructivos, que inspiren al hombre, y sean ejemplos positivos para los jóvenes en formación. Por ello, convoca a guionistas, creativos, escritores para que realicen un trabajo conjunto y ofrezcan alternativas de una mejor comunicación mediática.<sup>179</sup>

También están interesados en formar receptores críticos, poco manipulables, que puedan seleccionar lo que ven, oyen y leen, y que tengan un mayor conocimiento de las tecnologías y el lenguaje de los medios, ya que los efectos negativos de los contenidos de los medios se ven minimizados en este tipo de espectadores. Su intención es que demanden a los medios contenidos útiles para sus vidas y sus necesidades de entretenimiento y que entiendan que sus mensajes en muchos casos atienden intereses particulares.

Receptor pasivo	Receptor crítico
Emoción	Se emociona, pero cuestiona y analiza
Diversión	Disfruta lo bueno, bello y rechaza lo malo y desagradable
Forma parte de la “masa”	Tiene personalidad gustos y valores propios y actúa conforme a ellos
No ejerce la facultad de elección	Selecciona lo que ve, escucha y lee
“Admira” la tecnología	Aprovecha y usa la tecnología para su beneficio
Alguien que sólo contempla y se indigna ante algunos contenidos pero se cruza de brazos y deja que otros decidan.	Es quien participa y decide lo que le gusta y no le gusta de lo que recibe de los medios de comunicación, pues sabe que al ser consumidor tiene, responsabilidad, derecho y obligación de expresarse.
Es alguien incapaz de emitir una opinión y resignado cree que lo que recibe de los medios es responsabilidad de otros.	Es el que hace la diferencia, no se queda callado, sabe que su papel es insustituible para lograr que se reduzcan los contenidos de calidad.
Es alguien que piensa que está solo contra el mundo y como un simple usuario más, al expresarse nadie le haría caso.	Es quien aprovecha el contenido de los medios como una oportunidad para formar y dialogar con los que le rodea.
Es un padre de familia que se conformaría con apagar el televisor o la computadora a sus hijos sin explicarles por qué ni dialogar con ellos.	Sabe que no puede ni debe quedarse al margen pues los contenidos nocivos afectan directa o indirectamente al sano desarrollo del país, de sus hijos, de su familia, y de él mismo.

Fuente: Folleto interno de la Asociación a Favor de lo Mejor, *la nueva era... “Era de la comunicación”*, México, 2008, pág. 20

<sup>179</sup> *Ídem.*

“Se supone que durante los primeros grados escolares, el tiempo que un niño dedica a ver televisión es de dos horas al día; a partir de ahí aumenta hasta alcanzar un máximo de tres a cuatro horas al llegar a sexto año de primaria y baja lentamente este promedio durante los primeros años de bachillerato”.<sup>180</sup>

De acuerdo a investigaciones realizadas por la asociación, los niños están frente a la televisión un promedio de 25 hrs. a la semana, mientras que los adolescentes tienen un promedio de exposición de 20 hrs. semanales. La gran mayoría de los menores de edad observan la televisión sin ninguna supervisión. Y los niños aprenden más de la televisión que de lo que aprenden en la escuela.

Limitar el tiempo que los niños ven televisión es bueno, pero es más efectivo enseñarles a tener una actitud crítica frente a lo que ven, oyen y leen. Es claro que la acción prioritaria que deben desempeñar los padres de familia es mejorar sus propios hábitos y formar a sus hijos para que sepan usar su criterio, mejorando así sus hábitos de uso de los medios.

Los niños en edad escolar se encuentran en el paraíso de la televisión, pues son los más enganchados con la programación televisiva. Esta es una buena edad para iniciar hábitos sanos en el uso de los medios de comunicación. Los niños de esta edad están deseosos de conocer el mundo y abiertos a asumir sus normas. Esta combinación de intereses es una excelente oportunidad para hablarles de los medios y de las alternativas para evitarlos. Incluso es conveniente incluir sus propuestas de solución pues esto refuerza la convicción y el compromiso en ellos. De cualquier manera, no importa que tanta televisión vean los niños, ellos deben aprender cómo verla.<sup>181</sup>

La mayoría de los mensajes que transmite la televisión están dirigidos a adultos y muchos de los programas que anteriormente eran para adultos ahora se transmiten en los horarios en que los niños están frente al televisor. Existen algunos programas educativos para los niños que proporcionan entretenimiento en forma creativa, pero lo más común es encontrar programación violenta y publicitaria, con lenguaje e imágenes que son demasiada sofisticadas para su capacidad de asimilación.

*A Favor de lo Mejor* cuenta con el primer observatorio social sobre la calidad de los contenidos de los medios, que desde 1998 ha realizado importantes trabajos de monitoreo<sup>182</sup> de televisión, cine y videojuegos. La información que proporciona sirve como referente para incentivar la reflexión y participación del público, ofrecerles un espacio de expresión, así como la promoción de productos de calidad en los diferentes medios de comunicación.

---

<sup>180</sup> Guiza Magaña Josefina, et. al., *Niños a la Tele, Formación para orientadores audiovisuales*, México, DGTVE, CETE, SEP, 2000, pág. 15.

<sup>181</sup> Entrevista con la Lic. Trejo Gabriela Delgado Flores, *Directora de comunicación y expansión de la Asociación A Favor de lo Mejor*, 17 de enero de 2011.

<sup>182</sup> El monitoreo es la revisión continua de los contenidos que se transmiten en televisión, cine, videojuegos, y algunos sitios de Internet y tiene como objetivo, ofrecer información oportuna, objetiva, suficientemente amplia y detallada, de una manera eficaz y con un alto nivel de precisión, acerca del contenido de programas, películas, videojuegos y sitios de Internet, mediante un procedimiento de monitoreo que nos permite identificar las variables que inciden en la calidad de las transmisiones. Fuente: <http://www.observamedios.com>, 27 de diciembre de 2010.

El objetivo del *Observatorio de Medios de Comunicación* es dar a conocer a la sociedad información permanente sobre el contenido de los medios y generar un Informe anual que contenga los índices de calidad de los diversos medios de comunicación.<sup>183</sup>

Este informe anual es denominado: *Informe de Calidad de los Contenidos de los Medios*, que sirve a todos los involucrados en el proceso de la comunicación: concesionarios, creativos, productores, anunciantes, autoridades, educadores y el propio público para que juntos participen en reflexiones y acciones coordinadas para su mejoramiento.

Para lograr este informe se monitorea, graba, describe y analiza la programación transmitida a través de los espacios públicos de televisión abierta en todos sus canales, tomando en cuenta el género, horario, el público al que está dirigido y la presencia de las variables críticas de calidad desde la perspectiva de los receptores. Todo esto gracias a la ayuda de un numeroso equipo de 120 monitores especializados en análisis de contenido y la revisión detallada de un grupo de especialistas.

Además del monitoreo, se realiza una encuesta anual a través de la cual el público expresa su opinión sobre los contenidos de la radio y la televisión. Con el fin de que la asociación analice cómo reciben los mensajes y sobre todo, si están satisfechos con la calidad que perciben en esos mensajes que se transmiten en la actualidad.

*A Favor de lo Mejor* junto a universidades destacadas del país, llevan acabo este estudio estadístico sobre la calidad percibida por el público a nivel nacional, y jóvenes universitarios son los encargados de aplicar esta encuesta.

Su metodología es la siguiente<sup>184</sup>:

<b>Tipo de estudio</b>	<b>Cuantitativo</b>
Tipo de encuesta	Cuestionario Cara a Cara. (El cuestionario está diseñado con base en variables de calidad de reconocimiento general que incluyen los distintos medios de comunicación).
Tipo de estudio	Cuantitativo
Público a encuestar	Niños, jóvenes, adultos, adultos mayores de ambos sexos, de distintos estratos sociales y representativos del territorio nacional.
Selección de la muestra	Selección aleatoria en cada área de la República Mexicana.
Tamaño de la muestra	2750 encuestas
Margen de Error	2.05% al 95% de confianza estadística.
Período de levantamiento	Anualmente

<sup>183</sup> Fuente: <http://www.observamedios.com>, 27 de diciembre de 2010.

<sup>184</sup> *Ídem*.

La asociación considera la siguiente definición de Calidad:

“Valor intrínseco y percibido que alcanzan los contenidos de los medios de comunicación, al cumplir su función de contribuir al fortalecimiento de una mejor sociedad, a la elevación de la cultura, al desarrollo armónico de la niñez, a preservar las tradiciones y la identidad nacional, y a afirmar los vínculos familiares, los principios y valores universales y la dignidad humana”<sup>185</sup>.

Cuando hablan de contenido se refieren al material tanto visual como sonoro que tiene una producción de radio, televisión, Internet, Videojuegos, películas y publicaciones.

Francisco González Garza Presidente de la Asociación *A favor de lo Mejor*, afirmó que “Los malos contenidos deben ser ignorados hasta que desaparezcan y explicó que la estrategia seguida por su asociación para mejorar la oferta televisa es fundamentalmente premiar los buenos programas y darles publicidad”<sup>186</sup>.

De acuerdo con los datos arrojados por los Informes de Calidad desde el 2004 al 2010:

El consumo diario por rango de Edad<sup>187</sup>:

55 años o más	05:08 horas
de 45 a 54 años	04:40 horas
de 30 a 44 años	04:27 horas
de 19 a 29 años	04:22 horas
de 13 a 18 años	04:04 horas
de 4 a 12 años	04:11 horas

Consumo diario por NSE\*:

DE	04:43 horas
D+	04:30 horas
C	04:27 horas
ABC+	04:03 horas

En nuestro país existen alrededor de 223 programas diariamente, por citar algunos géneros: entretenimiento, chismes, revistas, cultura y educación\*, deportes, infantiles\*\*, noticieros nota roja, opinión, películas, reality y talk show, series, telenovelas, noticias, RTC, ventas, entre otros.

<sup>185</sup> Documento interno de la Asociación A Favor de lo Mejor, 3er. Informe de Calidad de los Contenidos de los Medios, México, s.e., 2006, 2007 y 2008, pág. 5.

<sup>186</sup> Folleto interno de la Asociación A Favor de lo Mejor, México, 2009, pág. 2.

<sup>187</sup> Documento interno de la Asociación A Favor de lo Mejor, 3er. Informe de Calidad de los Contenidos de los Medios, México, s.e., 2006, 2007 y 2008, pág. 11.

\* Nivel socioeconómico, en México el segmento A/B se refiere a las personas con mayor ingreso, al segmento C+, C a la clase media y el segmento E y D se refiere a la población con menor ingreso.

\* La mayor aportación es por parte del Canal 11 y Canal 22.

\*\* La mayor aportación es por parte de Canal 5 y Canal 11.

La programación independientemente de su calidad, se encuentra dirigida en su mayoría al público en general, pero destacaban aquellos programas para adultos, mientras que para los jóvenes, adolescentes y niños la programación se vuelve cada vez más escasa en televisión abierta.

Año	Programación para jóvenes	Programación para adolescentes	Programación infantil
2004	16.66%	4.76%	12.44%
2005	4.7%	2.7%	9.2%
2006	4.7%	2.7%	9.2%
2007	4.7%	1.66%	7.60%
2008	3.59%	1.66%	7.60%
2009	2%	2%	7%
2010	2%	2%	7%

Fuente: Documento interno de la Asociación A Favor de lo Mejor, 1er, 2do, 3er, y 4to., Informe de Calidad de los Contenidos de los Medios.

A partir del concepto de calidad antes mencionado, la Asociación a Favor de lo Mejor analiza los contenidos en su contexto, considerando el horario de transmisión y el efecto expresado por el público. De acuerdo al análisis que realizó la asociación del 2004 al 2010, los canales de televisión que poseen una programación con un alto contenido de calidad son: Canal 11, 22 y 40. Mismos que aportan un contenido educativo y cultural.

Lamentablemente la mayoría del público prefiriere sintonizar la televisión comercial Televisa (Canal 2 y 5) y TV Azteca (Canal 13 y 7), cuya programación se enfoca a telenovelas, talk show, crítica artística, reality shows, series, cómicos, caricaturas y noticieros. Que aportan altos contenidos violentos, sexuales y vulgaridad, donde la ausencia de cultura, educación y valores es evidente. Por desgracia, los pocos programas de calidad que llegan a transmitir están colocados en horarios de baja audiencia.

La vulgaridad en la conducta y en el lenguaje, la distorsión en la sexualidad humana, violencia, vicios y adicciones y el desprestigio de los valores familiares son mensajes que pueden llegar a afectar la conducta del individuo causando:

- Pérdida de la capacidad de asombro
- Aislamiento
- Cansancio
- Agresividad
- Insatisfacción
- Confusión y miedo
- Frustración
- Apatía
- Dispersión
- Visión distorsionada de la sexualidad<sup>188</sup>

<sup>188</sup> Folleto interno de la Asociación A Favor de lo Mejor, *la nueva era... "Era de la comunicación"*, México, 2008, pág. 4.

Los contenidos no siempre contribuyen al progreso y a la dignificación de las personas, quienes si pueden y deben mejorar los medios son los:

- padres de familia
- agencias de publicidad
- autoridades
- medios de comunicación y productores
- educadores
- público en general

*A Favor de lo Mejor*, aboga por que en los medios, el respeto al ser humano esté siempre por encima de intereses económicos y comerciales. Y busca:

- Que los medios de comunicación aumenten la transmisión de contenidos positivos y contribuyan a que el entretenimiento y la información coadyuven al desarrollo y superación de las personas.
- Que se reduzcan de manera importante los contenidos de vulgaridad, indecencia, obscenidad y violencia de los programas y mensajes de televisión, radio, cine, publicaciones y otros medios.
- Que se implemente un proyecto de Recepción Crítica, en las escuelas de educación básica y media.
- Que se impulsen y fomenten las producciones de películas y programas de mayor calidad.
- Que el público aumente su participación en lo positivo y lo negativo de lo que ve, oye y lee a través de los medios dando a conocer su opinión.<sup>189</sup>

A través de los Informes de Calidad de los Contenidos de los Medios, nuevamente confirme la carencia y la necesidad de contar con mayor oferta de programación con calidad para niños y jóvenes sobre todo en medios con mayor audiencia (Televisa y TV Azteca). Asimismo la necesidad de formar espectadores más críticos en edades más tempranas.

---

<sup>189</sup> *Ibidem*, pág. 5.

### 3.4 Empresas privadas

La televisión privada es una empresa con fines lucrativos, es decir, siempre, tienen como objetivo, obtener el máximo beneficio posible de sus producciones. Como se mencionó en el primer capítulo no tienen intenciones educativas o culturales, sino se dirige primordialmente a promover a sus anunciantes y ofrecer entretenimiento de manera masiva. Le habla al consumidor más que al ciudadano.

#### 3.4.1 Los dos grandes consorcios mediáticos: Televisa y TV Azteca

Hablar de Televisa y TV Azteca es hablar de rivales en el plano comercial; aunque afines en muchos sentidos, ambos tienen una filosofía distinta. Mientras TV Azteca se caracteriza por tener un contenido más pobre en programación, Televisa muestra una programación igualmente pobre pero con una mejor calidad en su producción.

En 1993 Emilio Azcárraga Milmo fundador de Televisa, habló en el informe especial *El Financiero* acerca de la misión de su empresa: “México es un país de una clase modesta muy jodida... que no va salir de jodida. Para la Televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil. La clase media, la media baja, la media alta. Los ricos, como yo, no somos clientes, porque los ricos no compramos ni madre. En pocas palabras, nuestro mercado en este país es muy claro: la clase media popular”.<sup>190</sup>

Ese mismo año el Sr. Ricardo Salinas, obtiene la concesión para formar lo que hoy día es TV Azteca. Los objetivos propuestos por el empresario fueron: lograr una empresa de comunicación, sana, optimizada y diversificada con más presencia fresca, diferente, informativa y recreativa. Prometiendo cambiar el contexto de este medio de acuerdo a las necesidades que el país requería con tendencias a la globalización por la transformación de una sociedad real multifacética en lo cultural, político y lingüístico.<sup>191</sup>

Con respecto a la programación, su finalidad era rescatar lo bueno, desechar lo inservible, y lanzarse de lleno a la creación de una nueva imagen de la televisión y conformar la actual, así como respetar al público sin disminuir el entretenimiento, la información o la cultura.

Desafortunadamente la televisora en su ambición por conseguir más audiencia realizó cambios a lo largo de su trayectoria que empañaron aquellos objetivos que Salinas Pliego y todo su equipo querían corregir del monopolio que imperaba en nuestro país, transmitiendo amarillismo, sensacionalismo, ausencia de producciones culturales, demandas legales, etcétera.

TV Azteca le dio al público, a los inversionistas, a los anunciantes y a los creadores de la televisión mexicana más de lo mismo, series, realitys, concursos, novelas, programas de espectáculos, infoshows, talk shows, etcétera. Programas vacíos en contenido y

---

<sup>190</sup> Informe especial *El Financiero*, 3 de abril de 1993, México, pág.3, en Trejo Pereya, J. Alejandro, “La Televisión Mexicana una mirada detrás de las cámaras”, México, ENEP ARAGON, 2000, pág. 59.

<sup>191</sup> *Ibidem*, pág. 64.

calidad, que solo buscan hacer mayor negocio con el menor esfuerzo. No le interesa formar, no le interesa educar.

La pelea por el mercado de telespectadores sigue siendo fuerte. La llamada caja idiota ha cumplido su objetivo en los ciudadanos mexicanos, mantener sumidos en la ignorancia a varias generaciones de los televidentes.

Actualmente la programación de ambas televisoras carecen de programas de tipo educativo y cultural. Cabe aclarar que se hace referencia a dichas empresas dado que son las que gozan de mayor audiencia por parte de la sociedad mexicana, que en su mayoría consumen televisión abierta.

En México viven 21 millones de personas de 10 a 19 años de edad<sup>192</sup>. Quienes transitan por la pre-adolescencia y la adolescencia se enfrentan a los medios de comunicación, como la televisión que les brinda una mezcla de información y entretenimiento que inunda sus mentes y que pocas veces es filtrada antes de que la absorban. La violencia, el sexo, los prejuicios sociales y el lenguaje ofensivo son todo ello producto de los medios de comunicación actualmente.

El poder que poseen los medios de comunicación en quienes han dejado de ser niños pero aún no son adultos, no se puede negar ni ignorar. Los pre-adolescentes buscan inspiración, aceptación y orientación conforme van creciendo y convirtiéndose en adultos. Las celebridades y quienes realizan y producen la televisión poseen la capacidad de influir en sus impresionables mentes, por tanto tienen la responsabilidad moral de impartir mensajes edificantes.

Por desgracia Televisa centra la mayoría de sus contenidos en telenovelas (Canal 2) y en caricaturas (Canal 5), en tanto TV Azteca privilegia en su parrilla telenovelas, noticias y series de chismes (Canal 13), así como programas extranjeros (Canal 7).

