



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ARAGÓN**

**LA TELEVISIÓN EDUCATIVA-CULTURAL Y  
EL ANALFABETA**

**T E S I S**  
**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE**  
**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**  
**PRESENTA**  
**KARINA MARRÓN PONCE**

**ASESOR:**  
**DR. RAFAEL AHUMADA BARAJAS**



Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México, 2016



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **AGRADECIMIENTOS**

Sería una ingrata si terminara esta investigación sin un reconocimiento a cada una de las personas que me ayudaron en este proceso del término de mis estudios profesionales. El camino no fue fácil así que al menos quiero dejar por escrito lo agradecida que estoy con cada uno de ellos.

**A mis padres**, que me han inculcado los valores que me forman como individuo, sin sus enseñanzas, su paciencia y su ejemplo creo que no habría llegado hasta aquí, gracias por depositar en mí su confianza y ayudarme a cumplir una meta que me había propuesto hace unos años. Su amor infinito me hace muy afortunada. ¡Los amo!

**A mis hermanas**, por sus consejos y motivación que me ayudaron a superar los obstáculos que surgieron en este tiempo. Sin sus ideas tal vez no hubiera encontrado la solución tan rápido aunque la tuviera frente a mí. ¡Las amo!

**A la Universidad Nacional Autónoma de México**, mi alma máter que me brindó la oportunidad de tener una instrucción de calidad con las herramientas necesarias que pone a disposición del alumno. Durante mi estancia como estudiante pude darme cuenta de la importancia que tiene una formación integral académica y cultural para el desarrollo humano. Su compromiso educativo con el país me inspiró a emprender proyectos más incluyentes en beneficio de los demás.

Por supuesto a mi asesor, el **Dr. Rafael Akumada Barajas**, gracias por su tiempo, sus consejos y recomendaciones cuando no sabía cómo continuar ante mis inquietudes. Siempre tuvo un comentario acertado para las dudas que me surgieron durante todo el proceso de la investigación, le estaré eternamente agradecida.

A la **Dra. Araceli Noemi Barragán Solís**, quien colaboró en la germinación de la idea plasmada en esta tesis. Gracias a sus consejos pude aclarar mis dudas ante la tarea que tenía por delante.

A **Carlos Moreno Garay**, técnico docente del INEA en la colonia San Cristóbal Centro del municipio mexiquense de Ecatepec, quien me brindó todas las facilidades posibles para que yo pudiera trabajar con los alumnos. También a todo el equipo de formadores y asesores de dicho centro quienes me brindaron información valiosa para poder realizar el trabajo de campo, eje central de mi investigación.

Por último, sin restarle importancia, gracias a cada **estudiante del JNEA** que me dio la confianza de indagar en su vida cotidiana. Su testimonio fue de gran valía para comprender la importancia de generar contenido más instructivo e incluyente con la sociedad.

**INTRODUCCIÓN** **5**

---

**CAPÍTULO 1 LA TELEVISIÓN Y LA CULTURA EN MÉXICO** **10**

---

<b>1.1 LA INDUSTRIA TELEVISIVA EN MÉXICO</b>	<b>11</b>
1.1.1 TELEVISIÓN COMERCIAL Y ESTATAL	13
<b>1.2 MONOPOLIOS TELEVISIVOS</b>	<b>17</b>
1.2.1 AUDIENCIAS Y RATING: NEGOCIOS DE LA TELEVISIÓN	20
<b>1.3 LA TELEVISIÓN EDUCATIVA-CULTURAL</b>	<b>30</b>
1.3.1 DEFINICIÓN DE CULTURA	32
1.3.2 ¿QUÉ ES LO QUE HACE QUE LA TELEVISIÓN SEA EDUCATIVA-CULTURAL?	37
<b>1.4 OFERTA PROGRAMÁTICA EDUCATIVA-CULTURAL EN TELEVISIÓN ABIERTA</b>	<b>39</b>

**CAPÍTULO 2. TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN EN LA POBLACIÓN ADULTA EN ALFABETIZACIÓN** **45**

---

<b>2.1 RELACIÓN DE TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN</b>	<b>46</b>
<b>2.2 ALFABETIZACIÓN EN MEDIOS</b>	<b>55</b>
<b>2.3 ANALFABETISMO EN LA POBLACIÓN ADULTA</b>	<b>61</b>
<b>2.4 LA POBLACIÓN ANALFABETA DEL INEA Y SU INTERACCIÓN CON LA TV</b>	<b>67</b>

**CAPÍTULO 3. LO QUE ELLOS APRENDEN DE LA TELEVISIÓN** **70**

---

<b>3.1 ESTRUCTURA DEL INEA</b>	<b>71</b>
3.1.1 CENTRO INEA EN ECATEPEC	72
3.1.2 PLAN DE ESTUDIO DEL INEA	74
3.1.3 POBLACIÓN DEL INEA EN ECATEPEC	80
<b>3.2 CONSUMO TELEVISIVO DE LOS ESTUDIANTES DEL INEA</b>	<b>82</b>
3.2.1 METODOLOGÍA	83
3.2.3 CONSUMO TELEVISIVO	103
3.2.4 TELEVISIÓN EDUCATIVA Y CULTURAL	119
3.2.5 CONTRIBUCIÓN DE LA TELEVISIÓN AL ENTORNO DEL ANALFABETA	121

**CONCLUSIONES** **127**

---

**FUENTES DE CONSULTA** **137**

## INTRODUCCIÓN

La programación televisiva se encuentra en constante transformación pues desde que se inició, su razón de existir siempre ha tenido un interés comercial por lo que la ganancia generada por la captación de audiencias se vuelve primordial para la permanencia de determinados programas en la barra programática de las televisoras.

Bajo esta premisa, el contenido está enfocado en el entretenimiento por lo que los programas televisivos no pueden desarrollar un mayor nivel de calidad, donde prevalezca el contenido educativo y cultural que responda a un interés en beneficio de todos los sectores de la población.

Es por esta razón que el presente trabajo toma en cuenta un grupo que no había sido estudiado: la población analfabeta que ha iniciado sus estudios en educación básica. Dicho sector no tiene una base académica que les permita desarrollar habilidades cognitivas que les faciliten la comprensión de su entorno y en un futuro, ver con sentido crítico el contenido en los medios.

Así pues, esta Investigación de carácter cualitativo con un enfoque interpretativo busca conocer la contribución del contenido televisivo a las personas en proceso de alfabetización del INEA quienes viven en un ambiente de marginación económica y social por lo que se encuentran en desventaja ante diversas oportunidades que les permitan elevar su nivel educativo y cultural y así puedan utilizar dicho contenido en su beneficio.

Como se podrá deducir, en el ámbito educativo los analfabetas no han sido favorecidos. De acuerdo con datos de la Encuesta Intercensal 2015 realizada por el Instituto de Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el 5.8% de la población a nivel nacional, no cuenta con educación de ningún tipo y en el caso de las personas que sí tuvieron una educación formal, sólo un poco más de la mitad de los mexicanos tiene educación básica, con 53.5%.

Esto quiere decir que cerca de siete millones de personas en México no saben leer y escribir. Si comparamos esta cifra con los datos del IFT, que señalan que los sectores

de la población que más ven televisión pertenecen a la clase baja y media baja con 59.54%, se puede constatar que la educación, y una marginación económica son factores que van a delimitar el consumo televisivo.

Sin embargo, para que dicho sector de la población pueda desarrollar sus capacidades críticas ante los mensajes mediáticos, es necesario que cuenten un bagaje cultural en constante crecimiento, pues les ayudará a entender el contenido de trasfondo que se encuentra en los diferentes formatos televisivos.

Esta relación entre la educación y la televisión se ha visto estrechamente relacionada dado que ambas son instituciones sociales fundamentales para el desarrollo de la cosmovisión del individuo, misma que se ve fortalecida por la interacción social que éste tiene como base. Como se puede deducir, no sólo basta con saber leer y escribir sino es necesario que exista un pensamiento crítico en el televidente que propicie el crecimiento de sus horizontes.

Es así que la presente investigación se apoya del fundamento teórico del filósofo Alfred Schutz sobre la construcción de la realidad y el conocimiento que hace el sujeto al relacionarse con su entorno. Este autor señala que el mundo es un espacio donde existe una experiencia compartida que permite a los miembros de una comunidad hacer tipificaciones preconcebidas y aceptadas socialmente.

Bajo esta teoría sociológica se pudo hacer una aproximación para el análisis del impacto de la televisión en las personas analfabetas pues los sujetos construyen su conocimiento siguiendo patrones sociales, es decir, sus saberes son individuales sin embargo, son resultado de una cosmovisión colectiva donde la televisión es un elemento mediador entre las instituciones (políticas, sociales o culturales) y el espectador.

Dado que este trabajo tiene una postura interpretativa, se apoyó en la etnografía, una herramienta de investigación cualitativa considerada como el conjunto de prácticas y herramientas desarrolladas para realizar la tarea de describir las múltiples formas en

que los humanos han logrado darle sentido a su vida y explicar sus circunstancias, por lo que su tarea principal es documentar lo que no se ha dicho de la realidad social.<sup>1</sup>

Dado el carácter de interpretativo, la atención se centró en la descripción de situaciones o comportamientos de los analfabetas frente a la televisión por lo que se utilizó la entrevista a profundidad, técnica que permite la exteriorización de las ideas y la generación de conocimientos sobre la vida social del sujeto estudiado.<sup>2</sup>

Estas entrevistas se realizaron a 16 personas que estudian en un centro de capacitación del INEA ubicado en San Cristóbal Centro, en el municipio mexiquense de Ecatepec de Morelos durante los meses de octubre del 2015 a febrero del 2016, esto debido a los diferentes horarios que los estudiantes tenían y las actividades que debían realizar durante sus clases.

Para la elaboración de las entrevistas se realizó un esquema que toma en cuenta cuatro ejes temáticos para su posterior análisis:

1. Perfil sociocultural
2. Consumo televisivo
3. Televisión educativo cultural
4. Contribución de la televisión al entorno del analfabeta

Cada eje temático estuvo orientado a conocer de manera profunda sus intereses televisivos y la manera en que los mensajes que reciben fueron interpretados. En el caso del primero, fue pensado para conocer el ambiente donde se ha desarrollado el individuo, saber sobre su entorno para entender su modo de pensar. El segundo fue para conocer las causas sobre su selección programática.

El tercer eje tuvo el objetivo de conocer la percepción que tiene el receptor sobre los programas educativos o culturales y si los ven, saber el impacto que tienen en su vida cotidiana. El último eje se realizó para conocer cómo es que los individuos exteriorizan

---

<sup>1</sup> Elsie Rockwell. "La experiencia etnográfica. Historia y cultura de los procesos educativos" en Eva Escutia Alatorre. *Influencia de los medios de comunicación en la construcción de valores profesionales de los estudiantes de comunicación y periodismo de la FES Aragón UNAM durante su formación universitaria*. p. 11.

<sup>2</sup> María Luisa Tarrés. *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. p. 90.

el aprendizaje o enseñanzas que ven en televisión y si han incrementado sus conocimientos o su entendimiento del entorno que lo rodea

Una vez realizadas las entrevistas, se reconstruyó el discurso de cada informante con base en un esquema de configuración del consumo televisivo que involucra su contexto social en mayor y menor escala, es decir; el macrocontexto, donde se representa el sistema ideológico de su entorno, y el microcontexto, donde podemos ver la relación del individuo en sus escenarios cotidianos.