En el caso de Televisa, (Canal 2), prevalece la telenovela como columna vertebral de contenidos. En segundo lugar se encuentran los espacios deportivos, después se ubican los segmentos informativos, que incluyen a los noticiarios y a los programas de análisis, como es el caso de Primero Noticias o Noticiero con Joaquín López-Dóriga y series consideradas como telebasura, como son las revistas televisivas y los programas de chismes. Por último se ubican segmentos de entretenimiento dirigidos a jóvenes y adolescentes.

Por lo que respecta a XHGC Canal 5 de Televisa, su programación se enfoca en caricaturas, entre las que se encuentran *Bob Esponja*, *Pocoyo*, *Bugs Bunny*, *Looney Tunes*, *Los Padrinos Mágicos*, *Dora la exploradora*, *El Chavo Animado*, *Dragón Ball Z*, *Pokémon*, entre otros.

En cuanto a series para adolescentes se ubican *Drake y Josh*, *Zoey 101*, *I Carly*, *El Manual de Ned* y programas extranjeros para adultos, como *La Ley y el Orden*, *CSI Miami*, *CSI Las Vegas*, *El Mentalista*, *Está Cañón o Dr. House*, y *Cine cinco*. El resto se divide entre deportes, programas de revistas y una novela infantil.

---

<sup>192</sup> UNICEF-El Estado Mundial de la Infancia 2011, *La adolescencia. Una época de oportunidades*, UNICEF, en [www.unicef.org/devpro/.../SOWC\\_2011\\_Main\\_Report\\_SP\\_02092011.pdf](http://www.unicef.org/devpro/.../SOWC_2011_Main_Report_SP_02092011.pdf) consultado, 25 de febrero de 2011.

En TV Azteca (Canal 13) se ubican en primer lugar las telenovelas, después los segmentos noticiosos, como Hechos AM, Hechos Meridiano, *Hechos noche*, *Hechos sábado* o *Perspectiva 13*.

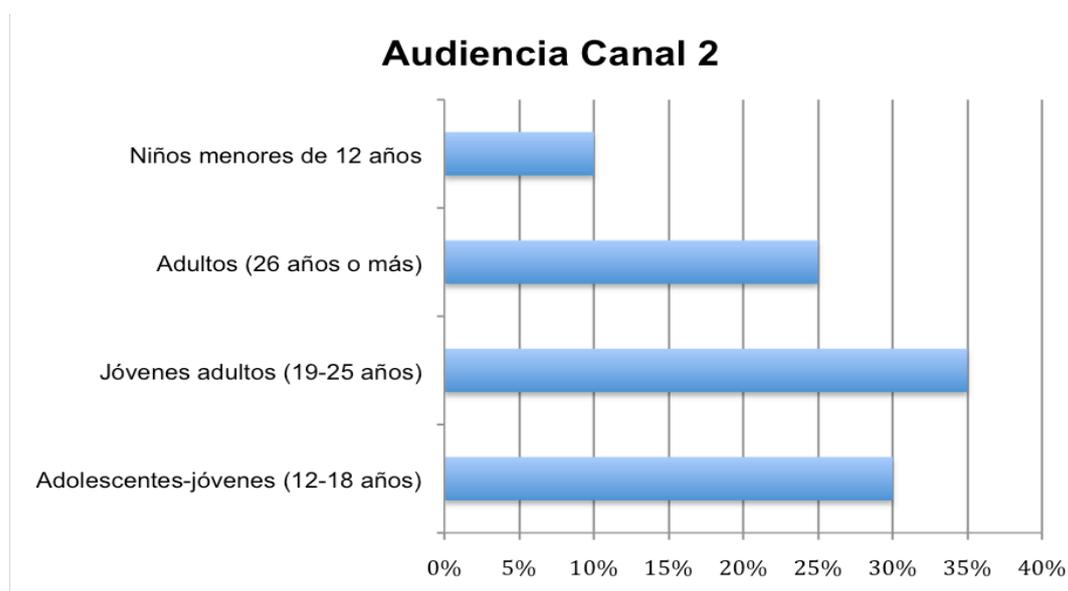
En tercer lugar se ubican programas de revistas, la barra deportiva, los programas de chismes y de opinión. En escala descendente la barra de programación se divide en series para adolescentes, segmentos de videos, programas para adultos, reallity shows, películas y producciones para niños.

En Canal 7 de TV Azteca sobresalen programas para adolescentes, como es el caso de *Hannah Montana*, *Phineas and Ferb*, *Los Hechiceros*, *Los sustitutos*, *Kid vs Kat*, *Pucca*, *Todos odian a Criss* o *La Niñera*. Noticias y series para adultos se ubican en segundo lugar, en este último caso se incluyen programas como *Almas Perdidas*, *Los Simpson*, *CSI: Newyork* o *Mentes Criminales*.

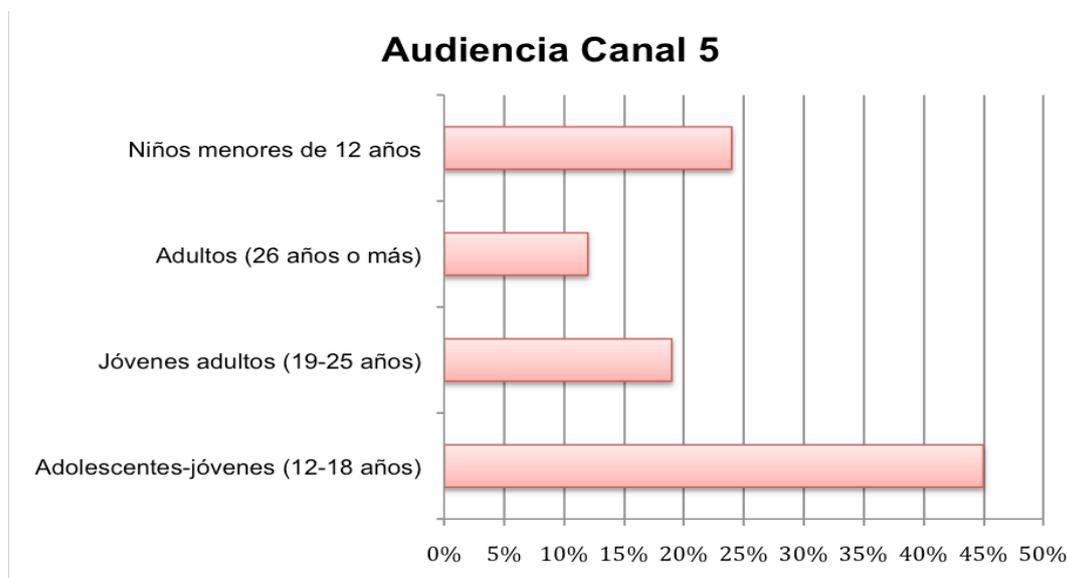
La programación de Azteca 7 presenta diversidad de géneros: películas, caricaturas y series infantiles, y en menor frecuencia se ubican revistas, programas de concursos, segmentos musicales, deportes e incluso infomerciales matutinos.

Por lo que se refiere a la audiencia, se establece que los cuatro canales comerciales tienen programación dirigida a segmentos específicos de la población de acuerdo a sus contenidos, pero no existe el mismo equilibrio entre los diferentes tipos de audiencia.

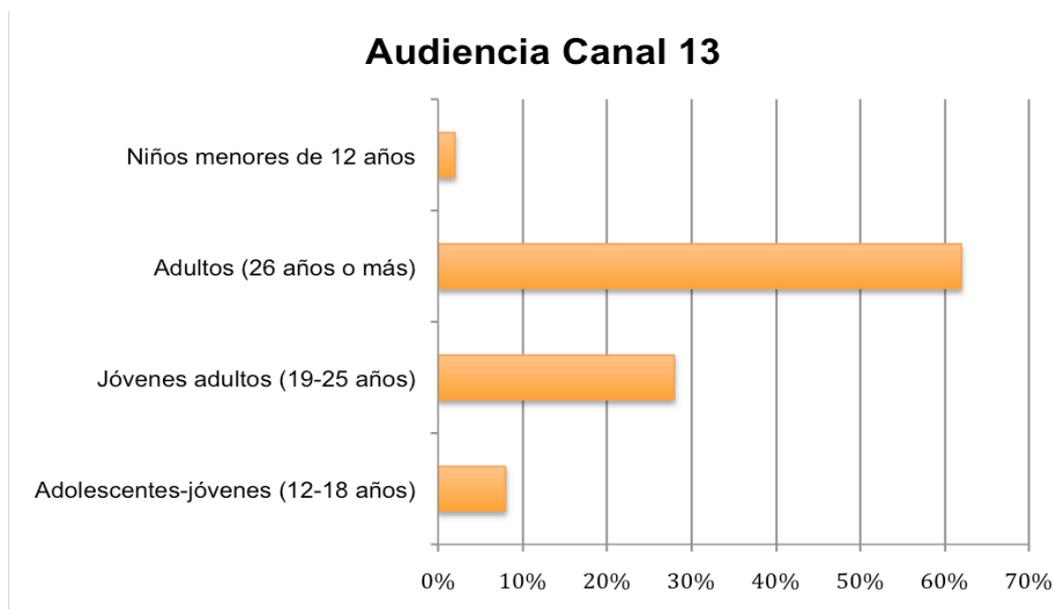
En Canal 2 de Televisa el 35% de los programas están dirigidos a jóvenes adultos de 19 a 25 años, el 30% es para adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años, el 25% para adultos de 26 años o más y el 10% para niños menores de 12 años.



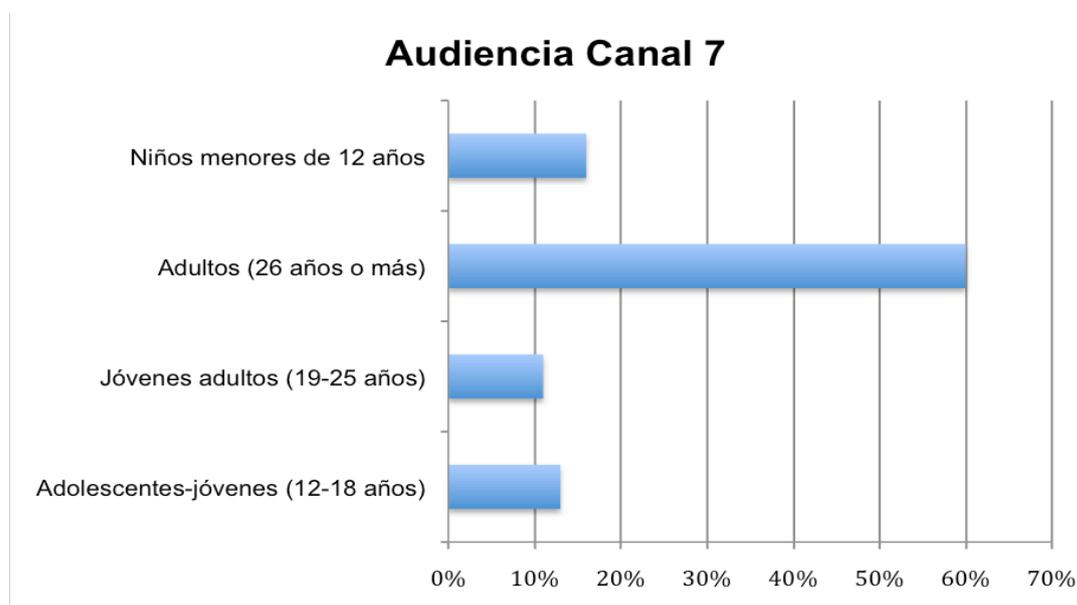
De Canal 5 el 45% de las series y producciones están dirigidas a grupos de adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años de edad, el 24% a niños menores de 12 años, el 19% para jóvenes de 19 a 25 años y el 12% para adultos mayores de 26 años.



TV Azteca por su parte a través de Canal 13 mantiene el 62% de su programación dirigida a adultos mayores de 26 años, el 28% para jóvenes de 19 a 25 años, el 8% para adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años, y el 2% a niños menores de 12 años.



En Canal 7 el 60% de las series y segmentos son producidos para personas adultas mayores de 26 años, el 16% para niños menores de 12 años, el 13% para adolescentes de 12 a 18 años y el 11% para jóvenes de 19 a 25 años.



La televisión comercial mexicana mantiene una barra de programación donde predominan contenidos vinculados al espectáculo y la fama: telenovelas, caricaturas, series extranjeras y telebasura (programas de chismes, reality shows y revistas). Dicha programación se transmite con mayor frecuencia por la noche y tarde.

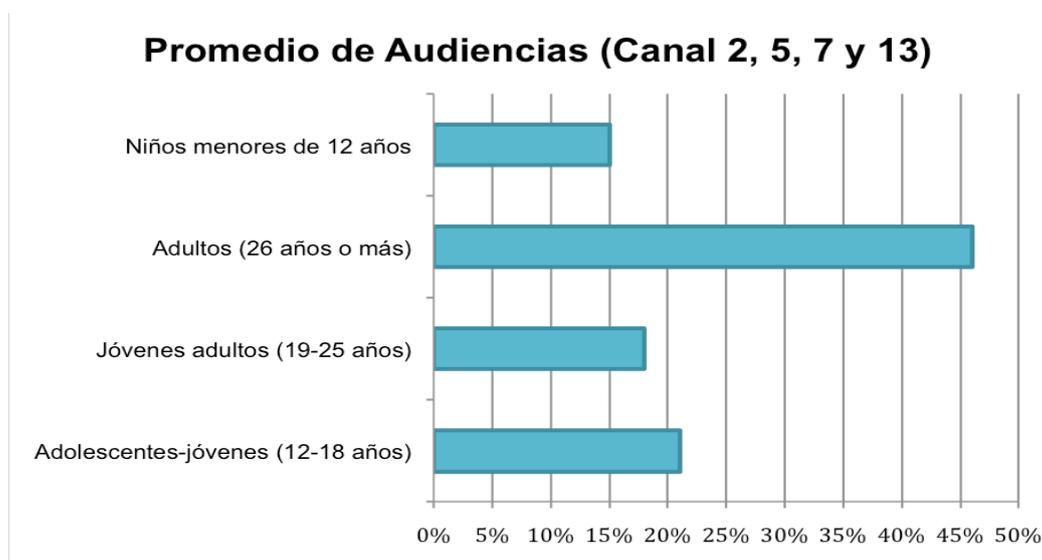
El 21% de la programación de los cuatro canales es destinado a caricaturas, destacando la barra de Canal 5 y en menor medida Canal 7. En tanto el 14.5% de los segmentos son destinados a telenovelas, principalmente en Canal 2 donde este género alcanza el 38% de la producción. Aquí se incluyen series como *Lo que Callamos las Mujeres*, *La Vida es una Canción*, *Como dice el dicho*, *Cada quien su Santo* y *La Rosa de Guadalupe*.

El promedio de los cuatro canales, el 13.5% de los programas son series de entretenimiento para adolescentes y jóvenes, el 12.2% son segmentos de noticias, el 11.4% incluye telebasura (programas de chismes y revistas) y el 9.1% secciones deportivas (juegos, noticias y mesas de análisis). Le siguen con menor frecuencia series para adultos (6.9%), películas (4.5%), series infantiles extranjeras (2.4%), programas de opinión (2.5%), secciones musicales (1.4%) y de competencia (0.6%).

Estos resultados establecen que más del 70% de la programación está centrada en entretenimiento de niños, adolescentes y adultos, y poco más del 12% son segmentos informativos.

Canal 2 y Canal 5 de Televisa, sus productos audiovisuales van enfocados a un mercado de niños, adolescentes y jóvenes; en tanto Canal 7 y 13 de TV Azteca, se centran principalmente en adultos y jóvenes.

En cuanto a la audiencia por edades, el 46% de la programación es para adultos mayores de 26 años, el 21% para adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años, 18% para jóvenes de 19 a 25 años, y el 15% para menores de 12 años.



Se puede establecer que la función de la televisión comercial se centra en tres aspectos:

- La *audiencia* generada por una programación que abarca todos los segmentos sociales, pero que centra su atención en las clases consumidoras, adultos, jóvenes y niños.
- La *información* generada por los segmentos de noticias y programas de análisis que forman parte del mismo sistema efímero del espectáculo.
- El *entretenimiento* generado por la preferencia de promover el valor del espectáculo (programas de chismes, revistas y musicales), la fama (deportes, películas, telenovelas) y el ocio (caricaturas o series).

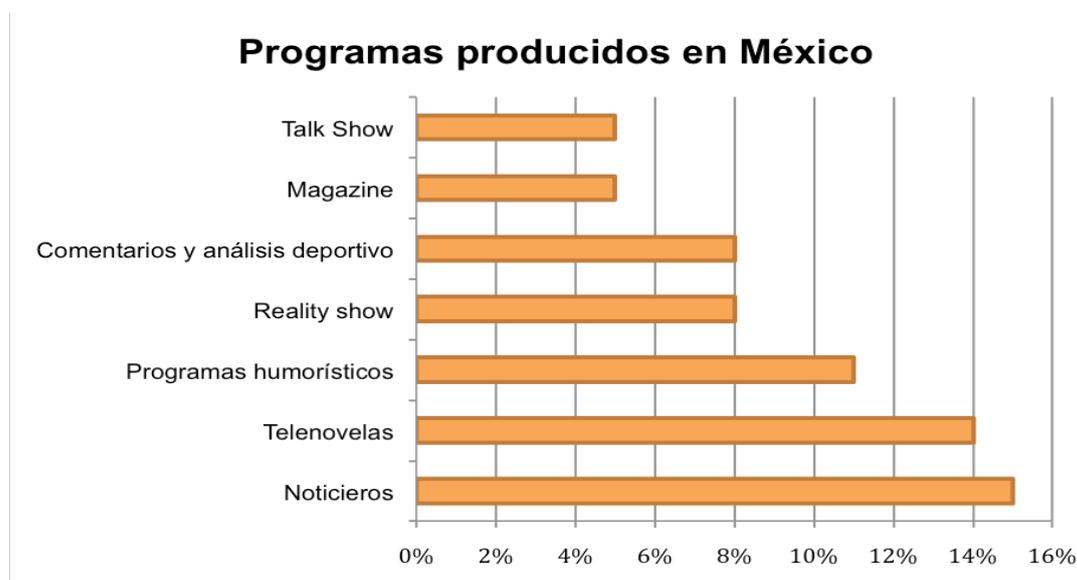
Canal 5, es quien presenta un mayor número de programas de dibujos animados y series infantiles, uno de cada tres programas tiene que ver con dicho género.

Dentro de la programación de televisión abierta también destacan los programas informativos y de ficción que tienen mayor presencia en la pantalla. Estos programas ocupan incluso más tiempo que los infantiles. En el género de ficción encontramos las telenovelas y las películas, dos géneros que gozan una mayor difusión. Las series de aventura, comedia y drama tienen una menor participación en la programación.

Los programas de noticias son el género informativo que más se transmite en la televisión mexicana, otra de las fórmulas utilizadas son las revistas o magazines.

México produce el 54% de los programas que transmite por televisión, y poco más de una tercera parte de los contenidos provienen de los Estados Unidos de Norteamérica. El 61% del tiempo total de transmisión es ocupado por programas originados en México, los E.E.U.U., participan del 29% del tiempo total de programación.

La mayoría de los macrogéneros de origen mexicano tienen que ver con programas informativos, de ficción, Infoshow y de variedades y entretenimiento. De los programas que se producen en México, en particular destacan los siguientes géneros:



Casi la mitad de los programas que han sido realizados en México (45%), son exhibidos durante las noches. Mientras que por las mañanas se transmite el 25% de los mismos y por las tardes, el 30% restante. En el 80% de los casos los programas originados en México son transmitidos entre semana.

Los canales 2 y 13, son quienes transmiten una mayor cantidad de programación originada en México, por su parte el Canal 5 y 7, es quien transmite menos programación originada en México y más series y caricaturas norteamericanas.

Nota: Información proporcionada por el departamento de informática de TV Azteca y Televisa, documento impreso, 15 de noviembre de 2010.

### 3.4.2 Azteca 7

Inició operaciones el 15 de mayo de 1985 con las siglas XHIMT, como la segunda cadena nacional de Imevisión, después de Canal 13. Durante principios de los años 90, el Canal 7 comenzó a tener problemas de señal en la TV abierta, pero este problema fue corregido cuando ocurrió la privatización. En 1991 deja de transmitir programación propia para retransmitir la del Canal 13.

En 1993, Radio televisora del Centro, era un grupo conformado por una alianza entre Ricardo Benjamín Salinas Pliego y Alberto Moisés Saba, quienes participaron en la subasta del paquete de medios de Estado. El 18 de julio de ese mismo año ganaron la subasta, adquiriendo así el paquete de medios que comprendía la Compañía Operadora de Teatros S.A., los Estudios América, y los canales nacionales 7 y 13. Ambos canales son privatizados e inician transmisiones el 2 de agosto de ese mismo año.

A partir de ese entonces, Canal 7 adopta un perfil juvenil al transmitir eventos deportivos, series y películas de gran renombre. A la par de su programación, también su logotipo ha sufrido distintas modificaciones. Actualmente se le conoce como “Azteca 7”, y su slogan es “te damos de que hablar”.

Es uno de los canales más populares de televisión abierta en México, en este canal uno puede encontrar una variedad de programación como: películas todos los días por las tardes, muchas series de televisión en vivo por la noche y los fines de semana películas y eventos deportivos todo el día.

Azteca 7 recibió grandes audiencias de fanáticos del “Anime”<sup>193</sup> gracias a la masiva transmisión de animación proveniente de Japón, entre las más exitosas se encuentran *Los Caballeros del Zodiaco*, *Sailor Moon*, *Las Aventuras de Fly*, *Candy Candy*, *Mazinger Z*, *Zenki*, *InuYasha*, etcétera. Muchas de estas series fueron transmitidas en un popular bloque infantil llamado “Caritele”, el cual salió del aire en 1998.

Programas provenientes de Estados Unidos tales como *Los Simpson*, *La niñera*, *Alf*, *Los Años Maravillosos*, y *Buffy la caza vampiros* gozaron de un éxito notable.

En el año 2000 este canal sufrió un cambio inesperado al cambiar su programación de manera radical eliminando el “Anime”, como había sucedido en Televisa, esto debido a una medida de presión de grupos católicos y otros moralistas, dos organizaciones fueron las que alegaron contenidos violentos y sexuales dentro de la programación, “Alianza Fuerza Opinión Pública” (AFOP) un grupo católico, y la Asociación “A Favor de lo Mejor, A.C.”<sup>194</sup>, se decidió cambiar para conservar a los anunciantes que en su mayoría pertenecen a ligas de empresarios católicos, una de las mayores empresas que forzaron

---

<sup>193</sup> Anime: es el término que identifica a los dibujos animados de procedencia japonesa. Esta dirigido a todos los públicos, desde niños, adolescentes y adultos, y pueden hacer frente a los sujetos, temas y géneros tan diversos como el amor, aventura, acción, ciencia ficción, los cuentos infantiles, literatura, deporte, fantasía, erotismo, y muchos otros. Una serie que consta de dibujos alatamente novedosos, con cualidades y características nunca antes vistas. Cuya ubicación espacial y temporal de la serie se da en territorio japonés o se plantea entre algún país y el Japón. Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Anime>, 25 de octubre de 2010.

<sup>194</sup> Fuente: <http://www.libertadeslaicas.org.mx/pdfS/medcom/08010414.pdf>, *Moralización de los medios*, 17 de noviembre de 2010.

la salida fue el grupo Bimbo<sup>195</sup> de filosofía religiosa, y también debido en parte al convenio que TV Azteca tiene con Disney para la difusión de sus series animadas y películas (al parecer Disney no quería competencia dentro de la señal), así tornando la señal a un sentido comercial transmitiendo una elevada cantidad de "Infomerciales", y dibujos animados para niños no mayores de 8 años sin ningún contenido violento y todos propiedad de Disney, colocando también en su señal filmaciones de poca difusión; dicha tendencia que tiene en alianza con Disney sobrevive hasta la actualidad.

En el 2005 se quiso retomar su anterior imagen iniciando un bloque de animación para adolescentes llamado "*Potencia T*", que en su inicio contó con series de renombre como *Es Tan Raven*, *Kim Possible* y *Ángel*, para posteriormente ser retiradas y sustituidas de nuevo por series de tipo "Anime", como *Escaflowne*, *Caballeros del Zodiaco* e *Inuyasha*. Estas series "Anime" también fueron eliminadas nuevamente de la señal.

Entre otros programas sobresalientes están "*Esposas desesperadas*" y *Lost (Perdidos)*", adquiridos gracias a un acuerdo firmado con The Walt Disney Company. Hace poco, se intentó retomar las series de Estados Unidos, que anteriormente ya habían tenido éxito en el canal como, *La niñera*, *Los Años Maravillosos*, *Alf* y *Salvados por la campana* en un bloque llamado "*Reconexión*".

En el 2006, Azteca 7, estrena nueva programación como *Los Invade Cuartos (Room Raiders)* de MTV, el regreso de *Inuyasha* y la *Saga de Hades* de "*Caballeros del Zodiaco*", además agrega tres barras nocturnas: *Martes de Tentación*, con series como *Almas perdidas* y *Esposas desesperadas*, *Jueves de Kaos*, con "*Grey*", "*Bones*" y "*El escudo*" y *Viernes Irreversible*, que en un inicio estaba destinado a transmitir series de Disney Channel como *Hannah Montana* o *Zack y Cody*, los cuales fueron retirados, al poco tiempo el bloque rediseñó su programación con el estreno de *Smack Down* y el restreño de *Insomnia*. También se destacó por incluir en el 2008 a *Smack Down*, para competir con la lucha libre de Televisa Deportes: *RAW*.

Al igual que otros años, desperdicia medio día de programación con publicidad, iniciando transmisiones oficialmente a partir de la una de la tarde.

A través de Disney Club un programa infantil del 7 se transmiten la mayor parte de los programas infantiles. Por mencionar algunos a lo largo de su trayectoria encontramos: *Jake Long el Dragón Occidental*, *la Casa de Mickey Mouse*, *las Aventuras de Winnie Pooh*, *las Nuevas Locuras del Emperador*, *Lilo y Stitch*, *Los Simpson*, *Ositos cariñositos*, *los Caballeros del Zodiaco*, *Papá Americano*, *Súper campeones*, *Recreo*, *Timón y Pumba*, *Ying Yang Yo*, *Kid vs Kat*, *Pucca*, *Phineas y Ferb*, *Hanna Montana*, *Los hechiceros de Waverly Place*, *Sustitutos*, entre otros.

En general los programas comerciales son preferidos por los niños debido a varias razones:

---

<sup>195</sup> Fuente: <http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/484/1049/articulo.php?id=9206> Bimbo, empresa de la liga católica, 25 de noviembre de 2010.

- Una de las principales motivaciones de los niños al ver televisión es reirse. Los programas educativos casi nunca incluyen la comicidad en sus esquemas.
- Aunque a los niños les gustan los programas que les enseñen algo, rechazan el tono académico de algunas producciones educativas.
- La televisión comercial maneja técnicas y recursos de producción que son muy aceptados por los niños: secuencias breves, mucha acción, fantasía, comicidad, redundancia, música y canciones, etcétera. Los programas educativos muchas veces carecen del ritmo y la producción adecuada.<sup>196</sup>

Es importante mencionar que sólo los Simpson se transmiten entre semana a las 7:00 p.m., mientras las demás series son transmitidas entre el sábado y el domingo a partir de la 7:00 de la mañana, hasta medio día.

---

<sup>196</sup> Rosseti Ricapito, Laura, *Curso-Taller de producción de video educativo*, SEP, Unidad de Televisión Educativa, México, Centro de entretenimiento de Televisión Educativa, 1997, pág.24.

### 3.4.3 Televisa, Canal 5

Canal 5 XHGC-TV nace el 10 de mayo de 1952; lo hizo con la transmisión de un festival del Día de las Madres (celebrado en México) organizado por el diario Excélsior aunque sus transmisiones regulares iniciaron el 18 de agosto del mismo año. Su creador, pero no dueño, fue el mexicano nacido en Guadalajara, Jalisco, México, ingeniero Guillermo González Camarena, las siglas del canal se toman de los apellidos González Camarena (GC) y fue quien fungió como director y concesionario del canal hasta su muerte en 1965, se ha dicho que como un reconocimiento por la invención de la televisión a color, pusieron sus iniciales a la televisora, en 1962, Canal 5 transmitió el primer programa en color en la historia de la televisión de México: *Paraíso infantil*.

Durante muchos años, el canal transmitió también los contenidos de *Telesecundaria*, programa pionero de las emisiones educativas en México.

Entre los géneros que se transmiten por Canal 5 destacan los programas infantiles, películas y series internacionales, además de las Series Originales, Hecho en México; al igual que torneos deportivos, que incluyen Juegos Olímpicos, los Mundiales de Fútbol, así como partidos de fútbol internacional y de la Primera División Nacional de México.

En los ochenta, el entonces vicepresidente de Televisa Alejandro Burillo Azcárraga, impulsó cambios drásticos en la imagen corporativa de casi todos los canales, por primera vez las campañas de XHGC o XHTV prescindieron de un logotipo definido y de un color institucional. El Canal 5 se presentó como un espacio joven e innovador gracias a colaboraciones del creativo Agustín Corona y el director-diseñador Pablo Jato que utilizó las primeras técnicas de video digital, dándole una nueva vida y convirtiéndolo en el canal de moda y líder en la estética de anuncios y programas, este fenómeno revolucionó la manera de identificar los canales y continúa vigente hasta hoy.

Desde sus inicios, por petición del mismo Guillermo González Camarena, Canal 5 dedicó buena parte de su programación al público infantil, por lo que presentadores vinculados a ese canal como el *Tío Gamboín* (Ramiro Gamboa), Rogelio Moreno y Pepita Gomiz se convirtieron en íconos de la población infantil de los setenta y ochenta. Años más adelante se unió un personaje que representa a un gato morado de nombre *GC*, en alusión a las siglas del canal y a la campaña "*La Huella*" con su logotipo en forma de huella de felino, e ilustrada con imágenes de leones.

Algunas de las caricaturas y series que se han transmitido para niños y adolescentes son: *Avatar*, *Alvin y las ardillas*, *Batman*, *Ben 10 legión de súper héroes*, *Campeon Lazlo*, *Bob esponja*, *Dora la exploradora*, *Dualo xiaolin*, *El hombre araña*, *Mansión Foster*, *El pájaro loco*, *Go diego Go*, *El tigre: las aventuras de Manny Rivera*, *Jay jay el avioncito*, *Las sombrías de Billy y Mandy*, *Jhony bravo*, *La pantera rosa*, *Padre de familia*, *Naruto*, *Los chicos del barrio*, *Las pistas de blue*, *La vaca y el pollito*, *Jimmy neutrón: el niño genio*, *El laboratorio de Dexter*, *La chicas super poderosas*, *Loonatics*, *Bob Esponja*, *Danny Phantom*, *Drakeyy Josh*, *El chavo animado*, *El manual de Ned*, *Zoey 101*, *i Carly*, *Padrinos magicos*, *Malcom el de en medio* y muchas otras.

También abre un espacio a los adultos con series como: *Dr. House*, *CSI Las Vegas*, *La ley y el orden*, *CSI Miami* y *RAW*.

Actualmente Canal 5 no sólo se transmite en la ciudad de México, sino en el canal 50 en alta definición. Transmite en señal abierta para el territorio mexicano por medio de estaciones repetidoras. De la misma forma es distribuido por las compañías de cable y satélite en el país.

A diferencia de Azteca 7, la programación infantil y juvenil se transmite durante la semana desde las siete de la mañana hasta las seis de la tarde, y los fines de semana desde las siete de la mañana hasta medio día.

La gran mayoría de las series de Azteca 7 y Canal 5 son para un público adolescente más no para un pre-adolescente. Aunque la división entre una y otra etapa es muy fugaz, está última nos muestra los primeros indicios de que el cuerpo está preparado para comenzar la pubertad.

Las series de Azteca 7 tienen un espacio reducido para el público infantil y adolescente, avocando más sus espacios a series y películas extranjeras para adultos, así como a los deportes ya sean nacionales o internacionales. Mientras tanto Canal 5 brinda un mayor espacio a la programación para niños y adolescentes.

Cabe mencionar que ninguna de estas series entra dentro del concepto educativo, pero como sabemos no es obstáculo para que los jóvenes no aprendan. Los niños no nacen, sino que se hacen televidentes. Son receptores activos y aprenden conceptos, actitudes, conductas y significados. La televisión no educa, pero uno acaba aprendiendo de ella.

La televisión educativa “no debe ser programada como sustento de la enseñanza tradicional (basada en la uniformidad del grupo y la posibilidad del alumno), sino como ayuda para un nuevo aprendizaje (que refuerza la individualización, la independencia y la creatividad)”.<sup>197</sup>

Por otro lado, se puede entender la preferencia por este tipo de series, ya que muestran un entretenimiento fresco, con humor y acción. Y es posible que se sientan identificados con los personajes, sobre todo en las series en la que los protagonistas transitan por una etapa de cambios. Lo malo es que son adolescentes dentro de una cultura norteamericana, y no muestran lo que realmente siente un niño mexicano.

La carencia de programas para pre-adolescentes es evidente, la televisión que se hace es mayoritariamente para adultos y de baja calidad en sus contenidos. La preocupación que tiene Televisa y TV Azteca por el rating y el escaso apoyo que los patrocinadores brindan hacia las series de corte educativo-infantil, ocasionan que los proyectos de ese tipo sean poco considerados para la programación normal. Televisa y Tv Azteca son empresas comerciales y como tales buscan ganar dinero, más que formar a su público. Quienes tratan de hacer programas para niños, pre-adolescentes y adolescentes tienen un gran reto, porque deben luchar entre la postura comercial y la educativa.

La televisión mexicana requiere impulsar la realización de programas para pre-adolescentes de corte educativo que sean entretenidos y de calidad, sin violencia y que no dependa de la publicidad para mantenerse al aire. Los gobiernos de los Estados

---

<sup>197</sup> Rosseti Ricapito, Laura, *Op. Cit.* pág. 32.

deben tener una mayor participación financiera en la producción de programas para este tipo de públicos.

Actuar a favor de los niños, pre-adolescentes y adolescentes; no debe ser una acción percibida como opción o expresión de caridad, sino como obligación y responsabilidad de toda la sociedad.

Desde una perspectiva general, nos encontramos en un gran problema en cuanto a contenidos en la televisión mexicana, no hay innovación, no hay una investigación seria, no están bien encaminados y pocas veces aportan algo valioso al público.

El mito de que la única función de la televisión es entretener y de que los contenidos formativos no pueden entretener, es una percepción errónea de la realidad. Existen numerosos ejemplos en la televisión abierta en donde se ofrecen contenidos de calidad presentados de una forma entretenida que gustan a los niños, pre-adolescentes, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos. Pero no se trata de copiar o de reciclar perspectivas extranjeras, formas determinadas de hacer televisión, programas con una estructura definida que son funcionales para la sociedad a la cual se dirigen. Esto es un fenómeno muy frecuente cuando las televisoras mexicanas buscan renovarse y creen que el simular o comprar programas extranjeros inyectará nueva vida a sus canales. Lo que se busca es la innovación y contenidos de forma con producciones y conceptos mexicanos, que vayan desde y hacia nuestro contexto socio cultural.

Es necesario que la televisión genere nuevos contenidos, que sea más responsable y comprometida con su público, con programas de mayor calidad tanto visual como de contenidos que fortalezcan los valores familiares, respeten la dignidad humana y no lo vean como simple consumidor, que contribuyan en la formación de conocimientos, que refleje la verdadera situación de los niños, pre-adolescentes, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos mexicanos.

Como ya se ha mencionado la programación de la televisión abierta carece de programas educativos dirigidos a un público pre-adolescente, al respecto creo que el Estado y los propietarios de los medios privados, tienen la obligación de contar con la capacidad de producción e inversión en programas de este tipo. En gran medida este hueco en la programación se considera que se debe a la falta de continuidad de los proyectos que se dan en cada sexenio y a la poca inversión o recursos en materia de educación. Si bien es cierto que han existido propuestas por parte del Estado como el Fondo de Apoyo a las Producciones Infantiles de Calidad, el cual estaría constituido por aportaciones públicas, privadas y de organismos internacionales, la realidad es que se dice mucho y no se hace nada, sólo se quedan en buenos deseos y no se retoman en los gobiernos posteriores. Las razones podrían ser el evidente desinterés por destinar recursos a este tipo de programas y por otro lado las ganancias monetarias que dejan los patrocinadores.

Hemos visto que la televisión, junto a la familia y la escuela desempeñan un papel clave en la educación de las audiencias. Educa en el sentido de que la percepción del individuo cambia, la actitud, y también la relación entre los demás sujetos y su realidad. Es por eso que se plantea la necesidad de crear espectadores críticos desde temprana edad, ante el panorama que enfrenta la televisión educativa. Educándolos en el uso de la televisión para que sean capaces de programar su propio consumo y de realizar un uso eficiente del medio.