Así, en el primer capítulo se podrá conocer de manera general la condición de la televisión mexicana, desde las políticas regulatorias de su contenido, producto del mundo globalizado que los monopolios televisivos han ajustado de acuerdo a sus intereses económicos así como la situación de la televisión educativa-cultural, su difusión en nuestro país por medio de proyectos educativos así como sus características.

En el segundo capítulo, se explica la relación existente entre la televisión y la educación así como la importancia de complementarse para estimular el pensamiento crítico del espectador. Bajo esta premisa se describirá la condición en que se encuentra la población analfabeta y su interacción con la televisión, un medio importante dado que es el que determina una parte de su cosmovisión.

Ya en el último apartado se describen las características socioculturales de la población adulta en proceso de alfabetización del INEA y la reconstrucción de su discurso, donde se podrá conocer la aportación del contenido televisivo y si éste contribuye a elevar su nivel educativo o cultural.

La investigación es relevante en el ámbito de la comunicación pues se considera que pondrá en evidencia la programación a la que hoy en día está expuesta la gente y ayudará a reflexionar más sobre este tema dado la influencia que ejerce este medio de comunicación en la sociedad.

Con este panorama, es importante estudiar la televisión, en primera instancia por el impacto que tiene en la sociedad mexicana y su facilidad de alcance entre la población

así como la cantidad de programas que se transmiten en televisión abierta. Muchos de éstos tienen pocos temas de carácter cultural y educativo que determinan la conducta, pensamiento e ideología del televidente, quien se vuelve vulnerable si tiene poca o nula instrucción en los saberes universales.

Cada vez existen menos programas donde se estimula el pensamiento crítico de las persona, una situación desfavorable si centramos la mirada en sectores más vulnerables como la población analfabeta. Para estas personas la convivencia en sociedad es complicada pues no les permite desenvolverse plenamente dentro de su entorno.

Como estudiante de los medios, considero pertinente investigar esta situación pues la televisión es uno de los medios más importantes y de mayor penetración que tiene la gente a su disposición y por lo tanto, se convierte en un deber social generar contenido de calidad como un modo responsable de transmitir espacios con información útil y provechosa al espectador que a su vez contribuyan a elevar su pensamiento crítico.

Así la presente investigación busca presentar el testimonio de las personas analfabetas frente a la televisión y conocer el impacto que ésta tiene sobre ellos así como la percepción que tienen sobre el contenido programático, lo que puede ayudar a mejorar el contenido en televisión para los diversos grupos que están frente a este medio de comunicación.

## **CAPÍTULO 1. LA TELEVISIÓN Y LA CULTURA EN MÉXICO**

La televisión es uno de los medios de comunicación y difusión con mayor penetración en la sociedad mexicana, desde hace varias décadas ha evolucionado en cuanto a su estructura, el formato de presentar los programas y el contenido que ofrecen al público, que como parte de una estructura macroeconómica del mundo actual, principalmente busca satisfacer necesidades de carácter comercial, sin embargo, se ha dejado de lado una función importante para la sociedad, la educativa.

Esta función se puede observar en la influencia del medio para la conformación de la estructura social, como es el caso de comunidades alejadas de las zonas urbanas, o gente de escasos recursos, donde la televisión toma mayor importancia pues como único medio de distracción y entretenimiento, se vuelve determinante para formar sus propios ideales, ayudar al entendimiento de su entorno, modelar comportamientos y adquirir conocimientos, ya sea intencionadamente o de manera indirecta.

Sin embargo, en el caso de nuestro país, la industria televisiva se ha centrado en generar formatos de contenido programático orientados a la publicidad y el entretenimiento, enfocado en audiencias masivas que le generen mayores ganancias, lo que ha ocasionado una escasa oferta educativa-cultural y una limitada diversidad en el medio.

Debido a esta tendencia, la televisión se ha convertido en un negocio concentrado en unas cuantas manos, es decir, los llamados consorcios televisivos, quienes delimitan el contenido programático por medio de una agenda mediática, que muchas veces responde a intereses políticos y económicos del gobierno en turno, así como de empresas que buscan posicionar algún bien o servicio.

Este interés por lo comercial ha generado muchos problemas a la televisión educativa-cultural para ganarse un lugar en la televisión abierta a través de los años, pues no existe una difusión adecuada de programas de este tipo, necesarios para formar un sentido más crítico en el televidente ni mucho menos una oferta programática más diversa que enriquezca el contenido en este medio.

## 1.1 La industria televisiva en México

A lo largo de la historia, la comunicación como forma de transmisión de mensajes entre un emisor y un receptor, ha buscado que se compartan significados que ayuden a darle un sentido a lo que está a nuestro alrededor.

Con la invención del alfabeto y posteriormente la escritura, hace más de 5000 años, en las civilizaciones antiguas, se modificó la forma en que los seres humanos comprendieron la realidad. Esta perspectiva se acrecentó con la llegada de la imprenta, que Johannes Gutenberg inventó alrededor de 1446, con lo que se revolucionó el intercambio de ideas al darle el carácter de comunicación de masas.

Después de la imprenta, la televisión fue el medio de comunicación masiva que trajo consigo una perspectiva distinta de entender el entorno pues con la integración del sonido y la imagen, la información obtenida influyó de manera profunda en las estructuras sociales. Fue tal su impacto que al día de hoy, tiene un importante influjo en la fijación de valores, conductas, ideologías y formas de organización de la sociedad.

Aunque en sus orígenes desde la década de 1920, en varias partes del mundo como Alemania (1928), Inglaterra (1929) y Francia (1932), ya se tenía experiencias de transmisión televisivas, el sistema de televisión tuvo su auge en 1946, después de la Segunda Guerra Mundial, cuando se impulsó su desarrollo técnico por medio de países como Estados Unidos y la Unión Soviética<sup>3</sup>.

En el caso de México, fue el sexto país a nivel mundial en tener un sistema televisivo luego de que el ingeniero mexicano Guillermo González Camarena ideara un prototipo televisivo con el que logró patentar la televisión a color y con ello empezó una nueva era para las comunicaciones de ese entonces.

Tiempo después, la televisión en México quedó oficialmente inaugurada. La población vio por primera vez una imagen a través de un aparato receptor de ondas, el 31 de agosto de 1950 y la primera transmisión fue al día siguiente, el 1° de septiembre en que

---

<sup>3</sup>Stanley J. Baran y Jorge Hidalgo. *Comunicación masiva en Hispanoamérica. Cultura y literatura mediática*. p. 345.

se pudo ver en televisión doméstica al presidente de México, Miguel Alemán Valdés, rindiendo su informe anual a la nación.<sup>4</sup>

Ahora bien, con la masificación de la televisión, se gestó la idea de comercializar el aparato pues, pese a que anteriormente ya existía la radiodifusión en México como precursora de la televisión, fue con este nuevo invento que se desarrolló un método diferente en la forma de relacionarse con el exterior pues comenzó a verse como un proyecto relacionado muy de cerca con la política y con un fin lucrativo.

Es así que la televisión mexicana se inclinó por un modelo comercial, basado en el sistema televisivo estadounidense, a diferencia de otros países europeos como Francia, Austria, Holanda e Inglaterra, quienes asumieron desde su origen el control de la radiodifusión<sup>5</sup> y hasta el momento muchos de esos sistemas, con un impuesto llamado “canon” que es pagado por la ciudadanía, son muy bien aceptados.

Dadas estas condiciones, el sector televisivo de la industria cultural mexicana, se ha caracterizado por tres rasgos:

1. Estar altamente concentrado, impidiendo el acceso de otros actores-emisores y con ello, limitar la pluralidad de discursos.
2. Estar estrechamente ligado al sistema político mexicano.
3. Priorizar contenidos de entretenimiento sobre los políticos, ya sea provenientes del mercado norteamericano o de manufactura nacional, sobre todo con los programas de ficción<sup>6</sup>.

El naciente proyecto vislumbró una estrecha relación con el Estado, siendo determinante en los contenidos programáticos, pues como se mencionó anteriormente, el mercado televisivo en el país se convirtió en un negocio que, además de responder a intereses políticos, buscaba abarcar grandes masas para generar ganancias. Relación que explica Guillermo Orozco:

---

<sup>4</sup> Guillermo Orozco Gómez. *Historia de la televisión en América Latina*. p. 206.

<sup>5</sup> Norma Pareja Sánchez. "Televisión y democracia: La televisión abierta y su oferta en la Ciudad de México". Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v7n14/v7n14a5.pdf>. Acceso 17 de julio de 2016.

<sup>6</sup> *Ibidem*, p.103.

En México partido y televisión han sido como dos caras de la misma moneda a lo largo de más de 50 años, esta alternancia política ha contado con una relativa competencia en proyectos políticos-económicos que distinguen la televisión en México...No sería aventurado sostener que en México se ha vivido una dictadura televisiva que ha permitido que el consorcio Televisa (antes Telesistema Mexicano) haya podido imponer y mantener un modelo de televisión único y funcional a sus propósitos mercantilistas y los propósitos políticos del gobierno a lo largo de casi cinco décadas consecutivas.<sup>7</sup>

Desde este punto, es así que surge la televisión pública, como un intento de contrarrestar el surgimiento de monopolios como el poder mediático de Telesistema Mexicano (después Televisa) con el magnate de la comunicación de ese entonces, Emilio Azcárraga Vidaurreta, pero particularmente como espacios de amplitud y proyección política.<sup>8</sup>

La televisión pública también es llamada televisión educativa, estatal, cultural, permisionada u oficial y hace referencia a “todos los sistemas, aparatos, canales, que independientemente de sus contenidos, han surgido de un premio estético, de un interés político, un objetivo que apunta al uso social y educativo de la tecnología, del servicio público con un alcance masivo y dependen de igual estancia del estado”.<sup>9</sup>

Como se puede observar, esta clasificación nos indica una diferencia muy clara entre televisión estatal y comercial, pues mientras la primera tiene por deber la generación de programas con mayor contenido educativo-cultural, la segunda busca producir mayores ganancias a través de la audiencia por medio de la venta de espacios publicitarios y propagandísticos, que es el modelo imperante en la televisión mexicana.

### 1.1.1 Televisión comercial y estatal

Ahora, desde el punto de vista económico, la televisión se puede clasificar en dos sectores:

La **televisión pública o estatal**, con su financiación pública, total o hegemónica, que no vende nada a nadie. En su forma dominante de financiación por un canon o impuesto específico, se dirige al ciudadano, que paga por la disponibilidad de unas

---

<sup>7</sup>Guillermo Orozco Gómez, *op.cit.*, p. 203.

<sup>8</sup> Florence Toussaint Alcaráz. *La televisión pública en México. Directorio y diagnóstico (2007-2008)*, p. 137.

<sup>9</sup>*Idem.*

programaciones protegidas de la presión comercial, incluso en el caso de que no las consuma,<sup>10</sup> como en el los países europeos mencionados anteriormente, donde este tipo de sistemas gozan de gran aceptación.

Y la **televisión comercial**, que tiene fines de lucro con su audiencia pues siempre buscará un fin económico. Ésta a su vez se divide en dos:

1. La televisión publicitaria, que se enfoca en vender y el operador se constituye en auténtica máquina de transformar inversiones en programas en ingresos sacados de la audiencia de esos programas, y en donde el espectador-ciudadano ha sido sustituido por el consumidor (telespectador en cuanto al comprador de bienes y servicios).<sup>11</sup>
2. La televisión de pago, que vende la disponibilidad (en en abono) o el consumo efectivo de unos programas exclusivos y se dirige, no al ciudadano ni al consumidor en general, sino al espectador-cliente, al mismo título que en cualquier otro producto o servicio.<sup>12</sup>

Esta clasificación general de la televisión en México ha convivido desde sus inicios, cuando la televisión mexicana fue creada como un proyecto de nación, donde empresarios mexicanos comenzaron a buscar poder mediático por medio de concesiones que fueron otorgadas por el estado y así comenzar a transmitir por medio de sus señales, atendiendo los intereses políticos del gobierno en turno y conformar lo que más adelante serían los grandes monopolios televisivos que tenemos.

Es así como empieza la televisión comercial a manos de varios empresarios mexicanos entre los que destacaron Emilio Azcárraga Vidaurreta, el pionero de la radiodifusión en México con su estación XEW y fundador del imperio mediático más importante del país: Televisa. También estuvieron Rómulo O’Farril y el inventor de la televisión a color, Guillermo González Camarena a quien se le otorgó la concesión de Canal Cinco.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Enrique Bustamante Ramírez. *La televisión económica. Financiación, estrategia y mercados*. p. 20.

<sup>11</sup> Diverder/ Coste-Cerdán en Enrique Bustamante Ramírez *ibidem*, p.21.

<sup>12</sup> *Idem*.

<sup>13</sup> Guillermo Orozco Gómez, *op. cit.*, p. 207.

Esta relación entre ambos poderes, el del Estado mexicano y el poder mediático, provocó el surgimiento de los monopolios televisivos que ahora conocemos, delimitando así el contenido que sería transmitido, donde las funciones de la televisión fueron de carácter propagandístico, publicitario (en cuestión de productos y servicios), de control social, así como de la conservación de una buena imagen del gobierno de cada época como lo señala Carlos M. Arnaz:

Las funciones tradicionales de los medios audiovisuales han sido tres: atraer audiencias masivas y relativamente fieles para intercambiarlas por ingresos publicitarios (fútbol y otros deportes, función cinematográfica, espacios de entretenimiento televisivo), aportar prestigio e imagen de calidad para el canal con el objeto de facilitar el trueque de notoriedad por audiencia en determinadas circunstancias o por influencia social en otras (informativos y eventos de gran interés político) y contribuir a la legitimación tanto del emisor como de un público que con frecuencia tiene mala conciencia del tiempo excesivo que dedica al medio...<sup>14</sup>

Así, la televisión comercial se ha dedicado a producir formatos que han sido exitosos en otros países pero que no se pueden aplicar al nuestro pues la “concentración, discrecionalidad y contenidos de baja calidad son las tres coordenadas que describen esta industria”.<sup>15</sup>

Debido a esta razón, la calidad en la programación televisiva se ha visto mermada pues los intereses de las empresas en los medios han impedido que se desarrolle un contenido más educativo en la televisión pública, donde se invite a la crítica y conciencia del entorno en que se vive.

Esta situación es provocada por el enfoque comercial de la televisión, que se ha mantenido a lo largo de los años como principal proveedor de entretenimiento sin darle prioridad a espacios para la crítica como lo señala el periodista Genaro Villamil:

En el lenguaje simbólico de la televisión mexicana predomina la uniformidad por encima de la diversidad y prevalecen la banalidad y lo efímero. Pensar, debatir y contrarrestar es aburrido, no vende, no genera rating. Es mejor dramatizar, inducir repetir, copiar géneros de moda como los *reality shows*, aunque su efecto sea tan fugaz.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Carlos M. Arnaz. *Negocios de Televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*. p 97.

<sup>15</sup> Genaro Villamil. *La televisión que nos gobierna. Modelos y estructura desde sus orígenes*. p 10.

<sup>16</sup> *Idem*.

Así, este tipo de formatos en la televisión mexicana son muy comunes, donde sólo se “ofrece una elección relativamente restringida para una variedad de intereses y de públicos de una amplitud muy inmensa”<sup>17</sup>, que limitan la oferta programática al televidente y reduce sus opciones a unos cuantos temas que, con suerte, serán del gusto de la mayoría de los miembros de la familia a la hora de ver televisión.

En el caso de la televisión estatal, la oferta en televisión abierta se integra por los siguientes permisionarios: primero se encuentra Canal 11, que pertenece al Instituto Politécnico Nacional (IPN), después se encuentran 23 permisos otorgados a gobiernos estatales y el gobierno del Distrito Federal, y 30 permisos otorgados a universidades y patronatos. Adicionalmente existen seis concesiones a sociedades con participación del gobierno: Canal 22 de la Ciudad de México, 13 de Mérida, Telemax de Hermosillo, 5 de La Venta, 10 de Tenosique y 7 de Villahermosa, estas tres últimas en Tabasco.<sup>18</sup>

Es en la televisión pública que se ve una tendencia más marcada a la homogenización de su contenido programático, “lo que trae consigo menor diversidad en los géneros y mayor predominio del espectáculo sobre los diferentes programas, sean éstos informativos o de entretenimiento”<sup>19</sup>. Aunque su función sea elevar el “nivel cultural” de los mexicanos, ésta no se lleva a cabo como debería de ser, sino que sirve como una plataforma de propaganda gubernamental.

Puede ser posible que en otros países, la televisión pública actúe como difusor cultural, sin embargo, en el caso de la industria televisiva mexicana “los medios se han convertido sobre todo en organizaciones industriales y comerciales que producen y distribuyen mercancías”<sup>20</sup>, que originan el surgimiento de monopolios, dejando de lado el deber social que tiene la televisión como medio de comunicación y enfocándose en acrecentar el mayor número de beneficios que ésta pueda obtener.

---

<sup>17</sup> J. R. Dominik. *La dinámica de la comunicación masiva. Los medios de la era digital*. (8va edición), p. 233.

<sup>18</sup> COFETEL. “Estudio sobre el mercado de servicios de televisión abierta en México 2012”. Disponible en: [http://telecomcide.org/index.php/investigacion/proyecto/2012\\_estudio\\_sobre\\_el\\_mercado\\_de\\_servicios\\_de\\_television\\_abierta\\_en\\_mexico#sthash.33BwEzcb.dpuf](http://telecomcide.org/index.php/investigacion/proyecto/2012_estudio_sobre_el_mercado_de_servicios_de_television_abierta_en_mexico#sthash.33BwEzcb.dpuf) Acceso 24 de abril de 2015.

<sup>19</sup> Carmen Patricia Ortega Ramírez. *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*, p. 234.

<sup>20</sup> J. Conil y V. Gozávez. *Ética en los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, p. 203.

## 1.2 Monopolios Televisivos

Una característica a destacar en la televisión comercial, es que ha sabido invertir sus ganancias en el negocio de las comunicaciones. Ya sea por medio de fusiones, adquisiciones o compras de partes, la propiedad de las compañías de medios concentra unas cuantas manos para no perder posición en el mercado mundial.

Existen tres grupos de comercialización global de la información<sup>21</sup>, conglomerados que se han formado en los últimos 10 años por medio de alianzas para ocupar nuevos eslabones en el sector económico:



Cuadro 1. Grupos de comercialización global de la información.

<sup>21</sup> Stanley J. Baran y Jorge Hidalgo, *op. cit.*, p. 44.

Como se puede observar, Televisa y TV Azteca son sólo un eslabón en esta gran cadena de medios. Estas empresas que concentran el mayor número de canales, entre ambas, disponibles en televisión abierta en nuestro país. El contenido en la mayoría de sus canales se enfoca en el entretenimiento, con producciones de características similares, y programas que funcionan de acuerdo a una dinámica repetitiva hacia el espectador.

En el caso de Televisa (Televisión Vía Satélite), se ha consolidado como la mayor compañía de medios de habla hispana con más de 89 mil horas de contenido durante el 2015. Es el mayor productor de telenovelas en el mundo; tiene 700 desde 1957. Sus ganancias se han centrado principalmente en la venta de espacios publicitarios, de canales de TV de paga a nivel nacional e internacional y venta de programas y licencias.<sup>22</sup>

Su éxito radica en que se vio como un negocio desde su origen, pues actualmente tiene negocios en diversas ramas de las telecomunicaciones, como la televisión satelital con SKY, servicios de televisión por cable como Cablevisión, de datos y voz como Izzi así como participación en diversos negocios como sorteos, juegos de casino, futbol, radio, editoriales, entre otros.

También mantiene un Acuerdo de Licencia de Programación para exportar sus programas a Estados Unidos vía satélite por medio de Univisión, la cadena en español más vista en ese país, lo que ahora se traduce en el suministro de más del 70% del contenido en horario estelar, como parte de un contrato que vence en 2017<sup>23</sup> y que está a punto de renovarse con una vigencia hasta 2030, con lo que Televisa controlará el 36% del capital accionario en la cadena norteamericana<sup>24</sup>.

Para TV Azteca, la historia no es distinta. Es la segunda empresa de medios más importante en el país que es competencia directa con Televisa. Tiene su antecedente en el Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISION) que concentraba los canales 7 y

---

<sup>22</sup> Televisa. "Reporte anual 2015". Disponible en <http://www.televisair.com/es/reportes-anales/> Acceso 07 de julio de 2016.

<sup>23</sup> Florance Toussaint Alcaráz en Norma Pareja Sánchez, *op. cit.*, p.15.

<sup>24</sup> Televisa, *op. cit.*, p. 3.

13 y la señal metropolitana de Canal 22, que más tarde pasaría a la administración del Estado.

En 1993 se otorga la concesión al Grupo Salinas gracias a la relación que su director, Ricardo Salinas Pliego, tenía con Raúl Salinas, hermano del entonces presidente Carlos Salinas de Gortari. Para 1995 los canales 7 y 13 se convirtieron en señal nacional gracias a las repetidoras de Televisión de la República Mexicana (TRM). En 2002 toma Canal 40, en el llamado “Asalto al Chiquihuite” como cobro por una deuda que Javier Moreno Valle, director del canal, tenía con Salinas Pliego.<sup>25</sup>

Ha exportado su contenido generado internamente a más de 100 países. Actualmente tiene negocios en el mercado web, es accionista de Monarcas y Atlas en el futbol mexicano, música, promoción de espectáculos, conciertos, etc. Exporta su programación a Estados Unidos a través de Azteca International Corporation (Azteca América) y desde 2006 exporta su programación a Canadá por tiempo indefinido<sup>26</sup>.

El crecimiento de Televisa como TV Azteca (y el sector audiovisual en general), tuvo su impulso en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, que se hizo evidente con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), lo que facilitó la expansión a mercados internacionales y el acceso a nuevas tecnologías<sup>27</sup>.

Sin embargo, aunque estas compañías han crecido desde entonces, la política regulatoria que se practica en las televisoras, enfrenta el reto de resolver dos problemas estructurales en el sector que han provocado una menor diversidad en el contenido programático:

El primero es la concentración de mercado resultado no sólo de la escasez de espectro sino fundamentalmente del limitado número de concesiones comerciales que se han otorgado...el país cuenta con un sector poco competitivo con un alto grado de concentración. El segundo problema a enfrentar, asociado al primero, es una externalidad relacionada al impacto que las industrias de medios tienen sobre la formación de opinión pública.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Norma Pareja Sánchez, *op. cit.*, p. 3.