El público no está acostumbrado a ver este tipo de contenidos y es cierto, la mayoría no lo está, pero cómo estarlo si están en gran contacto con programas comerciales, cuyo fin es meramente entretener, al respecto se cree que si la audiencia muestra mayor gusto por este tipo de programación, porque no mezclar la educación con el entretenimiento. La propuesta está en hacer programas educativos con carácter lúdico, que manejen la acción, el movimiento, colores llamativos, que manejen temas de interés para cada franja del público, conductores frescos, alegres, dinámicos y sin prejuicios, que motiven la creatividad del espectador, que lo aliente a la reflexión, lo ayude en su formación de valores positivos, que impulse su desarrollo sensible, emocional e intelectual.

Los ciudadanos juegan también un papel importante, en la medida en que demanden una mayor calidad en los contenidos de los programas audiovisuales, se podrá conseguir un mejoramiento cualitativo.

## CONCLUSIONES

Todo proceso educativo se funda en un proceso comunicativo, *enseñar es siempre comunicar*.

La comunicación educativa puede trascender los marcos escolares, y vincularse a diferentes áreas, una de ellas en la práctica de los medios de difusión masiva, caso concreto la televisión. Formar a una persona en conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar es el objetivo de la educación y educar es socializar, no obstante, es importante señalar que no todo tipo de educación se puede considerar como educación formal, ya que la televisión educa de manera informal porque su objetivo no es propiamente formar personas y sus funciones pueden ir desde entretener, divertir o informar, pero algunos también de enseñar y proporcionar aprendizaje de diferentes grados de dificultad.

Los medios masivos de comunicación en la sociedad de hoy, muestran una creciente influencia como formadores culturales que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres. La televisión incide más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, por ser un medio de entretenimiento accesible, sencillo y ameno, y porque juega un papel muy importante en la formación de la conciencia, tanto individual como colectiva.

Por ello es necesario que grandes instituciones como la familia y las autoridades escolares no la vean como un objeto de distracción y entretenimiento, sino como un apoyo en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los pre-adolescentes, que facilita al individuo entender, comprender y aprender con mayor rapidez.

La influencia de las instituciones sociales constituye una mediación en el proceso de la recepción televisiva. Desafortunadamente, cada vez es menor el tiempo que los padres dedican a sus hijos porque el ritmo de vida de los seres humanos se ha acelerado, por lo general ahora tanto el padre como la madre trabajan y dejan solos a sus hijos. Recordemos que mientras más fortalecidos estén en sus propias significaciones, podrán apreciar, seleccionar y disfrutar con mayores elementos los mensajes y programación que les ofrece la televisión.

La televisión educativa comprende casi cualquier programa, cuyo objetivo es enseñar algo al televidente; no tiene fines lucrativos y figura como una herramienta de enseñanza y de ayuda para el aprendizaje.

Evidentemente la televisión educativa puede ser utilizada dentro de un diseño educativo formal y no formal. Pero también se ha empleado para promover enseñanza informal (caricaturas, series, telenovelas, etcétera) que se da absolutamente en toda la programación.

Toda la televisión educa, puesto que influye en las actitudes, valores, comportamientos e ideologías de la sociedad.

La pre-adolescencia ese camino inquietante y de grandes cambios físicos y emocionales donde el niño de los años intermedios, se prepara para buscar su identidad e independencia, un periodo corto en el que individuo no es un niño, pero tampoco es todavía un adolescente. La edad exacta para el inicio de esta etapa no es precisa, pero de acuerdo con algunos autores y expertos en el tema, oscila entre los nueve y once años.

Para que el pre-adolescente se desenvuelva eficazmente dentro de la sociedad es necesario que exista un equilibrio entre las áreas cognoscitivas, socioafectivas, y psicomotrices, ya que éstas le permiten a éste que la socialización se genere en buenas condiciones o bien se limite.

El perfil físico del pre-adolescente influye directamente con su comportamiento, tanto por lo que puede hacer, como en la forma cómo se relacione y se adapte a la sociedad.

La infancia intermedia es la mejor etapa para estimular al niño para que aprenda muchas cosas, a esta edad su memoria tiene una capacidad de almacenamiento totalmente dispuesta a recibir el aprendizaje que le sea proporcionado.

El perfil socioafectivo le proporcionará las bases sólidas de comportamiento del proceso de socialización como sentimientos, actitudes, valores y formas de relacionarse que le permiten al niño conducirse por la vida dentro de un ambiente lleno de tolerancia, paz y solidaridad.

Durante la pre-adolescencia los niños son moldeables y se dejan influenciar por la información que reciben. El apoyo social es sumamente importante en el desarrollo del autoestima y el autoconcepto, tanto los padres, maestros, hermanos, amigos y compañeros, son piezas fundamentales, para una óptima formación de la personalidad del pre-adolescente.

El perfil psicomotriz influye en algunos aspectos de adaptación personal y social. Un buen desarrollo motor le proporcionará habilidades y destrezas sociales que contribuyen a la aceptación del niño y le brindaran oportunidades de aprendizaje.

Actualmente la atención que el pre-adolescente ejerce para ver televisión suele ser continua y mayor cada día. Es durante esta etapa donde los niños ven y consumen más televisión que en cualquier otra etapa de la vida.

La televisión es algo más que un aparato para entretener y transmitir información. Provee conductas sociales, opiniones, modelos de comportamientos, actitudes, valores, gustos estéticos, etcétera, que los pre-adolescentes aprenden y que pueden llegar a influir de manera indeseable. Sin embargo, no se puede responsabilizar a los creadores de los programas de televisión de los efectos que llegaran a ocasionar, hay que recordar que la teleaudiencia se construye socio-culturalmente. Los receptores interpretan la información de acuerdo a sus características particulares y las respuestas son diversas.

Es importante aprovechar el impacto de la televisión para fomentar en los pre-adolescentes buenos y mejores hábitos de conducta en la sociedad, creando sensibilidad y espectadores críticos desde temprana edad, con programas que refuercen los valores, diviertan sanamente, enseñen y entretengan.

El estudio lleva a concluir que la televisión mexicana carece de difusión y producción de programas educativos para el público pre-adolescente, porque el principal interés de la televisión abierta en México es el rating y las ganancias que generan los programas que se transmiten. La falta de recursos y de anunciantes han provocado la disminución de los programas para pre-adolescentes.

Las instituciones gubernamentales a falta de presupuesto y de espacios en televisión abierta, externan un notable desinterés antela producción de programas educativos y

culturales. Donde la mayor parte de su programación son intercambios culturales de material audiovisual, que contienen un mensaje educativo, pero que finalmente no están contextualizados a nuestra sociedad.

Mientras que las empresas privadas como Televisa y TV Azteca consideradas como empresas comerciales y como tales buscan ganar dinero. A falta de patrocinadores que obtienen en base al rating del programa, no logran hacer rentable un canal dirigido a niños, pre-adolescentes y adolescentes. Por lo que optan por las series norteamericanas y caricaturas con contenidos violentos que seguramente no dejarán de existir.

Dar al público más de lo mismo, es hacer públicos limitados, mientras se imprima mayor calidad, más contenidos educativos y atractivos en las producciones nacionales, aquellos tendrán menor audiencia.

La televisión contemporánea es escasamente educativa, los niños que son la parte más importante del presente son vistos por los medios como consumidores y no como ciudadanos inteligentes. Le educan en antivalores y omite partes de su realidad, destacando lo denigrante de la sociedad y predominando la violencia.

Los adultos no ven la televisión que ven los niños, sino los niños ven la televisión de los adultos. La comunicación con el cercano se encuentra fracturada, la participación de los niños en los contenidos es nula. Es necesario que les escuchen, que sepan sus necesidades e inquietudes y que además les permitan participar en la realización del programa.

Es indispensable crear una cultura donde el telespectador sea más crítico y activo ante los mensajes e imágenes televisivas, a falta de programas con contenidos de calidad. Se debe apostar por crear mensajes pro-sociales y contenidos donde exista un equilibrio entre entretenimiento y educación.

El principal problema que enfrentan quienes hacen televisión para un público juvenil es la carencia de recursos económicos, lo cual los obliga a depender cien por ciento de los anunciantes. Cabe destacar que la participación del gobierno en producciones educativas de calidad es escasa, por ello es necesario que los gobiernos de los Estados apoyen financieramente, la producción de programas de televisión para niños, pre-adolescentes y adolescentes.

En México, no sólo para el público pre-adolescente, sino en general, se requiere de una televisión de mayor calidad. Los medios de comunicación deben ser entendidos como instrumentos que proporcionan no sólo entretenimiento, sino también educación y valores. Una programación de calidad, respeta al niño, y tiene como objetivo entretener de manera creativa y ágil, y formar a los ciudadanos del mañana.

Como bien lo dijo Julio Di-Bella, la televisión actual *es como el mexicano común, tiene ausencia de padre, exceso de madre y abundancia de hermanos.*

## Bibliografía

- Alexander Theron, Bernad Gorman, Paul Roodin, *Psicología evolutiva*, España, Pirámide, 1998, 435 pp.
- Aguaded, José Ignacio, *Convivir con la televisión familia, educación y recepción televisiva*, México, Paidós, 1999, 356 pp.
- Arreguín, J. L. M., *Tres acercamientos a la educación audiovisual: apoyos para la enseñanza en ciencias experimentales*, México, Trillas, 1981, 131 pp.
- Brasunstein, Nestor A., et. al., *Psicología: ideología y ciencia*, México, Siglo Veintiuno, 2003, 440 pp.
- Cremoux, Raúl, *¿Televisión o prisión electrónica?*, México, Fondo de Cultura Económica, 1974, 124 pp.
- Carpio, Ramírez, Gabriel y Milchorena Durand, Adrián, *Desarrollo humano y sexualidad*, Texto de apoyo para la asignatura de psicología II, México, s.e., 2008, 214 pp.
- Charles Creel, Mercedes y Orozco Gómez, Guillermo, *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*, México, Trillas, 1995, 246 pp.
- Documento interno de la Asociación A favor de lo Mejor, *1er. Informe de Calidad de los Contenidos de los Medios*, México, s.e., 2004-2005, 9 pp.
- Documento interno de la Asociación A favor de lo Mejor, *2do. Informe de Calidad de los Contenidos de los Medios*, México, s.e., 2005-2006, 21 pp.
- Documento interno de la Asociación A favor de lo Mejor, *3er. Informe de Calidad de los Contenidos de los Medios*, México, s.e., 2006, 2007 y 2008, 29 pp.
- Documento interno de la Asociación A favor de lo Mejor, *4to. Informe de Calidad de los Contenidos de los Medios*, México, s.e., 2008, 2009, 2010, 39 pp.
- Debora, Elkes; Fernández Collado, Carlos; Baptista Pilar, Lucio, *La televisión y el niño*, México, Colofón, 1991, 146 pp.
- Dirección General de Televisión Educativa, *La televisión educativa en México: origen y desarrollo*, Unidad de Planeación y Evaluación de Políticas Educativas, México, Dirección de Vinculación y Desarrollo Institucional y Desarrollo Audiovisual, s.a., 104 pp.
- Departamento de Contenidos de Once niños, Archivo digital, fecha y autores desconocidos, México, 10 pp.
- Departamento de informática de *TV Azteca y Televisa*, Material impreso del s.e., México, s.a., 40 pp.
- Eurasquin Alfonso, Luis Matilla y Miguel Vázquez. *Los teleniños*, 2ª ed., México, Laia, 1988, 225pp.

- Esteban, Manuel y Zapata Ros, Miguel, *Revista educación a distancia*, N°7, España, s.e., 1993, 215 pp.
- Folleto interno de la Asociación A favor de lo Mejor, *la nueva era... "Era de la comunicación"*, México, 2008, 22 pp.
- Folleto interno de la asociación Asociación *A favor de lo Mejor*, México, 2009, 6 pp.
- Fermoso Estebanez, Paciano, *Teoría de la educación*, México, Trillas, 1981, 501 pp.
- Fernández Collado, Carlos, *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, 2ª ed., México, McGraw-Hill, 1986, 251 pp.
- Foulquié, Paul, *Diccionario de pedagogía*, México, Alhambra, 1981, 464 pp.
- Guinsberg, Enrique, *Publicidad: manipulación para la reproducción*, México, Plaza y Valdés, 1987, 324pp.
- García Jiménez, Jesús, *Televisión educativa para América Latina*, México, Porrúa, 1970, 358 pp.
- Guiza Magaña Josefina; Garrido Lima, Edith; Rojas Campos, Andrea, *Niños a la Tele, Formación para orientadores audiovisuales*, México, DGTVE, CETE, SEP, 2000, 69 pp.
- Gordon, George N., *Televisión educativa*, México, Hispano América, 1996, 228 pp.
- Guarner, Enrique, *Psicología Clínica y Tratamiento Analítico*, México, Porrúa, 1984, 380 pp.
- Gubern, Román, *El eros electrónico*, México, Taurus, 2000, 221 pp.
- González Treviño, Jorge Enrique, *Televisión y comunicación: Un enfoque teórico práctico*, México, Alhambra, 1994, 280 pp.
- García Sarah, Silberman y Ramos Luciana, Lira, *Medios de comunicación y violencia*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, 513 pp.
- Hernandez Valenzuela, Rogelio, Luengas Bartels, Javier, Marquet Santillan, Luis, *Manual de pediatría*, México, McGraw-Hill, 1993, 858 pp.
- Hurlock, Elizabeth Bergner, *Desarrollo del niño*, México, McGraw-Hill, 1988, 608 pp.
- Hurlock, Elizabeth Bergner, *Psicología de la adolescencia*, España, Paidós, 1980, 564 pp.
- Jauset, Jordi A., *Las audiencias en la televisión*, Barcelona, Uoc, 2008, 73pp.
- La Belle, Thomas j., *Educación no formal y cambio social en América Latina*, México, Nueva imagen, 1980, 273pp.
- Lane Traeger, Joann, *Comprensión del desarrollo humano*, México, Pax, 1975, 485 pp.
- Ley Federal de Radio y Televisión, Art. 5-III, Art. 6, Art. 11

- Larroyo, Francisco, *La ciencia de la educación*, México, Porrúa, 1963, 518 pp.
- Lizarazo Arias, Diego, *La dislocación del sentido: percepción e imaginación docente ante la tele*, México, SEP, DGTVE, CETE, PIDCE, 2007, 164 pp.
- Lic. Ana María Ortega, vicepresidenta de IBOPE, en coordinación con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH-Conaculta), Paula Dever Restrepo, curadora y museógrafa de la muestra, Exposición, *20 años contando, El impacto de los medios*, en la Sala de Exposiciones Temporales del Museo Nacional de Antropología, 21 de septiembre de 2011.
- Martín Barbero, Jesús, *Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*, México, La Crujía, 2005, 69 pp.
- Material impreso del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, *Los niños y la televisión*, México, s.e., s.a., 99 pp.
- Material de uso académico, “Taller de comunicación I”, Colegio de ciencias y Humanidades Plantel Oriente, México, 2002, 75 pp.
- Martínez Zarandona Irene, *La televisión infantil en México. El uso pedagógico de la televisión*, México, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, 1996, 179 pp.
- Moreno y García, Roberto y López Ortíz, María de la Luz, *Historia de la Comunicación Audiovisual*, 1ª ed., México, Patria, 1974, 379 pp.
- Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*, Madrid, De la torre, 1996, 207 pp.
- Orozco Gómez, Guillermo, *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana, 1991, 97 pp.
- Paoli, Antonio, *La comunicación*, México, Edicol, 1977, 197 pp.
- Pacheco, Paco, *Televisión y Ciencia*, México, SEP, DGTVE, CETE, PIDCE, 2006, 154 pp.
- Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, 4ª ed., México, McGraw-Hill, 1996, 692 pp.
- Papalia, Diane E. y Wendkos Olds, Sally, *Desarrollo humano*, 6ª ed., México, McGraw-Hill, 1997, 732 pp.
- Papalia, Diane E., *Desarrollo humano*, edición especial, México, McGraw-Hill, 1999, 745 pp.
- Pérez Tornero, José Manuel, *El desafío educativo de la televisión para comprender y usar el medio*, México, Paidós, 1994, 276 pp.
- Rosseti Ricapito, Laura, *Curso-Taller de producción de video educativo*, México, SEP, Unidad de Televisión Educativa, Centro de entretenimiento de Televisión Educativa, 1997, 245 pp.
- Rincon, Omar; Martín Barbero, Jesús, et. al., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Argentina, La Crujía, 2005, 302 pp.

- Sarafino, Edward P. y W. Armstrong, Jame, *Desarrollo del niño y del adolescente*, México, Trillas, 1991, 536 pp.
- Sarramona, Jaume, *Fundamentos de educación*, España, Ceac, 1989, 374 pp.
- Sierra, Francisco, *Introducción a la teoría de la comunicación educativa*, España, MAD, 2000, 270 pp.
- Suárez Díaz, Reynaldo, *La educación: su filosofía, psicología, su método*, México, Trillas, 1978, 179pp.
- V. Ropper, Flavia, *La era de los súper niños. Infancia y dibujos animados*, Argentina, Alfagrama, 2007, 181pp.
- Vilches, Lorenzo, *La televisión. Los efectos del bien y el mal*, España, Paidós, 1993, 206pp.
- Yáñez Castañeda, Margarita, *Los medios de comunicación y la tecnología educativa*, México, Trillas, 1979, 184 pp.
- Yarce, Jorge, *Televisión y familia*, México, Minos, 1995, 245 pp.

## Cibergrafía

- Chávez Adriana, *Televisión Educativa o Televisión para Aprender*, Razón y Palabra, Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/achavez.html>, UNAM-ENEP Acatlán, 1 y 15 de enero de 2010.
- Fernández y Paxinan, *La televisión mexicana la decadencia de la sociedad*, en Abascal, Martha Rosa, *La televisión, oportunidad o decadencia*, Artículo Electrónico, [www.yoinflujo.com](http://www.yoinflujo.com), 3 de diciembre de 2010.
- <http://info4.juridicas.unam.mx>, 21 de enero de 2010.
- <http://www.inegi.org.mx>, 21 de septiembre de 2010.
- <http://www.monografias.com/trabajos46/comunicacion-educativa>, 22 de enero de 2010.
- <http://oncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=historia>, 1 de febrero de 2010.
- <http://www.canal22.org.mx/historia.html>, 28 de enero de 2010.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/XHTVM-TV>, 19 de enero de 2010.
- <http://www.ilce.edu.mx>, 28 de enero de 2010.
- [http://www.sepbcs.gob.mx/tics/red\\_edusat.htm](http://www.sepbcs.gob.mx/tics/red_edusat.htm), 21 de marzo de 2011.
- <http://dgtve.sep.gob.mx>, 5 de febrero de 2010.
- <http://www.inegi.gob.mx>, 18 de enero de 2010.

- <http://www.observamedios.com>, 10 de noviembre de 2010.
- <http://oncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=acerca>, 9 de agosto de 2010.
- [http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/vi\\_72784.html](http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/vi_72784.html), 23 de marzo de 2010.
- <http://www.youtube.com/watch?v=7vUbd8TBopI>, 29 de noviembre de 2010.
- <http://www.ilce.edu.mx/2010/acerca-del-ilce/historia>, 18 de enero de 2011.
- <http://www.ilce.edu.mx/2010/acerca-del-ilce/misionyvision>, 18 de enero de 2011.
- <http://www.ilce.edu.mx/2010/acerca-del-ilce/cooperacion-internacional>, 20 de enero de 2010.
- <http://www.ilce.tripod.com/ilce>, 20 de enero de 2011.
- <http://dgtve.sep.gob.mx>, 10 de diciembre de 2010.
- <http://www.jornada.unam.mx/2008/11/13/>, 3 de enero de 2011.
- <http://cete.dgtve.sep.gob.mx>, 10 y 11 de diciembre de 2010.
- [http://www.afavordelomejor.org/1his\\_campfirmas.html](http://www.afavordelomejor.org/1his_campfirmas.html), 26 de diciembre de 2010.
- <http://www.afavordelomejor.org/2mision.html>, 26 de diciembre de 2010.
- <http://www.observamedios.com>, 27 de diciembre de 2010.
- [www.uag.mx/27/tutoria/autoestima.pdf](http://www.uag.mx/27/tutoria/autoestima.pdf), 9 de agosto de 2010.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Anime>, 25 de octubre de 2010.
- <http://www.libertadeslaicas.org.mx/pdfS/medcom/08010414.pdf>, *Moralización de los medios*, 17 de noviembre de 2010.
- <http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/484/1049/articulo.php?id=9206> *Bimbo*, empresa de la liga católica, 25 de noviembre de 2010.
- Prendes Espinosa, Ma. Paz, *Televisión educativa y cultural de la diversidad*, EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa, <http://www.uib.es/depart/gte/revelec5.html>, Universidad de Murcia, 4 de enero de 2010.
- UNICEF-El Estado Mundial de la Infancia 2011, *La adolescencia. Una época de oportunidades*, UNICEF, en [www.unicef.org/devpro/.../SOWC\\_2011\\_Main\\_Report\\_SP\\_02092011.pdf](http://www.unicef.org/devpro/.../SOWC_2011_Main_Report_SP_02092011.pdf) consultado, 25 de febrero de 2011.

## Tesis

- Castañeda Cano, Ruth Aimé y Gutiérrez Rodríguez, Marisela, *“La televisión educativa y la educación de la sexualidad en adolescentes: producción de un programa”* (Tesis), México, ENEP ARAGÓN, 1994, 101pp.
- Carrillo, Elvira Montero, *“El rating y Canal Once en la televisión cultural”* (Tesis), México, ENEP ARAGÓN, 2004, 95 pp.
- Trejo Pereya, J. Alejandro *“La Televisión Mexicana una mirada detrás de las cámaras”* (Tesis), México, ENEP ARAGON, 2000, 99 pp.

## Fuentes vivas

- Edgar Alonso García, *Responsable del taller Un día en la tele, del Programa de Formación Niños a la Tele*, del Centro de Entretenimiento de Televisión Educativa (CETE), de la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE), 27 de enero de 2011.
- Griselda Silva Sojo, *Maestra de la Escuela “Expropiación Petrolera”*, 27 de enero de 2011.
- Lic. José Luis Carrasco Núñez, *Director del Programa Psicopedagógico de Servicio Social de la FES Aragón*, 20 de abril de 2010.
- Lic. Trejo Gabriela Delgado Flores, *Directora de comunicación y expansión de la Asociación A Favor de lo Mejor*, 17 de enero de 2011.
- Lic. Ricardo Ortiz Trejo, *Coordinador del Programa de Formación de Niños a la Tele* de la Dirección General de Televisión Educativa, 27 de enero de 2011.
- Lic. Maribel Merida Velarde, *Pedagoga y instructora en la parte de concientización en la producción televisiva y los mensajes*, en el Programa de Formación Niños a la Tele, 27 de enero de 2011.
- Mtro. César Illescas Monterroso, *Psicoanalista e investigador de la UACM-UNAM*, 6 de abril de 2010.
- Mtra. María Cristina Camacho Ramos, *Profesora de carrera en el área de Sociología de la FES Aragón*, 22 de abril de 2010.
- Mtro. Jaime Tello, *Coordinador de realización de TV UNAM*, 15 de noviembre de 2010.
- Mtro. José Miguel Álvarez Ibarguengoitia, *Productor y realizador de TV UNAM*, 15 de noviembre de 2010.

## Videografía

- Serie: La celebración de la mirada  
Muestra Iberoamericana 2008  
Subserie: Diálogo de saberes  
Programa: 2 Televisión para niños  
Productor: Manuel Alcántara García  
Duración: 29 min. 35 seg.  
Año de producción: 2009  
Nº de presupuesto:2009-04-0002/CG  
Nº de producción: 9114  
Submaster: SX  
Código de barra: 030000037662 B-20
  
- Serie: La celebración de la mirada  
Muestra Iberoamericana 2008  
Subserie: Diálogo de saberes  
Programa: 3 Medios audiovisuales para jóvenes en America Latina  
Productor: Manuel Alcántara García  
Duración: 29 min. 41 seg.  
Año de producción: 2009  
Nº de presupuesto:2009-04-0004/CG  
Nº de producción: 9118  
Submaster: SX  
Código de barra: 030000037851 B-20

# Aneynos

# Cuestionario

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN**

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: \_\_\_\_\_

Grado: \_\_\_\_\_

**INSTRUCCIONES:** Por favor, para cada pregunta marca con una "X" tu respuesta. Recuerda que esto no es un examen; no hay respuestas buenas o malas. La información que nos proporciones será utilizada para fines de investigación.

Agradecemos tu tiempo y colaboración.

A continuación quisiéramos hacerte unas pocas preguntas sobre tu familia, amigos y hacia tu persona.

1.- ¿Qué tan seguido ves a tu papá?

\_\_\_\_\_ vive en mi casa y lo veo muy seguido

\_\_\_\_\_ vive en mi casa y lo veo de vez en cuando

\_\_\_\_\_ vive en mi casa y casi nunca lo veo

\_\_\_\_\_ no vive en mi casa

2.- ¿Qué tan seguido ves a tu mamá?

\_\_\_\_\_ vive en mi casa y la veo muy seguido

\_\_\_\_\_ vive en mi casa y la veo de vez en cuando

\_\_\_\_\_ vive en mi casa y casi nunca la veo

\_\_\_\_\_ no vive en mi casa

3.- ¿Cómo te llevas con tus padres?

\_\_\_\_\_ Muy bien

\_\_\_\_\_ No muy bien

\_\_\_\_\_ Muy mal

4.- ¿Cuántos hermanos o hermanas tienes?

Pon el número \_\_\_\_\_

5.- ¿Cómo te llevas con tus hermanos y hermanas?

\_\_\_\_\_ Muy bien

\_\_\_\_\_ No muy bien

\_\_\_\_\_ Muy mal

6.- ¿Cómo te llevas con tus compañeros de aquí de la escuela?

\_\_\_\_\_ Muy bien

\_\_\_\_\_ No muy bien

\_\_\_\_\_ Muy mal

7.- ¿Cómo te llevas con tus amigos que no van en tu escuela?

\_\_\_\_\_ Muy bien

\_\_\_\_\_ No muy bien

\_\_\_\_\_ Muy mal

8.- ¿Con quién platicas cuando tienes un problema o alguna duda?

\_\_\_\_\_ mamá

\_\_\_\_\_ papá

\_\_\_\_\_ hermanos

\_\_\_\_\_ amigos

\_\_\_\_\_ maestros

9.- Cuando comenzaste a cambiar físicamente y emocionalmente, ¿Cómo lo tomaste?

\_\_\_\_\_ con calma, porque mis papas ya habían platicado conmigo

\_\_\_\_\_ con miedo, porque no sabía que iba a pasar

\_\_\_\_\_ no le tome interés

10.- ¿Qué tan a gusto te sientes con los cambios por los que estás pasando?

\_\_\_\_\_ muy a gusto

\_\_\_\_\_ a gusto

\_\_\_\_\_ poco a gusto

\_\_\_\_\_ más o menos a gusto

\_\_\_\_\_ nada a gusto

11.- De acuerdo a la razón que marcaste en la pregunta 10, ¿por qué te sientes así?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

12.- ¿Qué es importante en la vida de un joven como tú, en la actualidad?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

13.- En la actualidad ¿qué te preocupará más?

- \_\_\_\_\_ La inseguridad
- \_\_\_\_\_ La contaminación
- \_\_\_\_\_ La violencia intrafamiliar, en la escuela, en la ciudad y en el país en general
- \_\_\_\_\_ La ausencia de tus padres y la carencia de afecto, aceptación y comunicación en tus relaciones familiares
- \_\_\_\_\_ Tener una educación de calidad
- \_\_\_\_\_ La pobreza

14.- ¿Qué prefieres hacer cuando no estás en la escuela? (enumera del 1 al 10 lo que más te gusta hacer a lo que menos te gusta hacer)

- \_\_\_\_\_ estar con tus papas
- \_\_\_\_\_ jugar videojuegos
- \_\_\_\_\_ leer
- \_\_\_\_\_ ver la televisión
- \_\_\_\_\_ chatear
- \_\_\_\_\_ escuchar radio
- \_\_\_\_\_ salir a la calle
- \_\_\_\_\_ jugar con mis amigos
- \_\_\_\_\_ estar con mis hermanos
- \_\_\_\_\_ navegar en Internet

15.- Cuando quieres aprender cosas nuevas, a parte de las que te enseñan en la escuela, ¿dónde las aprendes?

- \_\_\_\_\_ al oír radio
- \_\_\_\_\_ al ver televisión
- \_\_\_\_\_ al leer
- \_\_\_\_\_ al platicar con tu familia
- \_\_\_\_\_ al platicar con tus amigos
- \_\_\_\_\_ al platicar con tus maestros
- \_\_\_\_\_ otros (especifica cuál)

A continuación te hacemos algunas preguntas acerca de diversas razones por las que tú tal vez veas la televisión. Para cada pregunta marca con una X, lo que más se parezca a lo que tú haces.

16.- ¿Ves televisión todos los días?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

17.- En los días que vas a la escuela, ¿cuánto tiempo ves televisión?

\_\_\_\_\_ no veo televisión

\_\_\_\_\_ menos de 1 hora

\_\_\_\_\_ 1 ó 2 horas

\_\_\_\_\_ 3 ó 4 horas

\_\_\_\_\_ 5 horas ó más

18.- ¿Cuánto tiempo ves televisión los sábados?

\_\_\_\_\_ no veo televisión

\_\_\_\_\_ menos de 1 hora

\_\_\_\_\_ 1 ó 2 horas

\_\_\_\_\_ 3 ó 4 horas

\_\_\_\_\_ 5 horas ó más

19.- ¿Cuánta televisión ves los domingos?

\_\_\_\_\_ no veo televisión

\_\_\_\_\_ menos de 1 hora

\_\_\_\_\_ 1 ó 2 horas

\_\_\_\_\_ 3 ó 4 horas

\_\_\_\_\_ 5 horas ó más

20.- ¿Cuándo ves más televisión?

\_\_\_\_\_ entre semana

\_\_\_\_\_ fines de semana

\_\_\_\_\_ siempre

21.- ¿Cuándo te gusta ver más televisión?

\_\_\_\_\_ en la mañana

\_\_\_\_\_ en la tarde

\_\_\_\_\_ en la noche

22.- ¿Qué es lo primero que realizas cuando vas a ver televisión?

\_\_\_\_\_ prendo la televisión para ver lo que hay

\_\_\_\_\_ prendo la televisión y veo lo que sea

\_\_\_\_\_ prendo la televisión y veo mi programa favorito

\_\_\_\_\_ ya me se memoria lo que hay en la televisión

23.-Mientras estás viendo la televisión, ¿qué es lo que generalmente haces?

\_\_\_\_\_ como

\_\_\_\_\_ juego

\_\_\_\_\_ hago tarea

\_\_\_\_\_ veo varios programas a la vez, cambiando de canal

\_\_\_\_\_ platico con mis papas

24.- ¿Generalmente con quién ves televisión?

\_\_\_\_\_ solo

\_\_\_\_\_ con mi mamá

\_\_\_\_\_ con mi papá

\_\_\_\_\_ con mis hermanos

\_\_\_\_\_ con mis abuelos

\_\_\_\_\_ con mis tíos

\_\_\_\_\_ con mis primos

\_\_\_\_\_ con mis amigos

\_\_\_\_\_ con la sirvienta

25.- La mayoría de las veces, ¿quién escoge los programas?

\_\_\_\_\_ yo

\_\_\_\_\_ mamá

\_\_\_\_\_ papá

\_\_\_\_\_ hermanos

\_\_\_\_\_ abuelos

\_\_\_\_\_ tíos

\_\_\_\_\_ primos

\_\_\_\_\_ sirvienta

26.- ¿Por qué ves la televisión?

\_\_\_\_\_ porque me divierte

\_\_\_\_\_ porque me entretiene

\_\_\_\_\_ porque me informa

\_\_\_\_\_ porque aprendo cosas nuevas que no me enseñan en la escuela

\_\_\_\_\_ para no aburrirme

27.- Cuando ves la televisión por la razón que elegiste en la pregunta anterior ¿qué tanto te gusta?

\_\_\_\_\_muchísimo

\_\_\_\_\_mucho

\_\_\_\_\_regular

\_\_\_\_\_un poco

\_\_\_\_\_casi nada

28.- ¿Qué tipo de programas te gustan ver? (enumera del 1 al 9)

\_\_\_\_\_ caricaturas      \_\_\_\_\_ noticieros      \_\_\_\_\_ deportivos

\_\_\_\_\_ películas      \_\_\_\_\_ documentales      \_\_\_\_\_ de concurso

\_\_\_\_\_ telenovelas      \_\_\_\_\_ espectáculo      \_\_\_\_\_ series

29.- ¿Cuál es tu canal favorito?

\_\_\_\_\_ canal 2

\_\_\_\_\_ canal 5

\_\_\_\_\_ canal 7

\_\_\_\_\_ canal 11

\_\_\_\_\_ canal 13

\_\_\_\_\_ otros (especifica cuál)

**Marca con una X, si estás de acuerdo o no, con las siguientes frases.**

30.- Mi papá o mi mamá me regañan cuando veo mucha televisión.

Sí \_\_\_\_\_      No \_\_\_\_\_

31.- A veces me castigan sin ver televisión.

Sí \_\_\_\_\_      No \_\_\_\_\_

32.- Mi papá o mi mamá me prohíben ver algunos programas de televisión.

Sí \_\_\_\_\_      No \_\_\_\_\_

33.-Escribe 10 programas de Canal 5 y Canal 7 que te gusten ver.

CANAL 5	CANAL 7
1.- _____	1.- _____
2.- _____	2.- _____
3.- _____	3.- _____
4.- _____	4.- _____
5.- _____	5.- _____
6.- _____	6.- _____
7.- _____	7.- _____
8.- _____	8.- _____
9.- _____	9.- _____
10.- _____	10.- _____

34.- ¿Llegaste a ver un programa que se llamaba “El Show de los Once”, que se transmitía por canal 11?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

35.- ¿Te gustó el programa del “El Show de los Once”? (proyección del programa)

\_\_\_\_\_ Mucho

\_\_\_\_\_ Poco

\_\_\_\_\_ nada

36.- De acuerdo a la razón anterior, ¿por qué? (enumera del 1 al 7)

\_\_\_\_\_ me parece divertido

\_\_\_\_\_ me enseña cosas nuevas

\_\_\_\_\_ me identifico con los personajes

\_\_\_\_\_ tiene mucha acción

\_\_\_\_\_ platican temas que a mi me interesan

\_\_\_\_\_ me parece poco emocionante

\_\_\_\_\_ me parece aburrido

37.- Si existiera un programa dirigido a gente como tú, ¿qué temas te gustaría que se desarrollaran? (puedes marcar más de una respuesta)

\_\_\_\_\_ amigos

\_\_\_\_\_ familia

\_\_\_\_\_ escolares

\_\_\_\_\_ salud

\_\_\_\_\_ amor

\_\_\_\_\_ sexualidad

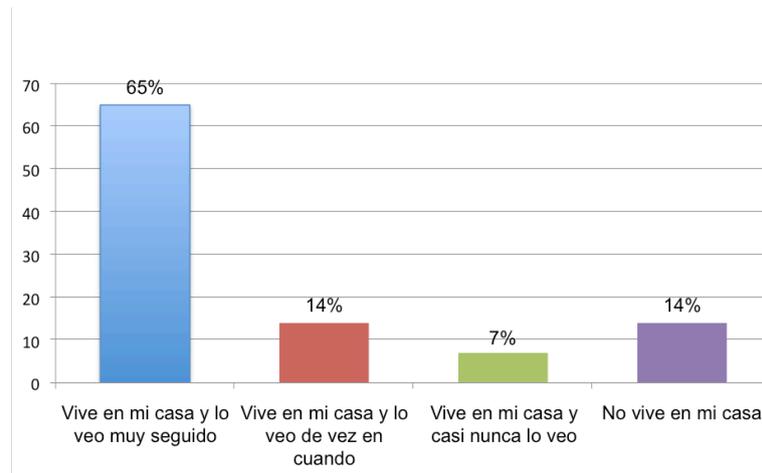
\_\_\_\_\_ deportes

\_\_\_\_\_ otros (especifica cuál)

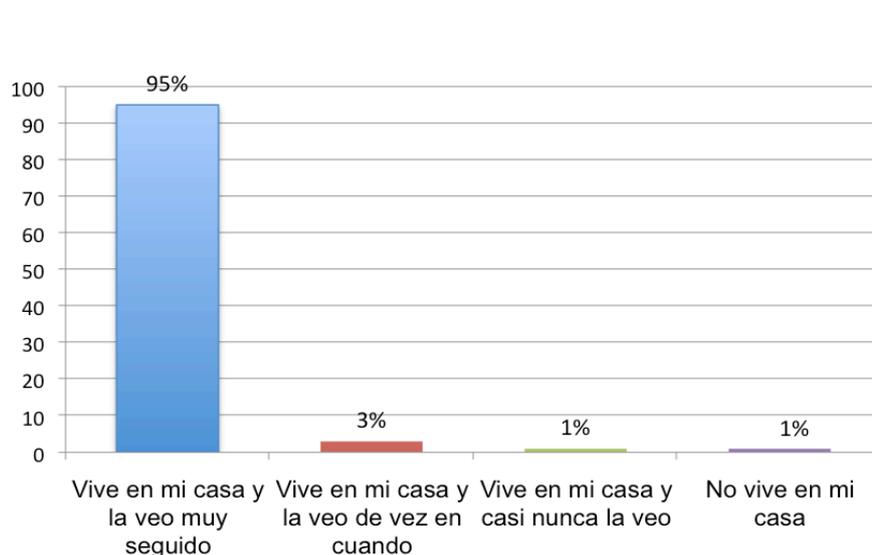
¡MUCHA GRACIAS POR TU AYUDA!