<sup>26</sup> TV Azteca. “Reporte anual 2015”. Disponible en <http://www.irtvazteca.com/es/informes-anales> Acceso 19 de julio de 2016.

<sup>27</sup> Norma Pareja Sánchez, *op. cit.*, p. 3.

<sup>28</sup> *Ibidem*, p 2.

De acuerdo con datos de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) registrados en 2012, en México existen 461 estaciones concesionadas de televisión abierta comercial en todo el país, de estas estaciones, Televisa posee 224 concesiones, lo que representa cerca del 48% del total, otorgadas por el Estado y transmite su programación en otras 34 estaciones afiliadas, un 7% del total. Esto quiere decir que la multinacional de Emilio Azcárraga Jean tiene el control del 56% de las concesiones de televisión abierta en México.<sup>29</sup>

En el caso de TV Azteca, la otra televisora de mayor presencia en el país, posee 180 concesiones, incluyendo una concesión local y una empresa afiliada (alrededor de 39% del total de concesiones). La televisora ha logrado conformar dos cadenas nacionales mediante sus canales 7 y 13 que tienen, en ambos casos, una cobertura del territorio nacional cercana al 90%<sup>30</sup>.

Como se puede observar, estas dos televisoras poseen alrededor del 95% del total de estaciones concesionadas de televisión del país. El resto está conformado por 17 estaciones locales que operan de forma independiente principalmente en las ciudades de Monterrey, Torreón, Tampico, León y México<sup>31</sup>, lo que pone de manifiesto el monopolio mediático en el país donde, dada su naturaleza, no hay cabida para el contenido educativo-cultural.

### **1.2.1 Audiencias y rating: negocios de la televisión**

Este monopolio televisivo se ha establecido con base en varias formas de subsistencia orientadas a generar ganancias, entre ellas destaca la venta de espacios publicitarios y de contenido a otras cadenas televisivas, que sólo forman parte de la estructura de este negocio.

Para ejemplificar el dominio de estas empresas, no solo en presencia a nivel regional, sino en las ganancias que genera y las audiencias que atrae, basta revisar el estudio Establishment Survey que la empresa de medición de audiencias en televisión, Nielsen-

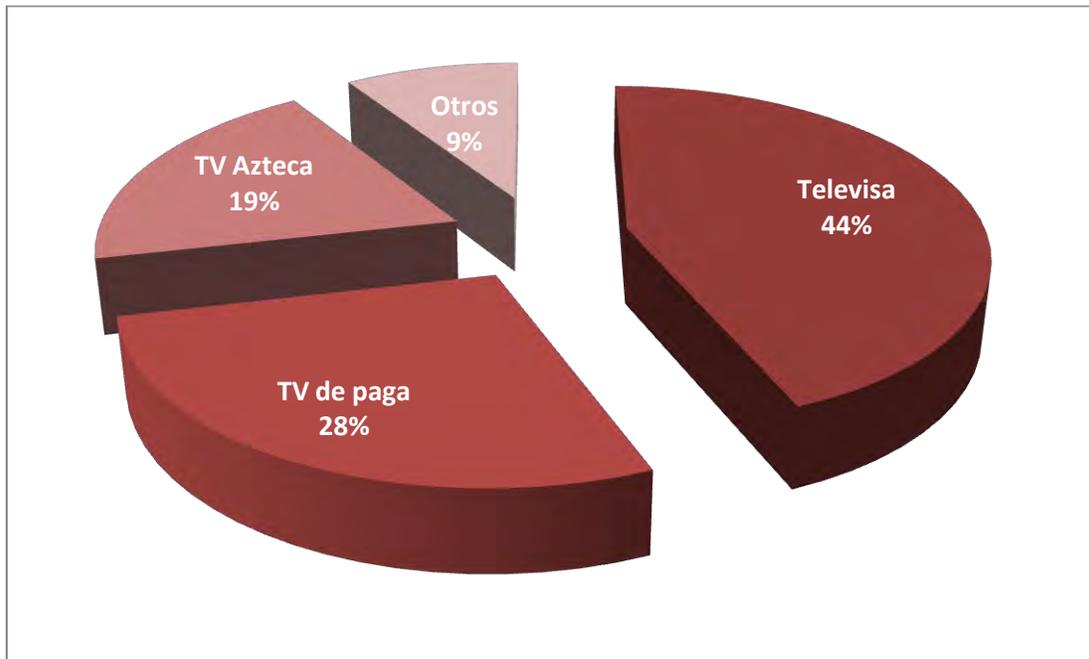
---

<sup>29</sup> COFETEL, *op. cit.*, p. 5.

<sup>30</sup> *Ibidem*, p. 6

<sup>31</sup> *Idem*.

IBOPE registró en el año 2013 donde Televisa conservó el liderazgo en cuanto a participación de audiencia (share), mientras que la televisión de paga se posicionó en segundo lugar, evidenciando una mayor penetración del sector privado en la televisión mexicana<sup>32</sup>.



Cuadro 2. Audiencias en México

Debido a que se concibe de esta forma, empresas multinacionales de este tipo, tienden a la concentración de un enorme poder que “no es fácil someter a los fines y valores de la vida democrática y por otro la tendencia a la trivialización y banalización de los contenidos por la razón del aumento de las audiencias, deteriora la calidad de los productos mediáticos”<sup>33</sup>, una constante en la mayoría de la televisión comercial.

Es así que el contenido televisivo está dirigido a entretener y vender, sin un fin educativo-cultural bien definido, por esta razón, los canales donde se registra mayor audiencia son los que tengan una temática de este tipo que van desde telenovelas, talk shows, programas de revista y series de televisión.

<sup>32</sup> El economista. “Televisa domina audiencias en México”. Disponible en <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/06/24/televisa-domina-audiencias-mexico> Acceso 24 de abril de 2015.

<sup>33</sup> Jesus Conil y Vicent Gozálviz, *op. cit.*, p.203.

De acuerdo con datos del anuario Media Performance 2011, que realiza la compañía IBOPE AGB México, para la Medición de Audiencias en Televisión (TAM), los canales donde se registra el mayor rating son en Canal 2 con cerca de una quinta parte toda la audiencia en televisión, le sigue Canal 5 con un 15% de audiencia, posteriormente, es Televisión Azteca donde Canal 13 acapara más audiencia con un 13% y después el Canal 7 con 9.3% de la participación de audiencia, también conocido como share.<sup>34</sup>

Estos canales están orientados al entretenimiento y ocio, dirigidos a un público determinado, que como lo muestran estudios más recientes de la misma compañía de investigación de audiencias de medios, la preferencia de la población será por estos programas que tienen formatos más simples y fáciles de entender para ellos por lo que se deja de lado la oferta programática educativa-cultural que puede beneficiar al grueso de la población.

Esta tendencia se ve reflejada en cifras que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), publicó su Tercer Informe Trimestral Estadístico 2016, donde se reveló que en los canales 2,5,7,9 y 13, de Televisa y TV Azteca el género con mayor rating fue el dramatizado unitario (programas con argumentos independientes por episodios, como ejemplo “Casos de la vida real”), con cerca de 4 puntos de audiencia a nivel nacional<sup>35</sup>.

Los géneros que le siguen son la telenovela, que a pesar de mostrar una reducción de 0.9% de rating respecto al año 2015, se ubicó en 2.5 y el reality show con casi dos puntos de audiencia.

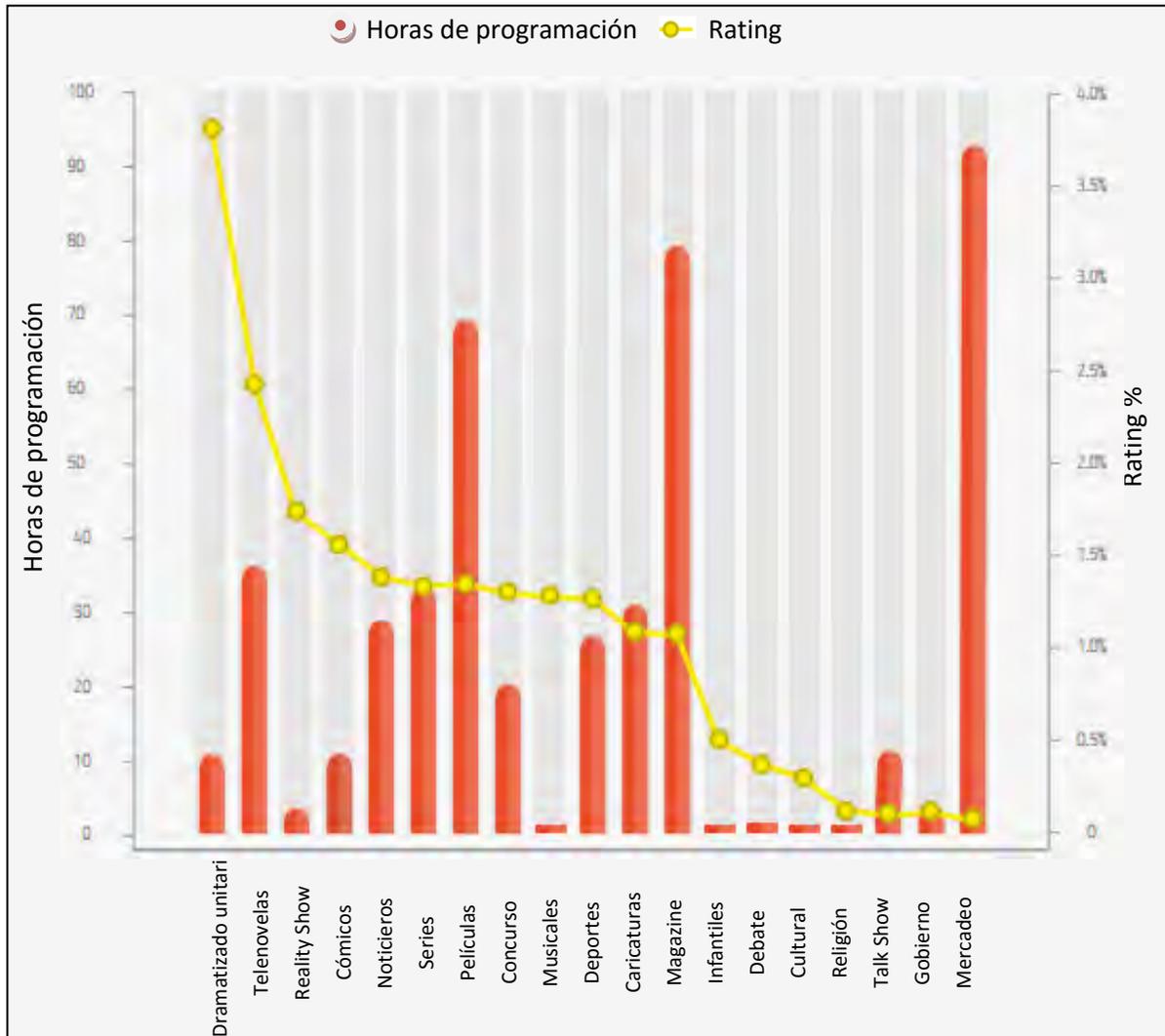
A continuación se muestra el rating promedio por género en canales nacionales analizados por el IFT en 28 ciudades de la República Mexicana durante las 24 horas del día de lunes a domingo. Cabe destacar que los programas culturales tuvieron una preferencia casi nula entre el público al registrar apenas 0.1 del rating promedio en el país.