# Gráficas

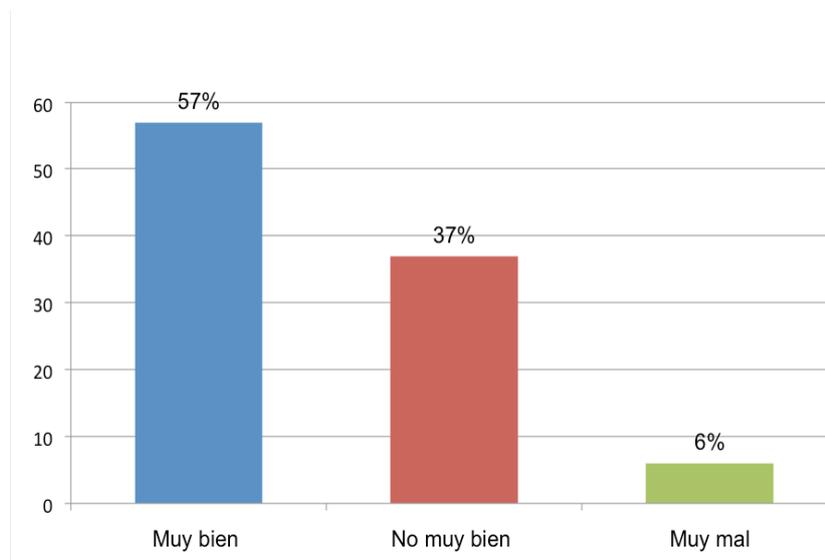
1.- ¿Qué tan seguido ves a tu papá?



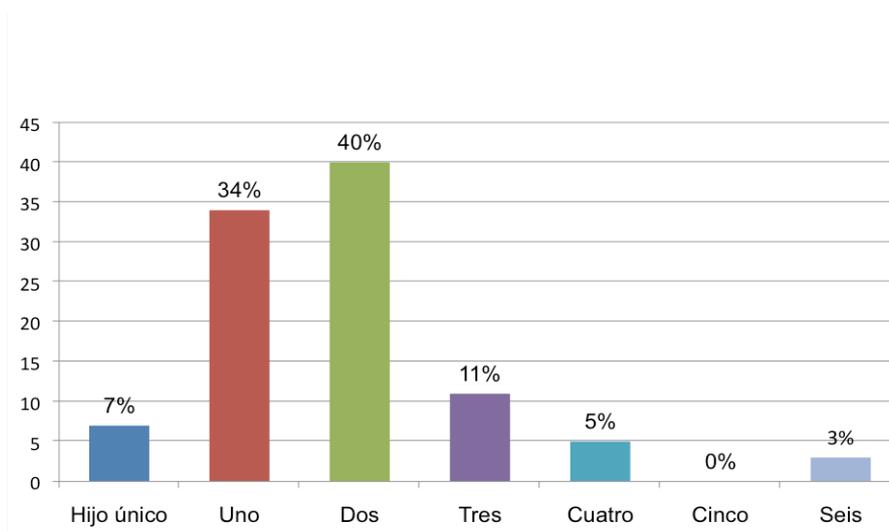
2.- ¿Qué tan seguido ves a tu mamá?



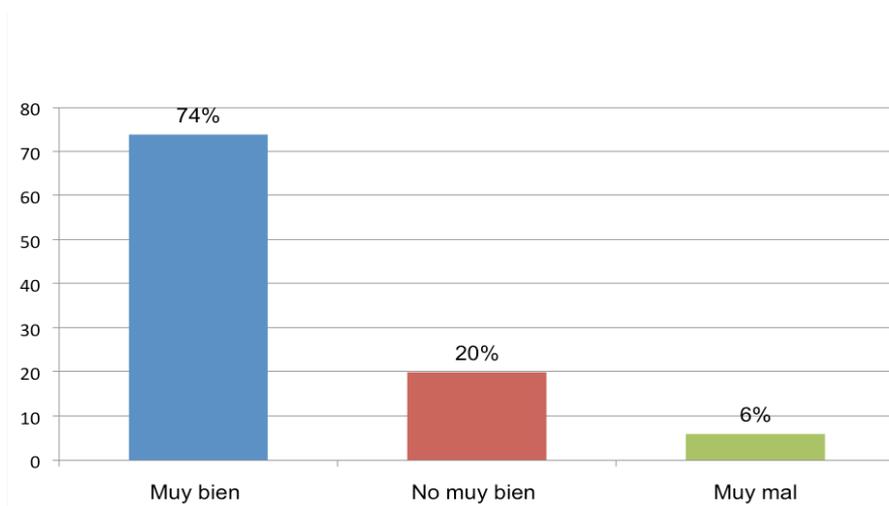
3.- ¿Cómo te llevas con tus padres?



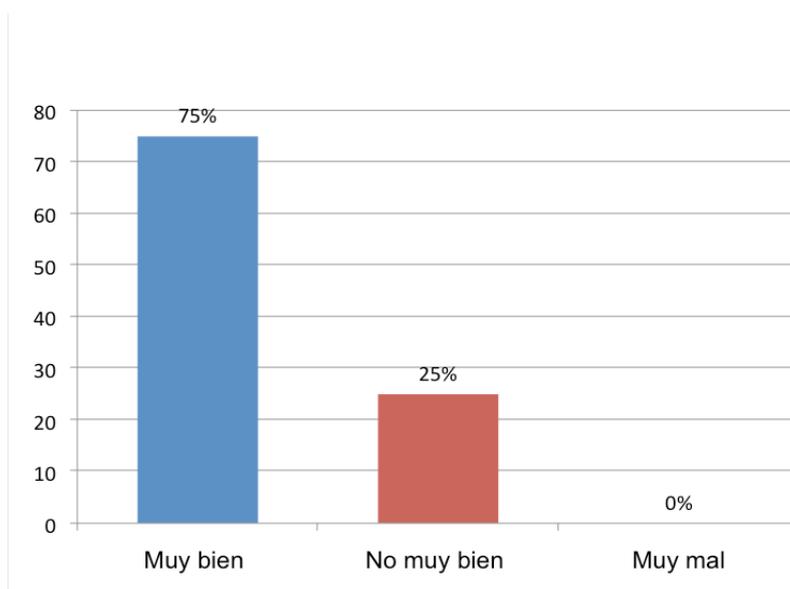
4.- ¿Cuántos hermanos o hermanas tienes?



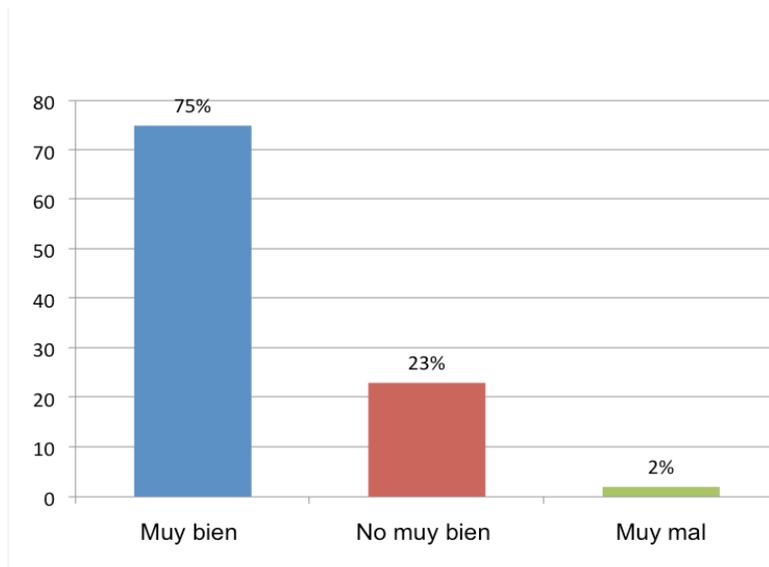
5.- ¿Cómo te llevas con tus hermanos y hermanas?



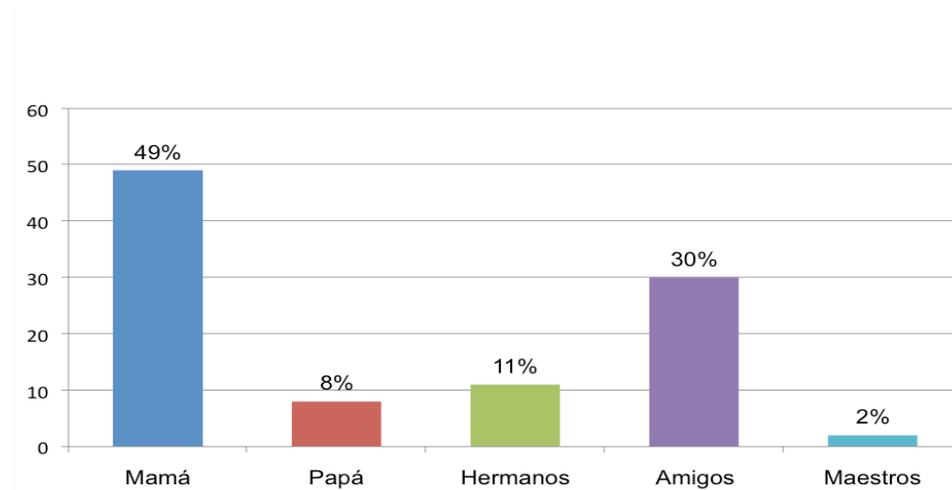
6.- ¿Cómo te llevas con tus compañeros de aquí de la escuela?



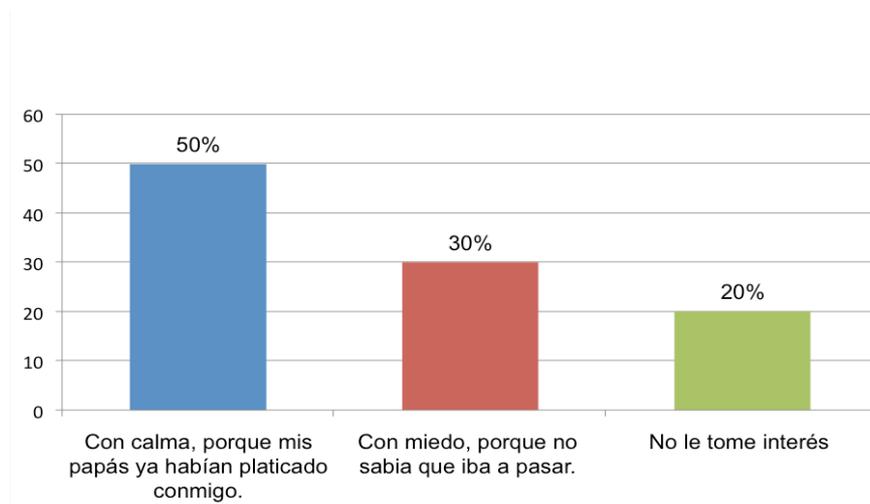
7.- ¿Cómo te llevas con tus amigos que no van en tu escuela?



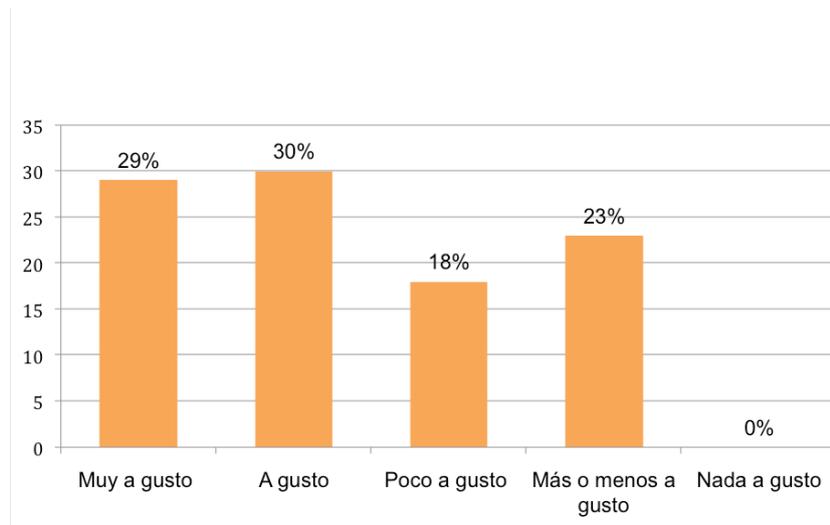
8.- ¿Con quién platicas cuando tienes un problema o alguna duda?



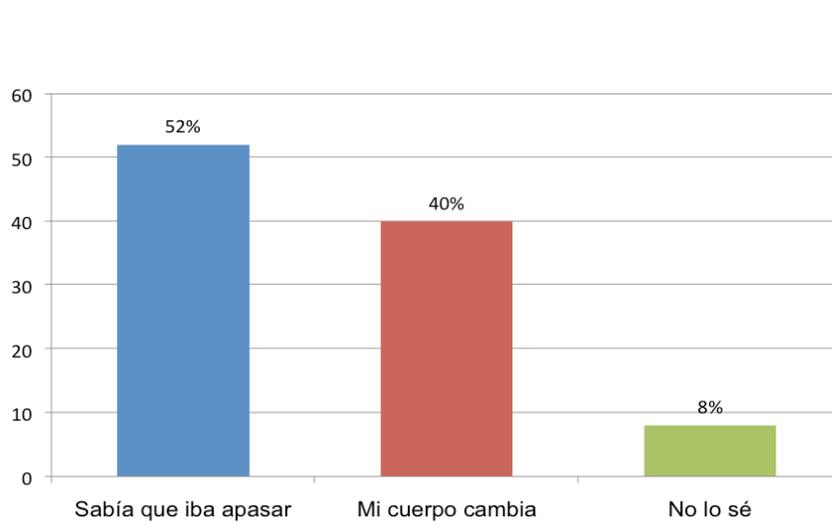
9.- Cuando comenzaste a cambiar físicamente y emocionalmente, ¿Cómo lo tomaste?



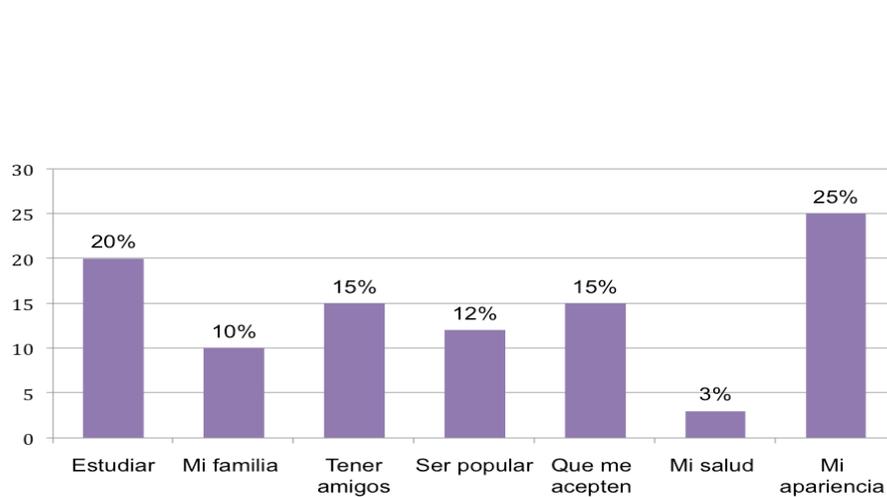
10.- ¿Qué tan a gusto te sientes con los cambios por los que estás pasando?



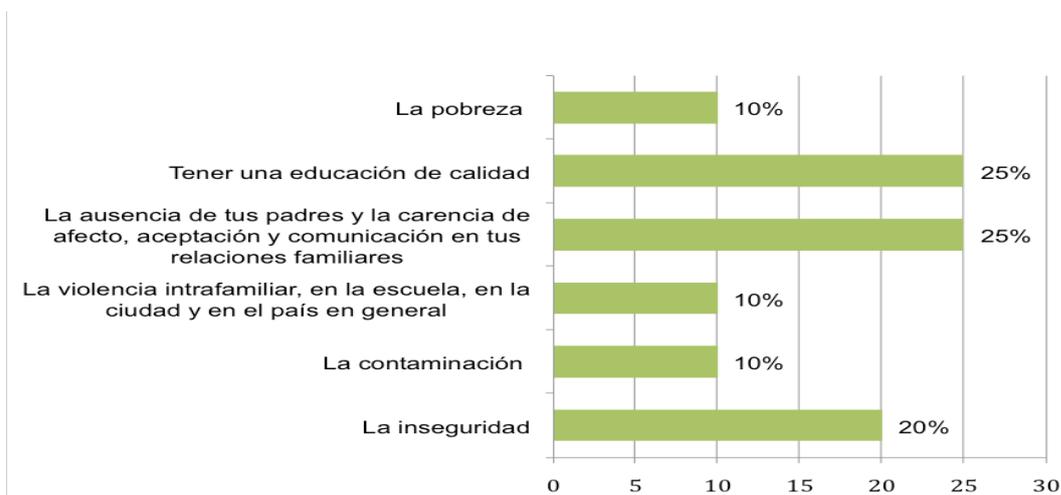
11.- De acuerdo a la razón que marcaste en la pregunta 10, ¿por qué te sientes así?



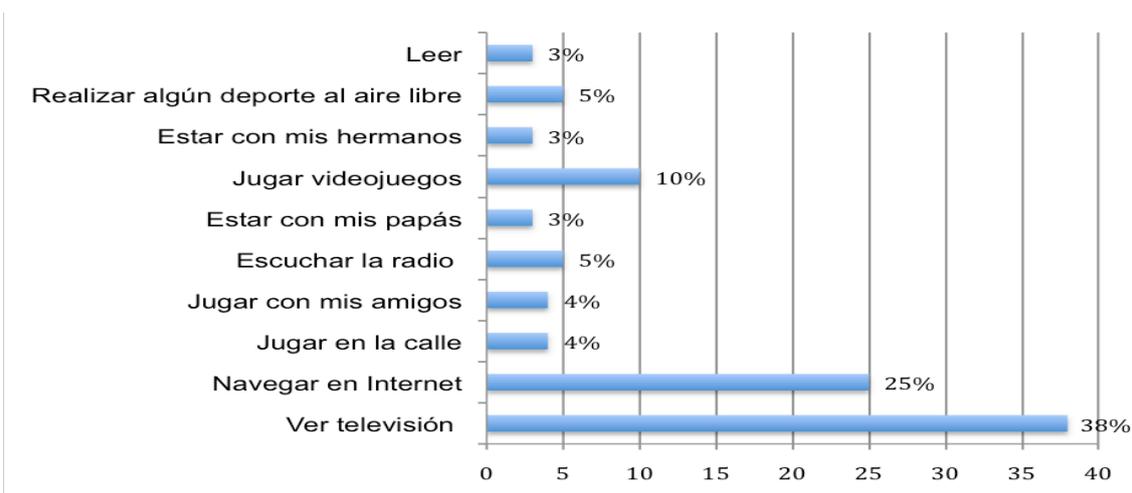
12.- ¿Qué es importante en la vida de un joven como tú, en la actualidad?



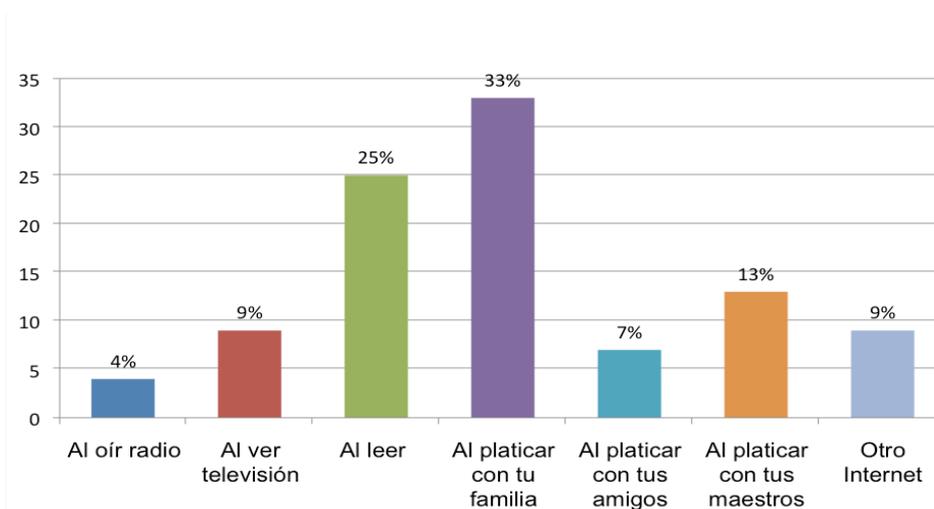
13.- En la actualidad ¿qué te preocupará más?



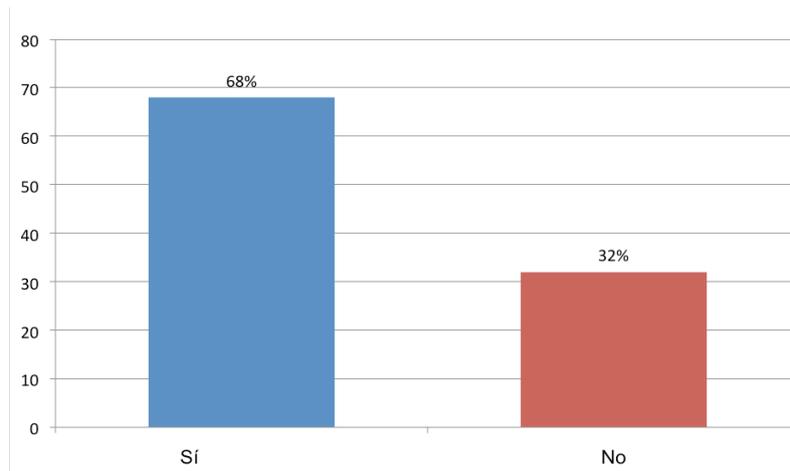
14.- ¿Qué prefieres hacer cuando no estás en la escuela? (enumera del 1 al 10 lo que más gusta hacer a lo que menos te gusta hacer)



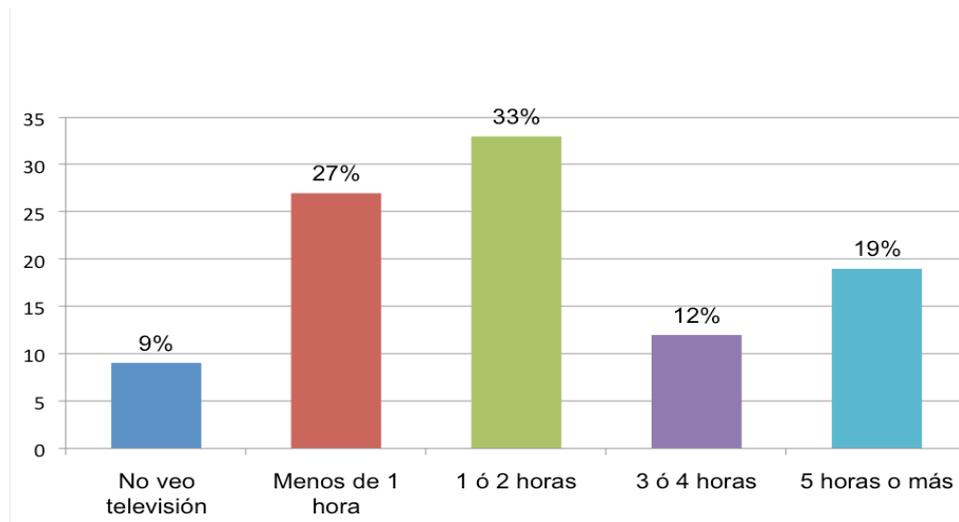
15.- Cuando quieres aprender cosas nuevas, a parte de las que te enseñan en la escuela, ¿dónde las aprendes?



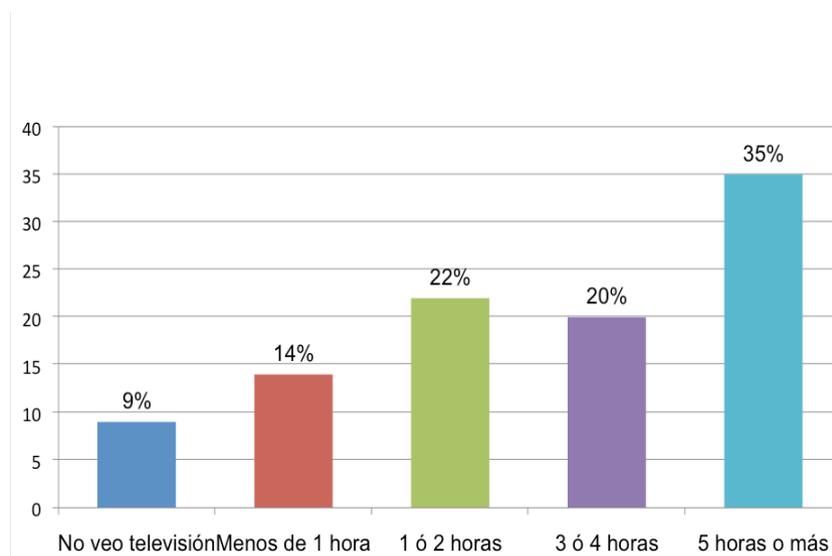
16.- ¿Ves televisión todos los días?



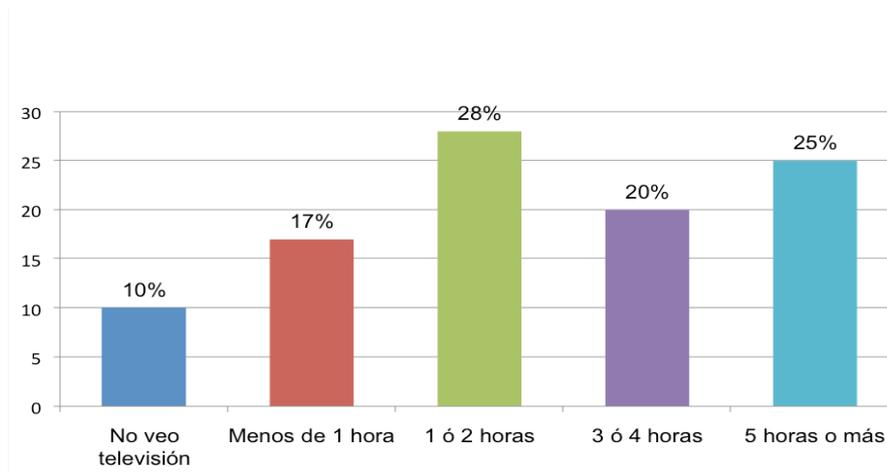
17.- En los días que vas a la escuela, ¿cuánto tiempo ves televisión?



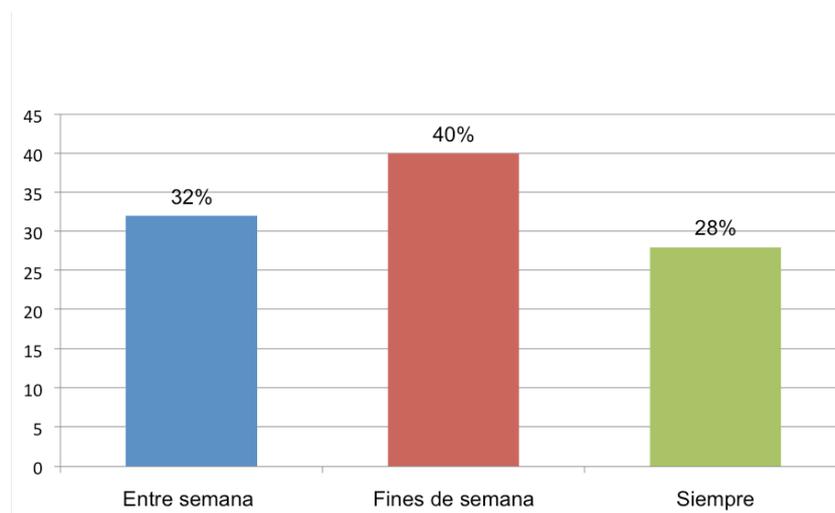
18.- ¿Cuánto tiempo ves televisión los sábados?



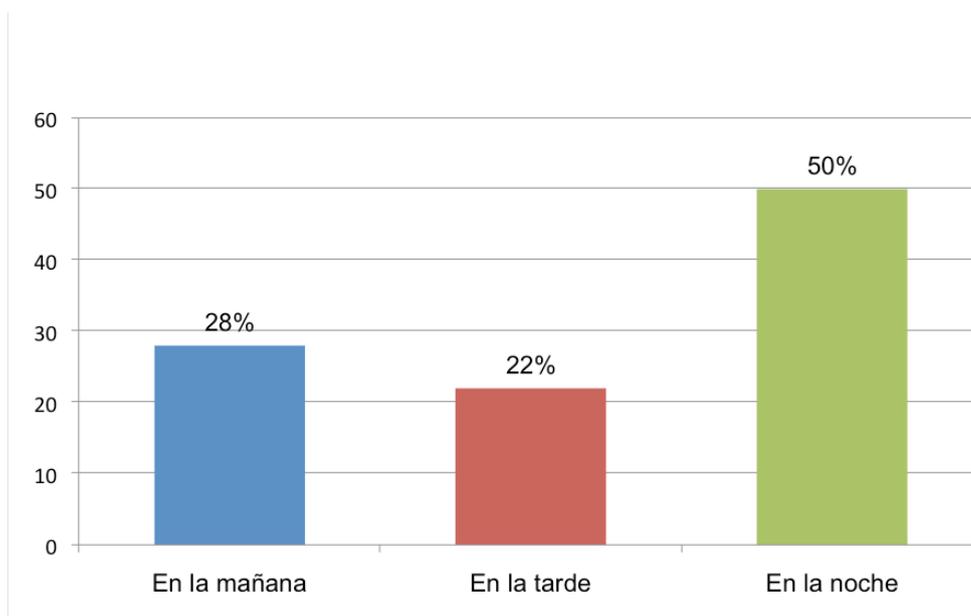
19.- ¿Cuánta televisión ves los domingos?



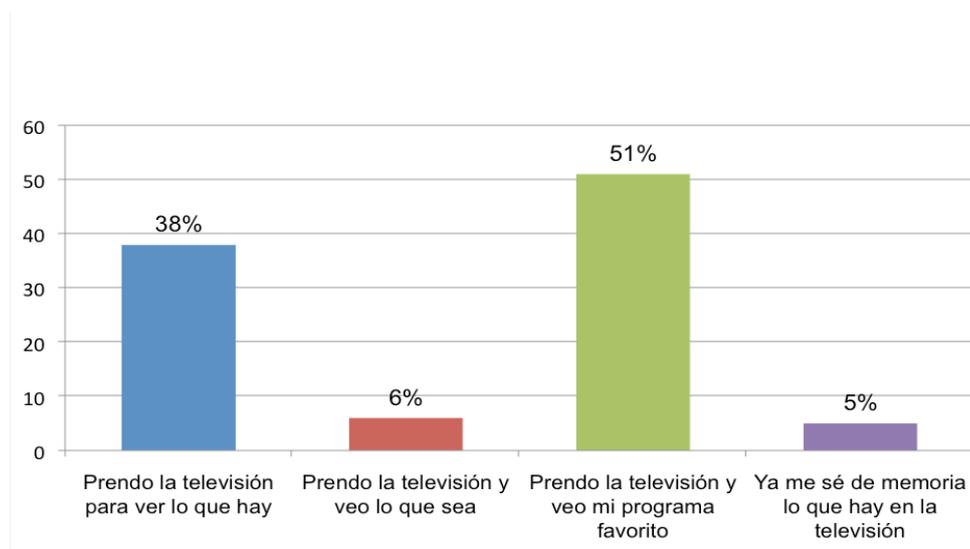
20.- ¿Cuándo ves más televisión?



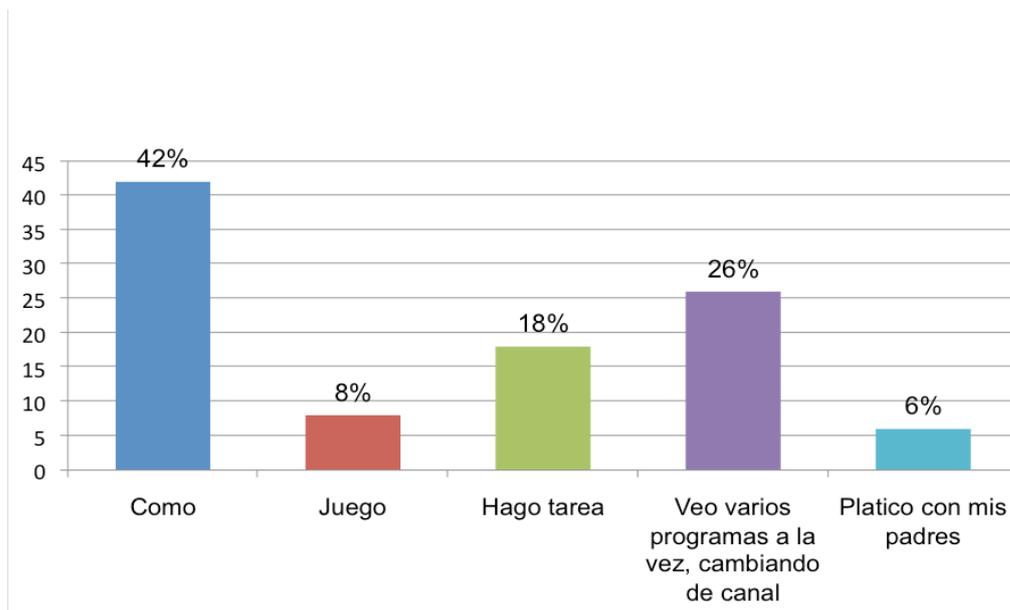
21.- ¿Cuándo te gusta ver más televisión?



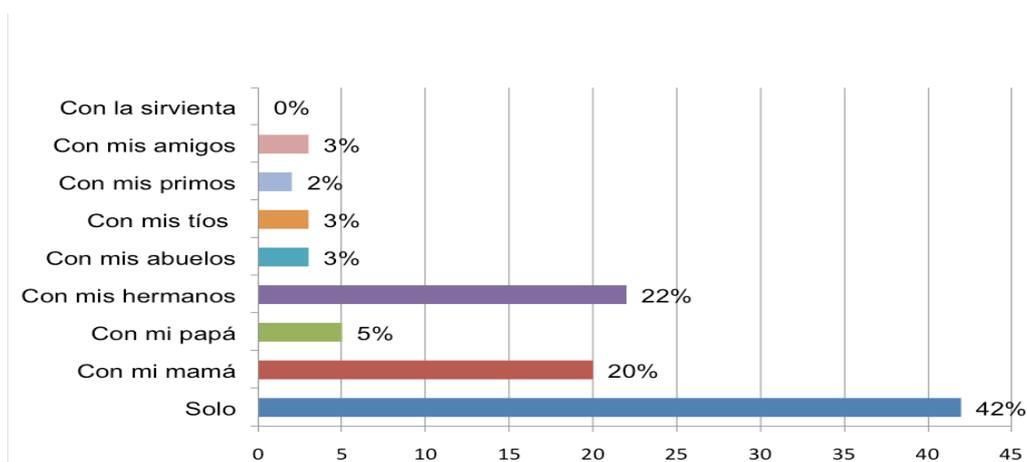
22.- ¿Qué es lo primero que realizas cuando vas a ver televisión?



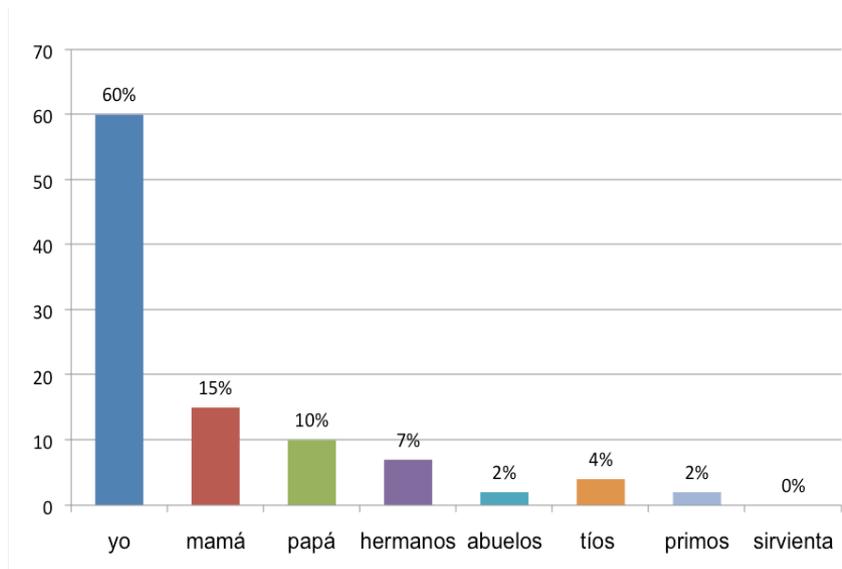
23.- Mientras estás viendo la televisión, ¿qué es lo que generalmente haces?