---

<sup>34</sup> IBOPE AGB México. “Media Performance 2011”. Disponible en <https://www.nielsenibope.com.mx/uploads/anuario2011.pdf> Acceso 24 de abril de 2015.

<sup>35</sup> IFT. “Tercer Informe Trimestral Estadístico 2016”. Disponible en <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/3ite16accvf.pdf> Acceso 8 de marzo de 2017.

Cuadro 3. Horas dedicadas y rating promedio por género en canales nacionales.



Fuente IFT. Tercer Informe Trimestral Estadístico 2016. Base de datos de Ratings TV 5 dominios de Nielsen Ibope. /Software de explotación MSS. Nota: La variable de consulta son duración (Length) y rating (rat%) por género agrupada para los canales 2, 5, 7, 9 y 13 en las 28 ciudades consideradas en la muestra (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y 25 ciudades más) para los periodos de julio-septiembre de 2016, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del rating los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers).

También se muestran los programas de la televisión mexicana que registraron mayor rating por canal, durante el 1 al 31 de marzo del 2016 de acuerdo a las mediciones más recientes de la compañía Nielsen IBOPE. Como se podrá observar, los resultados obtenidos demuestran una preferencia de la población en México por programas de ocio como las telenovelas, películas y deportes como los partidos de futbol.

## CANAL 2

RANK	PROGRAMA	GÉNERO
1	FSN GUADALAJARA VS AMÉRICA	Deportes
2	P.NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES	Películas
3	LA ROSA DE GUADALUPE	Dramatizado unitario
4	PASIÓN Y PODER	Telenovelas
5	UN CAMINO HACIA EL DESTINO	Telenovelas
6	SIMPLEMENTE MARÍA	Telenovelas
7	SUEÑO DE AMOR	Telenovelas
8	CORAZÓN QUE MIENTE	Telenovelas
9	JUAN GABRIEL MIS 40 EN BELLAS ARTES	Musicales
10	ESP.TIGRES DE CONTRABANDO	Musicales

## CANAL 5

RANK	PROGRAMA	GÉNERO
1	P.HANSEL Y GRETTEL CAZADORES DE BRUJAS	Películas
2	P.SHREK	Películas
3	P.MATILDA	Películas
4	P.LOS DIEZ MANDAMIENTOS	Películas
5	P. Y DÓNDE ESTÁN LAS RUBIAS	Películas
6	P.LOS PICAPIEDRA EN VIVA ROCK VEGAS	Películas
7	P.KUNG FU PANDA 2	Películas
8	P.EL HOMBRE ARAÑA	Películas
9	P. EL DIARIO DE UN CHICO EN APUROS 3	Películas
10	FSI MÉXICO VS CANADÁ	Deportes

## CANAL 7

RANK	PROGRAMA	GÉNERO
1	P.VALIENTE	Películas
2	FSI CANADÁ VS MÉXICO	Deportes
3	P.LA BELLA DURMIENTE	Películas
4	FSI MÉXICO VS CANADÁ	Deportes
5	P.ATRAPEN AL GRINGO	Películas
6	BOX	Deportes
7	P.LA ERA DE HIELO EN PASCUAS	Películas
8	P.TITANIC	Películas

## GALA TV

RANK	PROGRAMA	GÉNERO
1	P.EL MARTIR DEL CALVARIO	Películas
2	FSN TIGRES VS UNAM	Deportes
3	P.LA RISA EN VACACIONES 3	Películas
4	FSN MONTERREY VS GUADALAJARA	Deportes
5	BAJO EL MISMO CIELO (H)	Telenovelas
6	EL SEÑOR DE LOS CIELOS 3	Series
7	LA HORA PICO	Cómicos
8	P.LA RISA EN VACACIONES 2	Películas

## CANAL 13

RANK	PROGRAMA	GÉNERO
1	QUÉ CULPA TIENE FATMAGÜL	Telenovelas
2	HECHOS NOCHE	Noticieros
3	ESCAPE PERFECTO	Concurso
4	ANÓNIMA	Telenovelas
5	FSN ATLAS VS CRUZ AZUL	Deportes
6	MOVIMIENTO AZTECA	Magazine
7	FSN MONARCAS VS MONTERREY	Deportes
8	ESP.LA PASIÓN DE CRISTO	Religión
9	HECHOS	Noticieros
10	LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES 2	Dramatizado unitario

Fuente: Nielsen IBOPE. MSS Televisión. Base 5 dominios. Módulo TV programs. Periodo: 1 al 31 de marzo de 2016 (total encendidos). Universo con guest viewers, rating % promedio, excluyendo programas de gobierno, partidos políticos, mercadeo, autopromo y break autopromo.

Con estos estudios se comprueba la preferencia de la gente por programas de contenido fácil de entender, que provea de entretenimiento, pues es considerado como un tiempo de relajación.

Ahora bien, la audiencia es sólo una pieza para que el negocio funcione, dado que el modelo económico de lo comercial se mantiene de ingresos externos, en este caso, la publicidad es un segmento indispensable para que el financiamiento de la producción televisiva sea rentable, sobre todo si se hace para canales de televisión abierta.

De acuerdo con el reporte Televisa sobre los resultados obtenidos en 2016, los ingresos totales por ventas en contenido, servicios de televisión por cable, SKY y otros negocios, generaron 96 mil millones de pesos, un aumento del 9.4% con respecto al año anterior, esto gracias a la creciente demanda los servicios de cable y televisión satelital que la compañía registró, combinado con un efecto positivo en conversión de los ingresos denominados en moneda extranjera.<sup>36</sup>

Para Televisa, el segmento de Contenidos es el más importante pues representa el 36.9% de sus ventas netas. Éste tiene el objetivo de satisfacer las necesidades de sus clientes, es decir, los anunciantes. Al final de 2016, le generó 36.6 mmdp con base en contenido de entretenimiento como dramas, series y películas, noticieros, caricaturas y programas de variedad entre otros, siendo la producción propia la de mayor éxito en cuanto a rentabilidad.<sup>37</sup>

Éste a su vez se divide en tres unidades: la Publicidad, que representa el 63.3% del ingreso en este segmento con 23.2 mmdp. La Venta de Canales donde se comercializa con 26 marcas de televisión de paga a nivel nacional e internacional le generó 4.3 mmdp y la Venta de Programas y Licencias donde obtuvo 9 mmdp como parte de las regalías de Univisión por la exportación de su contenido a EU (Ver cuadro 4).

Por su parte TV Azteca publicó su reporte anual 2015 sobre sus estados financieros. En éste se pudo observar una diferencia considerable con Televisa en cuanto a ingresos por ventas netas al reportar 14. mil millones de pesos. De esta cifra, 70.8% de los ingresos netos se derivaron de la venta de publicidad nacional y local producto de contratos que la televisora tiene con los anunciantes por un periodo de tiempo determinado.<sup>38</sup>

La televisora del Ajusco generó 61 millones de dólares en 2015 por la venta de publicidad a través de su subsidiaria Azteca International Corporation (Azteca América), que transmite programas en español en Estados Unidos y es la competencia directa de

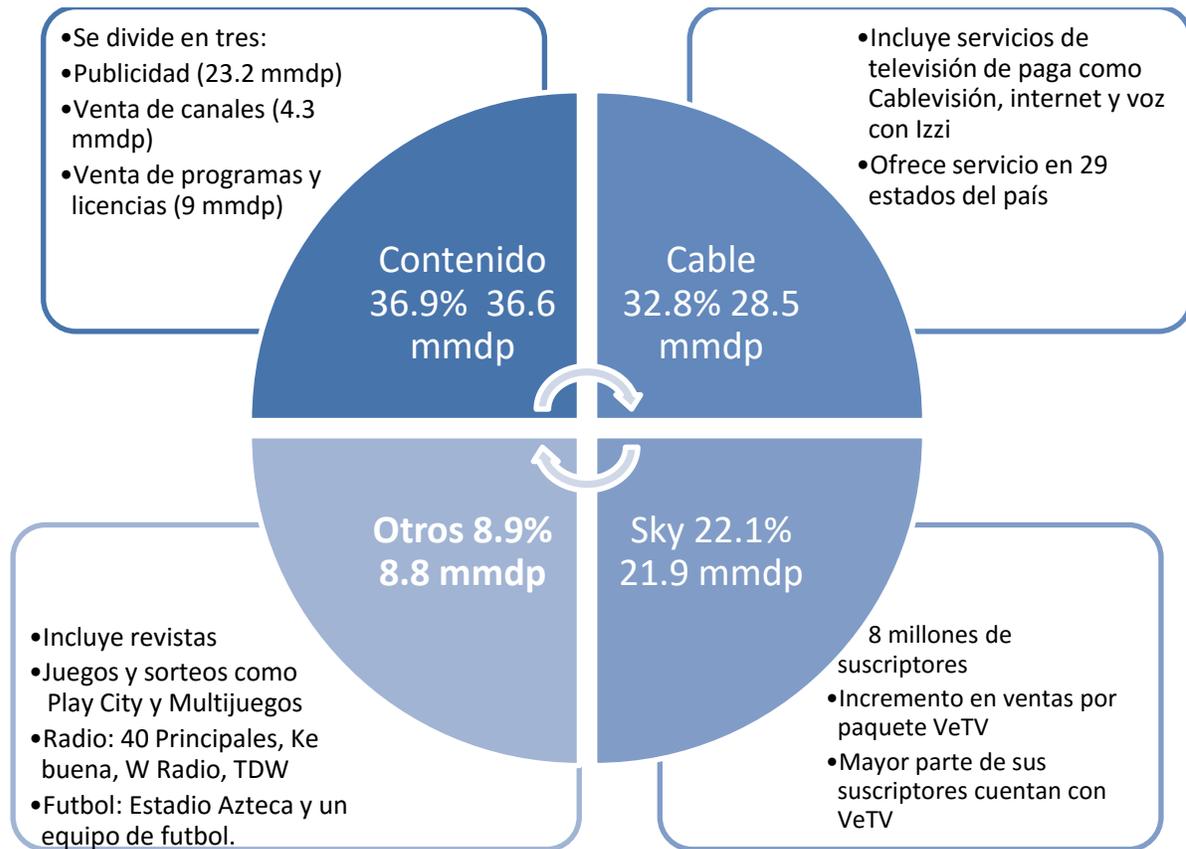
---

<sup>36</sup> Televisa. "Resultados del cuarto trimestre y año completo 2016". Disponible en <http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/documents/spanish/quarterly-spanish/2016/ESP%204Q16%20FINALa.pdf> Acceso 8 de marzo de 2017.

<sup>37</sup> *Ibidem*, p.2.

<sup>38</sup> TV Azteca, *op. cit.*, p. 73.

Univision. AIC establece relaciones de afiliación con los mercados estadounidenses que cuentan con una audiencia hispana significativa y así mejorar su posición en el mercado norteamericano<sup>39</sup>.



Cuadro 4. Estructura de ingresos de Televisa.