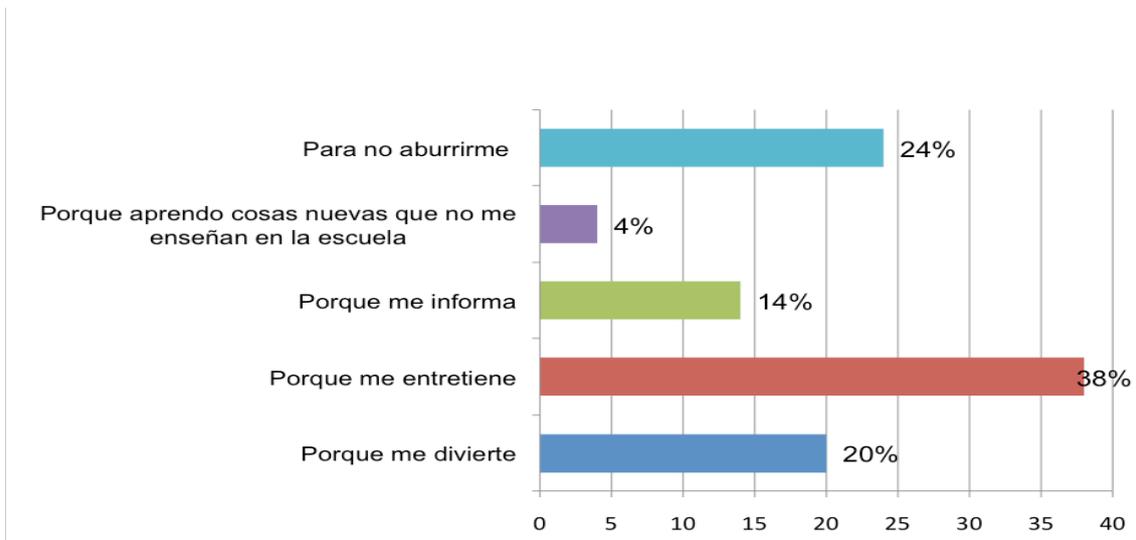
24.- ¿Generalmente con quién ves televisión?



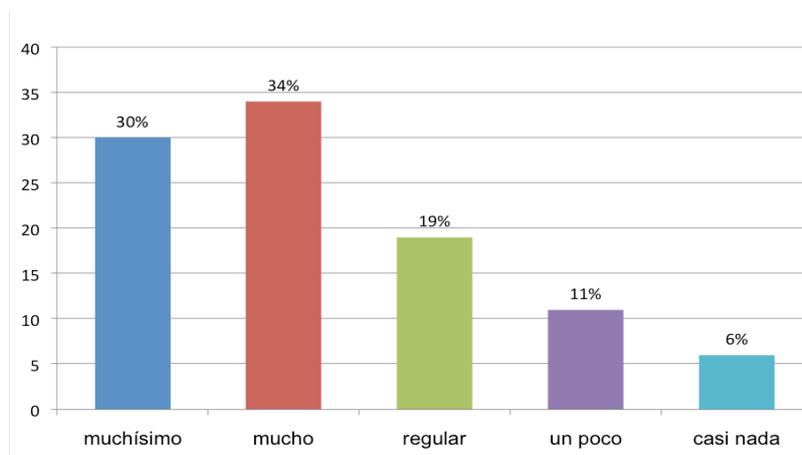
25.- La mayoría de las veces, ¿quién escoge los programas?



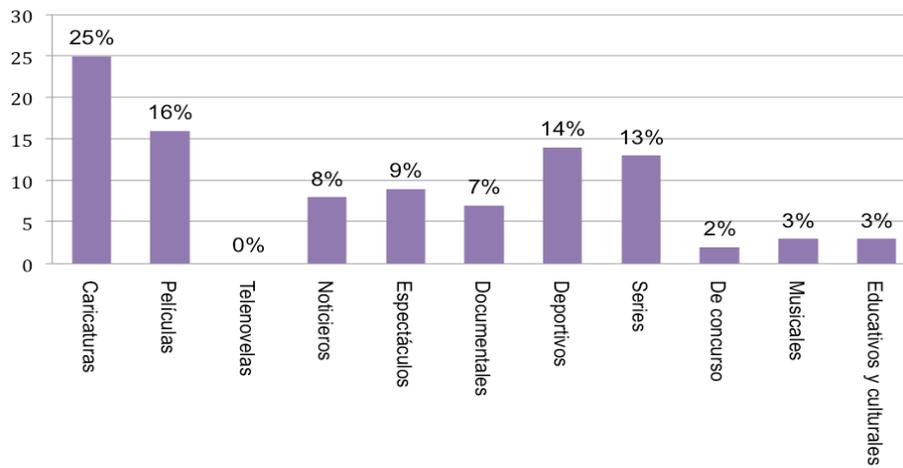
26.- ¿Por qué ves la televisión?



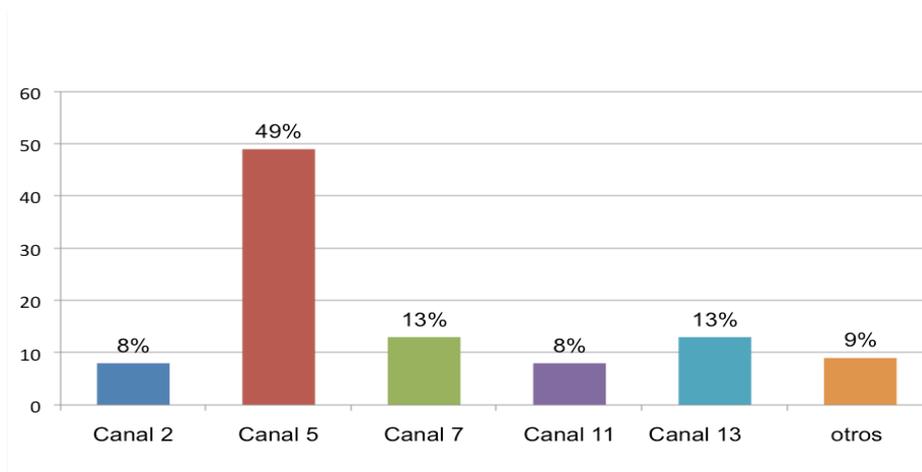
27.- Cuando ves la televisión por la razón que elegiste en la pregunta anterior ¿qué tanto te gusta?



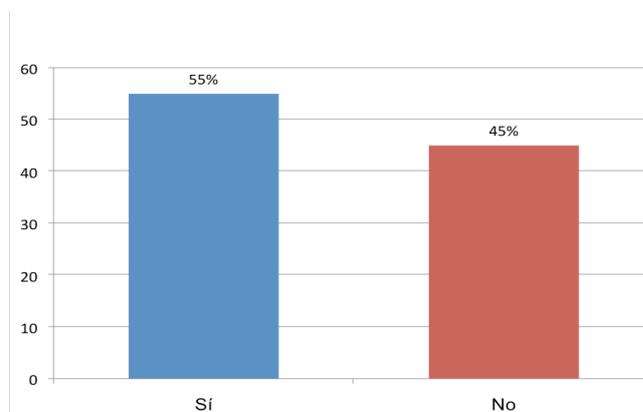
28.- ¿Qué tipo de programas te gustan ver? (enumera del 1 al 9)



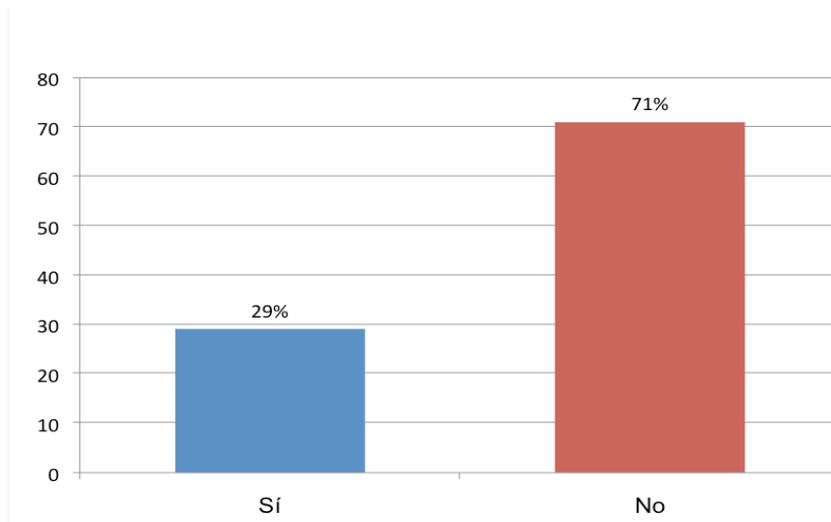
29.- ¿Cuál es tu canal favorito?



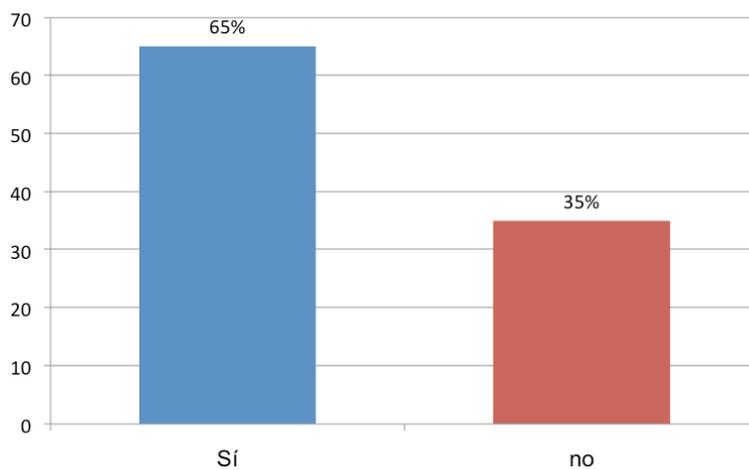
30.- Mi papá o mi mamá me regañan cuando veo mucha televisión.



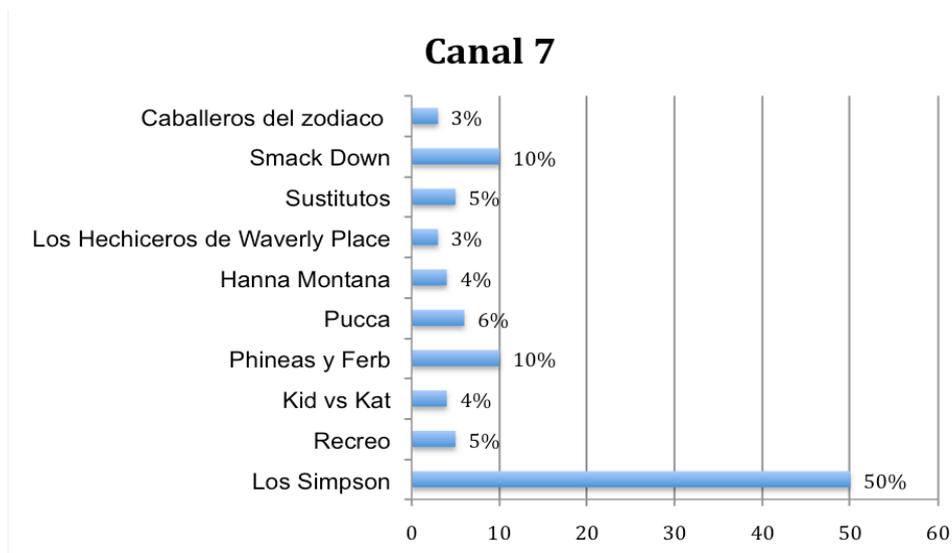
31.- A veces me castigan sin ver televisión.

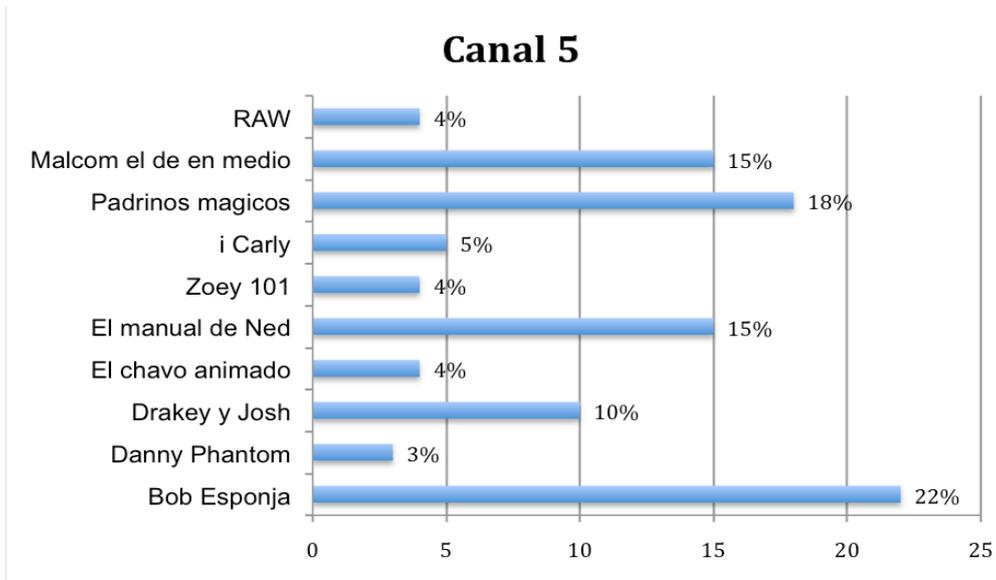


32.- Mi papá o mi mamá me prohíben ver algunos programas de televisión.

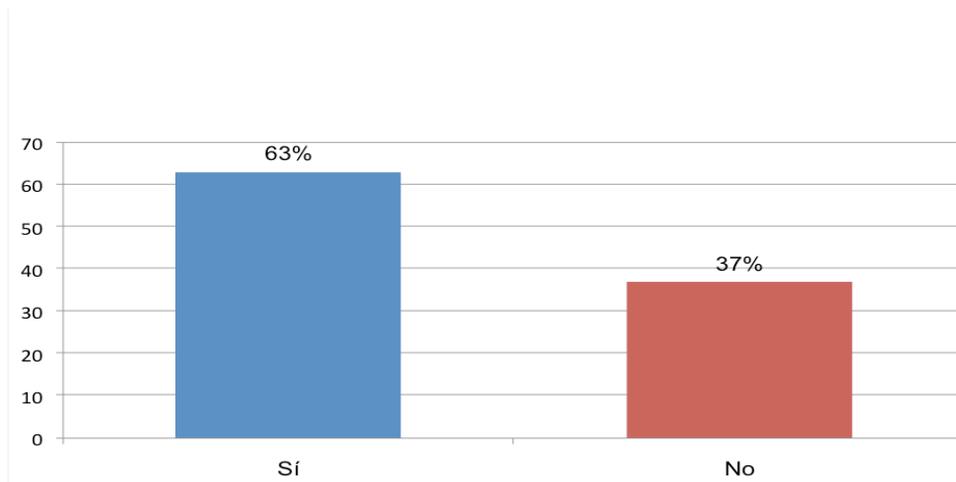


33.-Escribe 10 programas de Canal 5 y Canal 7 que te gusten ver.

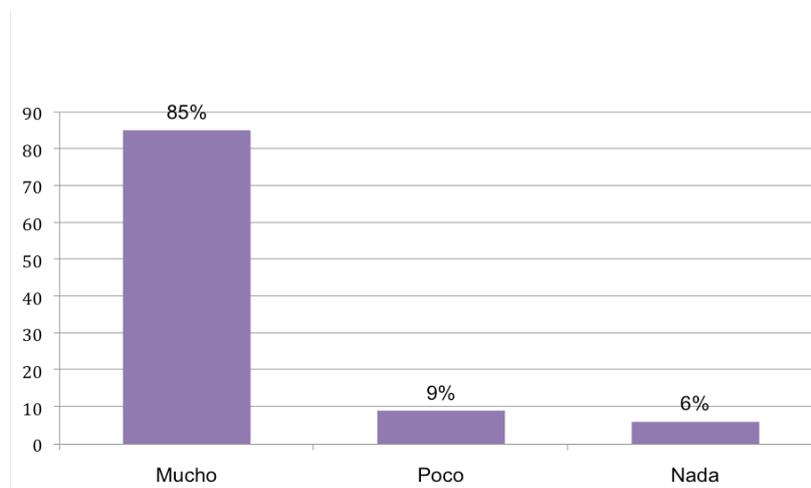




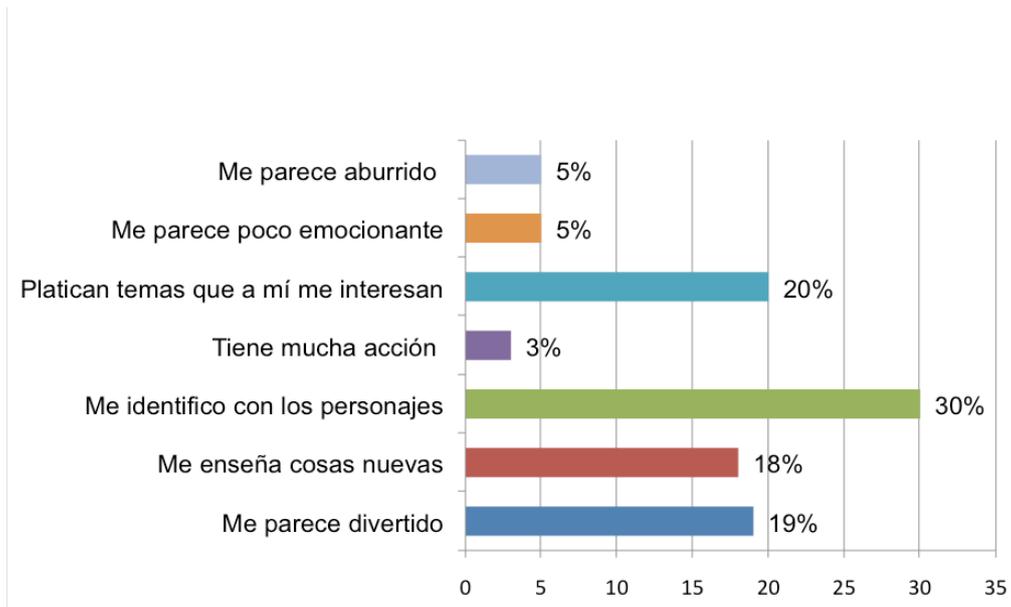
34.- ¿Llegaste a ver un programa que se llamaba el “El Show de los Once”, que se transmitía por canal 11?



35.- ¿Te gustó el programa del “El Show de los Once”? (proyección del programa)



36.- De acuerdo a la razón anterior, ¿por qué? (enumera del 1 al 7)



37.- Si existiera un programa dirigido a gente como tú, ¿qué temas te gustaría que se desarrollaran? (puedes marcar más de una respuesta)