En televisión de paga, TV Azteca creó AZ TV de Paga, modelo que tiene el objetivo de producir y distribuir los canales y sus contenidos ofrecidos en las diferentes plataformas de televisión de paga para el mercado nacional e internacional. En este rubro, se reportaron ganancias por 75.1 millones de pesos y en el caso de la televisión nacional, los canales con retrasos 13.1 y 13.2, generaron ingresos por 42.9 millones de pesos<sup>40</sup>.

<sup>39</sup> *Ibidem*, p. 82.

<sup>40</sup> *Idem*.

El negocio de la publicidad en televisión abierta es muy rentable pues las televisoras cobran poco a sus anunciantes a comparación de otros países. Por su parte, la inversión también es poca comparada con las ganancias que se obtienen. Es por eso que las telenovelas son más rentables si se trata de generar ingresos pues a pesar de tener pocas horas al aire, son las que mayor rating generan,<sup>41</sup> reducen el costo de producción y por lo general son de producción propia.

Debido al entorno económico mundial, donde la producción cultural depende de las necesidades del mercado, no se le da prioridad debido a que no es “lo que más vende”. Las televisoras dedicarán la mayor parte de su producción a satisfacer las necesidades de sus clientes, es decir, los anunciantes, de los que obtendrá ingresos por ofrecer espacio publicitario dirigido a determinado público.

Sin embargo, este es un tema muy debatido en la generación de ingresos para las televisoras pues hay especialistas que señalan la preferencia de las televisoras por la programación al ser ésta (por medio de la audiencia que tengan), la que les generará ganancias. Otros consideran al público como la forma de retribución económica, al ser éstos de interés para los anunciantes (ver cuadro 5).

En los primeros tres modelos se supone que el consumidor adquiere el producto, es decir, el consumidor es el que tiene dinero y hay que satisfacerlo, sin embargo, en el último, se observa otra hipótesis al considerar al público, aunque no compre nada, como tan importante para la capacidad de hacer ganancias de Televisa que ésta tiene que considerar sus intereses antes que los de los demás (incluso antes que los anunciantes).<sup>42</sup>

El modelo de negocio que se ha adoptado en la televisión mexicana es del público como consumidor, quienes por medio del rating de programación, serán la base para que los anunciantes generen ingresos a las televisoras por medio de publicidad destinada a determinadas audiencias. Como se podrá deducir, la cultura, al tener poca audiencia, tendrá poca oportunidad de ser producida.

---

<sup>41</sup> Cfr. IFT “Cuarto Informe Trimestral Estadístico 2015”. Disponible en <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/informeestadistico4to2015accesible.pdf>.

<sup>42</sup> Stanley J. Baran y Jorge Hidalgo, *op. cit.*, p. 39.

	<b>Productor</b>	<b>Producto</b>	<b>Consumidor</b>
Modelo básico de empresa	Un fabricante...	fabrica un producto...	para consumidores que compran o no compran. El fabricante debe satisfacer al consumidor. El poder reside aquí.
Modelo básico de empresa de cereales: Rice Krispies como producto, el público como consumidor	Kellogg's...	produce Rice Krispies...	para nosotros, los consumidores. Si compramos Rice Krispies, Kellogg's obtiene una ganancia. Kellogg's debe satisfacerlos. El poder reside aquí.
Modelo básico de empresa de televisión (A): espectadores como producto, anunciantes como consumidores	Televisa...	produce públicos (con su programación)...	Para los anunciantes. Si compran públicos de Televisa, ésta obtiene una ganancia. Televisa debe satisfacer a sus consumidores, los anunciantes. El poder reside aquí.
Modelo básico de empresa de televisión (B): programación como producto, espectadores como consumidores	Televisa...	produce (o distribuye) programación...	para nosotros el público. Si vemos los programas de Televisa, ésta obtiene una ganancia. Televisa debe satisfacerlos. El poder reside aquí.

Cuadro 5. ¿El público como consumidor como producto? Tomado de Stanley J. Baran y Jorge Hidalgo. Comunicación masiva en Hispanoamérica. Cultura y literatura mediática.

Así, el formato de entretenimiento ha sido el más rentable para la televisión mexicana, la que genera mayores ganancias, lo que origina un escaso contenido cultural y educativo en la oferta programática de las televisoras. Esta es una situación que desde

siempre le ha generado muchos obstáculos a la televisión con un contenido más instructivo y cultural, lo que se traduce en pocos esfuerzos de producción y la homogeneización su contenido.

### **1.3 La televisión educativa-cultural**

Como se ha expuesto, el sistema televisivo que se produce en México tiene un carácter comercial. Con la firma del TLCAN y la llegada de la globalización, surgió la preocupación por la dominación ideológica y la homogeneización de la cultura por parte de los países del norte, lo que vino a modificar en términos económicos la relación de la cultura con la sociedad.

La televisión, y los medios de comunicación en general, tuvieron un papel trascendental pues ahora, los medios culturales, económicos y sociales que son transmitidos en las series de televisión, la publicidad, la música, etc., provienen de los grupos dominantes con el objetivo de crear estereotipos en la conducta y modo de vida basado en las necesidades de la economía de mercado.<sup>43</sup>

Con este nuevo modelo de la economía neoliberal, el desarrollo de la industria cultural en México se vio sometida a las políticas regulatorias impuestas por el Estado, que como se podrá deducir, no se centraron en fortalecer la industria cultural con el fin de impulsar el desarrollo social.

Debido a la prioridad que las televisoras le han dado a lo comercial, se deja de lado el contenido educativo y cultural que es indispensable para la formación del sentido crítico de los televidentes, más aún cuando este medio de comunicación tiene una importante presencia en la vida cotidiana así como las actividades del espectador pues de acuerdo con el informe en telecomunicaciones del IFT, los mexicanos pasan 4.50 horas al día frente a la televisión.

A pesar de que la exposición a la televisión se redujo en un 6%, con respecto al 2015, ubicándose en 13.8%, posiblemente a causa del apagón analógico y el crecimiento acelerado de la tecnología como el internet, aún así, el sector que aún sigue viendo en

---

<sup>43</sup> *Ibidem*, p.48.

mayor promedio la televisión, es la clase baja, con 41.19% de la población a nivel nacional.

Si tomamos en cuenta estas cifras, podemos darnos cuenta la relevancia que cobra una oferta programática más instructiva y cultural, pues a pesar de los límites que la televisión comercial ha impuesto a la televisión educativa-cultural, este medio se puede volver un factor clave en el sector educativo, que influye de manera directa o indirecta en el comportamiento y la ideología del espectador.

Sin embargo, esta televisión no ha tenido el auge necesario para ganar un lugar en la preferencia del público pues por años la cultura se ha desligado de la televisión debido al contenido que los realizadores de este medio emitían, pues “asimilaron una idea de cultura elitista, centrada en las bellas artes, convencida de la necesidad de acercar el arte al pueblo, y en el fondo, bastante excluyente de expresiones culturales que no pasarían porque algunas élites concebían como el cultivo del espíritu... pero incluso esa visión de la cultura era supremamente limitada...”<sup>44</sup>

Sin embargo, en la televisión y los demás medios de comunicación, han creado un modelo de estructura cultural denominada “en mosaico”, que introduce una novedad en las clásicas concepciones de la cultura, donde se presenta al espectador diversos fragmentos de conocimiento, que pueden carecer de relación alguna, pero que no por eso dejan de ser importantes al impactar éstos, en el comportamiento, la ideología y la información que el individuo tenga sobre su entorno.<sup>45</sup>

Ahora, con las sociedades modernas, los *mass media* han impulsado la difusión de la cultura, por lo que se ha generado un nuevo concepto, el de la cultura mediática, donde “el hecho de que cualquier consideración sobre los medios suponga también un hecho cultural, trasciende el concepto de medios de comunicación como meros instrumentos de propagación de contenidos culturales y los transforma en productores de cultura”.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Omar Rincón. *La TV pública. Del consumidor al ciudadano*. p.100.

<sup>45</sup> Francisco Rodríguez Pastoriza. *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. p.16.

<sup>46</sup> *Ibidem*, p.17.

Aún así, la función de la televisión como productor cultural tiene sus limitantes. Una de ellas es la creación de estereotipos, que impacta de manera negativa en el receptor al darles una idea errónea de la realidad. Como ejemplo están la forma en que se presenta al mexicano en las películas de otros países o el concepto que se tiene de la raza negra, donde se le presenta como una población violenta.

Sin embargo, la cultura en televisión también tiene un efecto liberador, por ejemplo, los patrones de belleza femenina, donde se busca que se tenga una figura esbelta o tener una piel perfecta y que muchas mujeres están buscando eliminar a través del desplazamiento de una imagen estandarizada de estética y la adopción de nuevas ideas y costumbres por defender su propia identidad.

Como se podrá advertir, referirnos al término cultura en el mundo globalizado, hace que sea definido desde diferentes perspectivas, hechas por estudiosos de múltiples campos de las ciencias sociales, que van desde sociólogos, antropólogos, comunicólogos e incluso filósofos, quienes han delimitado el concepto para darle un significado a los fenómenos complejos que lo rodean.

### **1.3.1 Definición de cultura**

Para aclarar este tema, es necesario detenernos en el concepto de cultura, que mucho se ha debatido gracias a la cantidad de significaciones que se le han dado pues, mientras unos la conciben como un conjunto de códigos compartidos por determinado grupo para favorecer la convivencia, otros la definen como todo el cúmulo de conocimientos que el hombre ha adquirido con el paso del tiempo de acuerdo al contexto histórico en que éste se haya desarrollado.

Un ejemplo de las diversas definiciones acuñadas al término es el concepto del doctor José Sarukhan, quien considera a la cultura como sinónimo de civilización y desarrollo intelectual. Hace énfasis en la interrelación de la ciencia con las humanidades para poder integrar al conocimiento y acervo cultural de un país el arte, la política, la literatura y la ciencia y así generar “oportunidades de creación”.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> José Sarukhan en Ruy Pérez Tamayo, Enrique Florescano (Coord.) *Sociedad, ciencia y cultura*. p. 115.

Este término, que cita del novelista británico Charles Percy Snow en su ensayo “Las dos culturas”, advierte la importancia de la diversidad en el contenido en los medios, desde la ciencia hasta el entretenimiento, fundamental para la inclusión de todos los sectores de la población, con el objetivo de divulgar los saberes de la humanidad y promover la reflexión.<sup>48</sup> En dicho ensayo se pone de manifiesto el choque entre la ciencia y las humanidades por lo que en este estudio, se toma esa idea como base para el concepto de cultura.

Otra definición sobre el término visto desde la semiología es al que se refiere Mario Margulis donde habla de los códigos de la significación que determinado grupo social comparte, que son producto del entorno en que se desarrollan, y que son necesarios para la interacción del grupo, donde la comunicación juega un papel importante:

La cultura se vincula íntimamente con la comunicación; Geertz afirma que para comenzar a descifrar una cultura, es necesario poder hablar con los nativos “Todo el quid de un enfoque semiótico de la cultura es ayudarnos a lograr el acceso al mundo conceptual en el cual viven nuestros sujetos, de suerte que podamos, en el sentido amplio del término, conversar con ellos” (Geertz, 1990;35) ...Poder conversar quiere decir entender al otro, poder descifrar las significaciones y, en la medida en que aumenta el conocimiento de los códigos, descifrar aspectos connotados, incluyendo lo que está por debajo de la superficie.<sup>49</sup>

Esta definición pone de manifiesto la importancia de un trabajo en conjunto entre la cultura y la comunicación, donde se vuelve indispensable que el mensaje entre el emisor y el receptor pueda ser decodificado correctamente y así se puedan compartir tanto ideologías como costumbres o formas de vida que enriquezcan a cada individuo dentro de su entorno.

Aquí entra en juego un aspecto importante en la producción televisiva, el saber cómo abordar el contenido programático, qué lenguaje utilizar y cómo acompañarlo con material audiovisual, que tenga como resultado un programa conciso, claro y llamativo, que pueda facilitar la comprensión del mensaje al espectador.

---

<sup>48</sup> Cfr. C.P. Snow. “Las dos culturas” Disponible en [http://www.cad.unam.mx/programas/actuales/cursos\\_diplo/cursos/curso\\_ID\\_inv\\_desarrollo\\_2015/00/04\\_materia\\_I\\_didactico/material\\_ponente/md\\_Leticia\\_Loza/carpeta\\_material\\_Leticia\\_Loza/10\\_Snow\\_C\\_P\\_Las\\_Dos\\_Culturas.pdf](http://www.cad.unam.mx/programas/actuales/cursos_diplo/cursos/curso_ID_inv_desarrollo_2015/00/04_materia_I_didactico/material_ponente/md_Leticia_Loza/carpeta_material_Leticia_Loza/10_Snow_C_P_Las_Dos_Culturas.pdf) Acceso 02 de febrero de 2016.

<sup>49</sup> Mario Margulis. *Sociología de la cultura*. p. 30.

Esta es una rama de los estudios que la investigadora Roxana Morduchowicz plantea sobre la educación en medios, pues habla de las construcciones sociales que hacen los medios de comunicación para darle sentido a la realidad que vivimos. En sus estudios, aborda un enfoque semiológico, donde se busca analizar el lenguaje que utilizan los medios al momento de emitir un mensaje y cómo éstos son comprendidos por el espectador.<sup>50</sup>

Es por esta razón que la cultura debe considerarse como el mundo vuelto significante. Estar consciente de que se crea en sociedad y se mantiene mediante la comunicación, donde es de destacar la influencia de los medios en este proceso. Es un fenómeno que nos limita y nos libera; nos separa y nos une. Define nuestras realidades y por consiguiente, da forma a la manera en que pensamos, sentimos y actuamos.<sup>51</sup>

Como se puede observar, la infinidad de acepciones del término cultura, hacen que los estudios sobre el tema sean muy diversos. Para esta investigación se tomará como base el concepto que hace Francisco Rodríguez Pastoriza en su obra “Cultura y televisión. Una relación de conflicto”, que le da un sentido sociológico a la expresión:

Conjunto de conocimientos e instrumentos acumulados por el hombre en su historia, incluyendo los objetos y los códigos sociales, los gustos, las ideas siempre en movimiento y evolución. En este sentido, la cultura es todo lo que se refiere a las formas de interacción social y a sus resultados, es decir, a la parte no biológica de la adaptación de una sociedad a su ambiente.<sup>52</sup>

Es importante señalar que este concepto está en constante cambio, pues va de la mano con la evolución del hombre, donde el progreso va relacionado con las nuevas generaciones que están cambiando el sistema en que se desarrolla la sociedad actual, impulsada por la globalización y las nuevas tecnologías que hacen que se conciba la cultura desde un punto de vista más integral y complejo.

Ahora bien, gracias a las diferentes acepciones, ha surgido el término educativo-cultural, en la tarea de la televisión por elevar la calidad en su programación, pues

---

<sup>50</sup> Unicef. “Televisión, internet y educación básica”. Disponible en [http://www.unicef.org/argentina/spanish/educacion\\_Television\\_Internet\\_educacion\\_basica.pdf](http://www.unicef.org/argentina/spanish/educacion_Television_Internet_educacion_basica.pdf) Acceso 2 junio del 2016.

<sup>51</sup> Stanley J. Baran y Jorge Hidalgo, *op. cit.*, p. 25.

<sup>52</sup> Francisco Rodríguez Pastoriza, *op. cit.*, p. 15.

aunque se sabe que la televisión es comercial, investigadores en la materia han propuesto que el contenido vaya encaminado a instruir y enriquecer el bagaje cultural de la audiencia.

La televisión educativa-cultural buscará entonces un esquema de programación mixto, de carácter cultural e instructivo, que no solamente se destaque como medio de divulgación cultural en todas las expresiones de la sociedad, sino que también tenga un sentido formativo, para el docente, que se apoya en medios como la televisión para la enseñanza, así como la población en general.

Dado el “deber ser” de la televisión como instructor del televidente, el objetivo principal de la televisión educativa-cultural “es contribuir a la formación del telespectador, aumentar sus capacidades críticas, su formación y sobre todo, ensanchar su conciencia, sus valores son los del progreso científico, la defensa de la cultural, la educación y el diálogo entre la gente”<sup>53</sup>, un objetivo que se vuelve difícil de cumplir en televisión pública, por las políticas monopólicas que la rigen.

A pesar de esto, en México no se le da la difusión necesaria para su transmisión y permanencia en el medio, pues la televisión que tenemos en la actualidad está dedicada al ocio y al entretenimiento, y “la que tiene finalidades educativas y culturales es, generalmente, relegada a segundo plano. Nadie parece dudar de su conveniencia pero el mercado y determinadas políticas de comunicación, asfixian su posibilidad de existencia”.<sup>54</sup>

En estas problemáticas se han visto envueltas las diferentes propuestas educativas y culturales en la televisión de nuestro país, que se enfrentan al financiamiento con recursos propios, a pesar de que muchos de éstos dependen de alguna dependencia gubernamental o la iniciativa privada, tal es el caso de Canal Once, Canal 22 o incluso la Red Edusat, creada como una herramienta de apoyo a la labor docente.

Nueve años después de la implementación de la TV en México, se tuvo la iniciativa de producir televisión educativa, una de las más antiguas en América Latina. Tal es el caso

---

<sup>53</sup> José Manuel Pérez Tornero. *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. p.168.

<sup>54</sup> *Ibidem*, p.165.

Canal Once, transmitido a través de la señal XEIPN, perteneciente al Instituto Politécnico Nacional (IPN) que comenzó sus emisiones como uno de los primeros canales educativo y cultural en Latinoamérica en el año de 1959<sup>55</sup> con una amplia oferta programática formativa y cultural en diversos temas, desde la ciencia, naturaleza, deportes, salud, arte y economía, entre otros.

Más tarde, en 1993, el Canal 22 realizó sus primeras transmisiones como televisora pública de carácter cultural a petición expresa en una carta por más de 800 personajes del mundo intelectual y artístico, para que la sociedad mexicana tuviera un medio de difusión cultural, luego de que el presidente Carlos Salinas de Gortari ofreciera a la inversión privada la venta de la señal junto con otros canales, para formar un paquete de medios, los canales de IMEVISIÓN.

Así, Canal 22, llamado el canal cultural de México, con programación propia e internacional en temas variados como el cine, danza, pintura y fotografía, se sumó a la tarea de la difusión y enriquecimiento de la diversidad cultural del país y así ofrecer espacios dedicados a la crítica social.

También se han llevado a cabo proyectos para promover la educación por medio de la televisión. Tal es el caso de la Unidad de Televisión Educativa (UTE) de la Secretaría de Educación Pública (SEP), que tiene un acervo de más de 25 mil programas destinados a fortalecer la enseñanza en el país por medio de contenido audiovisual. También cuenta con el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE) dirigido a profesionales de los medios audiovisuales.<sup>56</sup>

Sin embargo, estos esfuerzos no han tenido el éxito deseado y en la mayoría de los casos, han sido insuficientes. Muchas de las causas de esta situación no solo ha sido la falta de renovación y diversidad de sus contenidos sino la falta de presupuesto en la televisión pública y la imposición de las tendencias que deben seguir los programas a producir, lo que trunca el desarrollo profesional de la programación con vías a un contenido educativo-cultural.

---

<sup>55</sup> Agustín García Matilla. *Una televisión para la educación. La utopía posible*. p. 148.

<sup>56</sup> Unidad de Televisión Educativa. Disponible en <http://televisioneducativa.gob.mx/cete/index.php/2012-05-30-14-47-37> Acceso 27 de febrero de 2015.

### 1.3.2 ¿Qué es lo que hace que la televisión sea educativa-cultural?

Los límites de lo que es cultural o educativo en televisión no han estado muy claros dado que hay opiniones divididas entre los estudiosos del tema, pues el contenido, muchas veces repetitivo y en otras veces con formatos innovadores, ha buscado enseñar a la población sin que la intención sea estrictamente de carácter educativo.

Ante esto, hay un “deber ser” que los investigadores siempre han tenido muy claro; la televisión está dirigida a mejorar la capacidad crítica del espectador y posicionarse como una plataforma divulgadora de creaciones y conocimientos.

Para este tipo de programación, existen diversas clasificaciones que se derivan de una concepción de la enseñanza reglada y no reglada, como lo menciona Agustín García Matilla:

El concepto de TV educativa ha estado vinculado con la enseñanza formal reglada y no reglada. Se pueden distinguir tres grupos: el primero se relaciona con la TV instructiva caracterizada por tener una intencionalidad educativa, y se hallan vinculados con un currículo académico concreto... un segundo grupo se halla integrado por aquellas experiencias de carácter no formal o informal, que, aprovechando los formatos y lenguajes televisivos, incorporan objetivos educativos y pueden servir en el reforzamiento de valores positivos y en la modificación de hábitos de comportamiento y actitudes negativas...el tercer grupo incluye todos aquellos programas que no tienen una intencionalidad educativa pero que ejercen de hecho una influencia educativa en positivo o negativo. Desde este punto de vista toda la televisión podría ser considerada un medio para la educación y desde esta misma perspectiva todos los contenidos podrían ser contenidos didácticos.<sup>57</sup>

Crear el concepto educativo-cultural en televisión hace de su contenido una programación integral, donde no sólo se involucre la cultura como medio de difusión de la diversidad en la sociedad sino que además, conjuga el carácter de instructivo, como medio de divulgación del cúmulo de conocimientos que el ser humano ha adquirido a través del tiempo.

Lo que caracteriza a la televisión educativo-cultural es la inclusión de profesionales de diversos campos científicos, quienes con un conocimiento previo, puedan producir

---

<sup>57</sup> Agustín García Matilla, *op. cit.*, p.27.

contenido específico en diversos temas y sean abordados con un lenguaje claro que permita al televidente conocer asimilar bajo diferentes perspectivas de su entorno.

De acuerdo con Omar Rincón, crítico de televisión, “es cultural aquella televisión que no se limita a la transmisión de cultura producida por otros medios, sino que trabaja en la creación cultural a partir de sus propias potencialidades expresivas”<sup>58</sup>, que reflejen aspectos culturales relacionados con la vida cotidiana de la sociedad para crear un vínculo más estrecho con éste y así pueda impactar positivamente en el espectador.

Se trata de hacer “expresivamente operante la muy especial relación que tiene como medio con la acelerada y fragmentada vida urbana. Y ello a través del flujo de las imágenes, entendido por éste, tanto la continuidad tendida entre fragmentos de información, shock estético, de conocimiento, y juego... que haga explícito lo que ella misma tiene de experiencia culturalmente nueva”<sup>59</sup>.

Se vuelve apremiante cumplir esta función pues como institución pública, la TV tiene una responsabilidad cultural que consiste en proyectar la imagen del país y sus actividades. De ahí que la programación tenga la obligación de propiciar foros de debate y de facilitar la crítica social que sirva como plataforma divulgadora de sus creaciones y opiniones, sobre todo de las minorías a las que es muy difícil conseguir medios de difusión.<sup>60</sup>

Sin embargo las políticas en nuestro país para incorporar contenido de este tipo, se determinan por alianzas entre el sector público y privado, quienes tienen intereses conjuntos que no buscan un beneficio para la población y aunque existen formatos como la Telesecundaria y la Red Edusat que buscan diferentes modelos para integrar la televisión al sistema educativo, la falta de financiamiento y la escasa renovación de sus materiales, terminan por obstaculizar el objetivo primordial de la televisión educativa-cultural, indispensable para la programación de calidad.

---

<sup>58</sup> Omar Rincón, *op. cit.*, p.61.

<sup>59</sup> *Ibidem*, p. 63.

<sup>60</sup> Francisco Rodríguez Pastoriza, *op. cit.*, p.98.

## 1.4 Oferta programática educativa-cultural en televisión abierta

Ahora bien, la oferta programática educativa-cultural en México cuenta con algunas iniciativas que buscan integrar contenido educativo a las plataformas de difusión como la televisión y el internet, como una manera apoyar la difusión cultural en nuestro país, aunque éstas dependen del Estado por medio de su financiación, lo que limita su desarrollo en la televisión pública.

Entre los proyectos culturales emprendidos por el Estado y las instituciones públicas y privadas para llevar a la población contenido educativo y cultural se encuentran Canal Once, Canal 22, TV UNAM, la Red Edusat de la que se deriva el programa Telesecundaria como apoyo al sistema educativo básico. Aún así, el contenido producido está dirigido específicamente a determinado sector del público, ya sea estudiantes o docentes, lo que genera poca diversidad en su programación televisiva. (Ver cuadro 6).

Para el caso de la Telesecundaria, se ideó como un modelo de televisión educativa al servicio de la alfabetización que fue desarrollado en 1965 por el Licenciado Álvaro Gálvez y Fuentes y del Licenciado Agustín Yáñez, entonces Secretario Educación Pública. Dicho proyecto inició operaciones el 5 de septiembre de 1966, en el edificio de Donceles 100 en el Distrito Federal. Durante esta fase que duró casi dos años, se experimentaron modelos pedagógicos alternativos<sup>61</sup>.

Sin embargo fue hasta 1968 que el secretario de Educación suscribió un acuerdo por medio del cual la Telesecundaria quedó inscrita en el Sistema Educativo Nacional, de modo que los estudios realizados a través de este servicio tuvieron validez oficial y así, los alumnos de Telesecundaria tenían acceso a los mismos contenidos que los educandos de otros servicios del nivel. Fue en ese año que la Telesecundaria se expandió a ocho estados del país.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Raúl Calixto Flores y Angélica María Rebollar Albarrán. "La Telesecundaria, ante la sociedad del conocimiento". Disponible en [rieoei.org/expe/2197Flores.pdf](http://rieoei.org/expe/2197Flores.pdf) Acceso 8 de marzo de 2017.

<sup>62</sup> Telesecundaria. "Historia". Disponible en <http://www.telesecundaria.gob.mx/historia.html> Acceso 8 de marzo de 2017.

Nombre	Ente regulador	Inicio de transmisión	Población objetivo	Descripción	Duración	Cobertura
Once TV México- Instituto Politécnico Nacional	Público (Instituto Politécnico Nacional, IPN –Secretaría de Educación Pública)	1959	Población general	Programación formativa y cultural, de política, economía, naturaleza, espectáculos, arte, salud y ciencia, entre otros muchos temas.	24 hs. diarias	Nacional e internacional vía internet
Telesecundaria	Pública (Secretaría de educación Pública)	1968	Estudiantes y docentes de educación media, rezagados del sistema educativo	Programas que siguen la modalidad de educación a distancia. Imparten enseñanza media por TV sus finalidades, programas y planes de estudio son los mismos de la enseñanza secundaria directa.	10 hs diarias (turnos matutino y vespertino con un receso)	Nacional y regional. América Latina (Guatemala, Honduras, El Salvador, Panamá, Costa Rica, Colombia y República Dominicana)
TV UNAM	Autónoma ( Universidad Nacional Autónoma de México)	1985	Comunidad universitaria y población en general	Programas culturales que constituyen expresiones universitarias ante diferentes temáticas	24 hs diarias	Nacional e internacional vía internet
Canal 22	Pública (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes- Secretaría de Educación Pública )	1993	Población en general	Contenido procura la difusión de las principales manifestaciones del arte y la cultura permiten el desarrollo de un nuevo lenguaje audiovisual en la producción televisiva mexicana	24 hs diarias	Nacional e internacional (a través de satélite SATMEX-5 Edusat)
Red Edusat	Mixto (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, ILCE – Dirección General de Televisión Educativa, DGTVE)	1994	Comunidad educativa y población en general	La red incluye una variedad programática entre sus diferentes canales (14). Lo que tienen en común es que constituyen una señal que actúa como herramienta del sistema educativo, destinado a apoyar la labor docente en todos los niveles y las distintas modalidades educativas.	24 hs diarias	Nacional e internacional (a través de satélite SATMEX-5 Edusat)

**Cuadro 6. Proyectos culturales en México**

En el caso de la programación del centro del país, la especialista Toussaint Alcaráz realizó una investigación más detallada donde primero analizó la oferta programática de las televisoras del país y posteriormente las que pertenecen al Distrito Federal y Área Metropolitana. Los datos se recabaron en el último trimestre de 2007 y el primer trimestre de 2008, donde se refleja de manera general la estructura del contenido programático de la televisión mexicana (Ver cuadro 7).

La información refleja la cantidad de horas que transmiten al día las televisoras públicas, el origen de su programación, ya sea propia o extranjera así como la temática que abordan. Cabe destacar el caso de Canal Once que transmite las 24 horas del día, un poco más de la mitad son producciones propias y destina sólo el 1% de sus transmisiones al contenido educativo con las Telesesiones del Politécnico.<sup>63</sup>

También es importante señalar que el Canal Judicial y el Canal del Congreso destinan mayor espacio a producciones propias, con 90 y 96% respectivamente, mientras que Canal 11 y TV UNAM dedican mayor tiempo de transmisión a los programas extranjeros con un 40%, y por último el Canal 22, considerado el canal cultural de México quien dedica 33% de su tiempo en transmisión de programas foráneos.<sup>64</sup>

Como se puede observar, el canal que dedica mayor tiempo a la transmisión de contenido educativo es Canal 22, que a pesar de ubicarse en el primer lugar de la lista de producción de este tipo, tiene programas de producción extranjera, una situación que ejemplifica la situación de la producción nacional de contenido de ese género en televisión abierta.

Le sigue TV UNAM, quien da mayor preferencia por la programación de entretenimiento siendo éste un canal enfocado en la difusión de la cultura a través de la perspectiva de los universitarios. Las cifras reflejan una proporción casi igual en cuanto a transmisión de contenido propio y ajeno aunque cabe señalar que todo el contenido educativo que transmite es de producción extranjera.

---

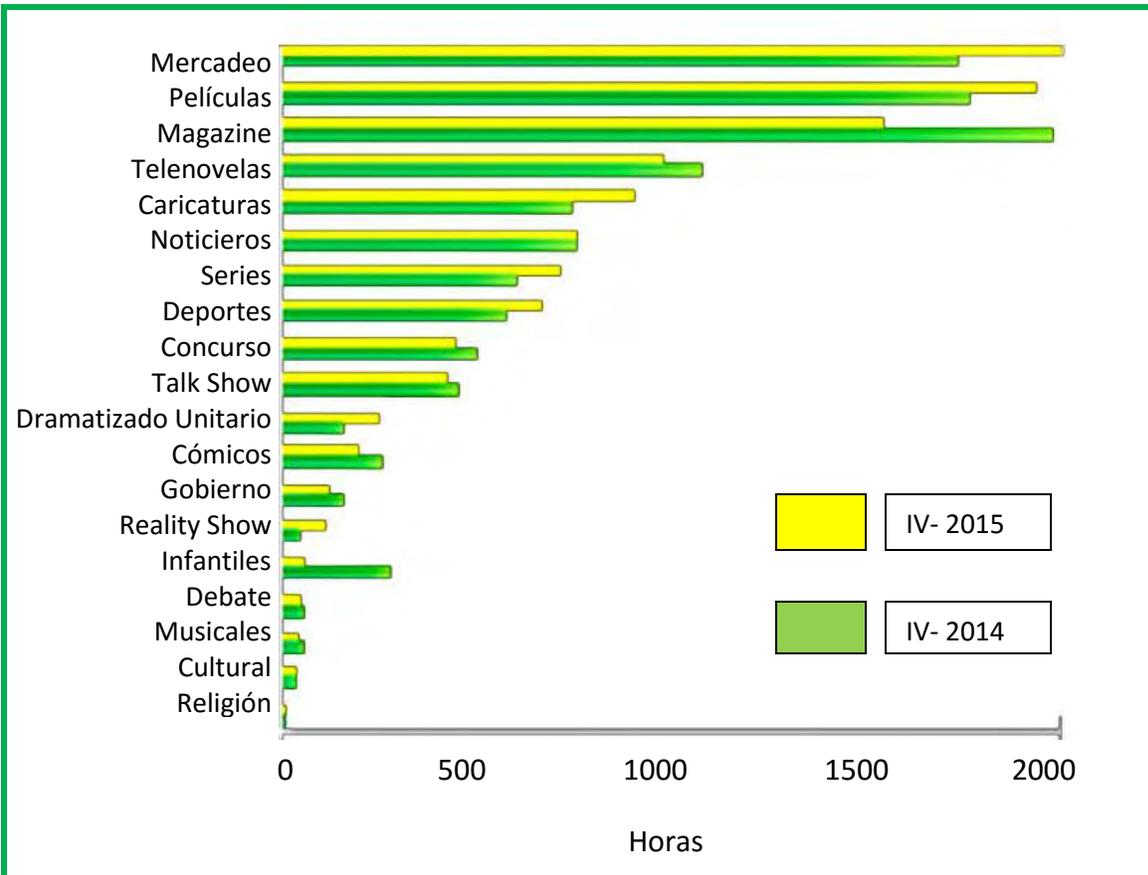
<sup>63</sup> Florence Toussaint Alcaráz, *op.cit.*, p.146.

<sup>64</sup> *Ibidem*, p.147.

PROGRAMACIÓN DE TELEVISORAS PÚBLICAS DEL DF Y ÁREA METROPOLITANA										
Televisora	Origen de la programación				Género televisivo. Tiempo de transmisión semanal y porcentaje					
	Tiempo total de transmisión	Tiempo de transmisión de programas propios	Tiempo de transmisión de programas extranjeros	Tiempo de transmisión de programas ajenos	Nacional				Extranjero	
					Informativo	%	Entretenimiento	%	Educativo	%
Canal 11	167 h 40 min	89 h 30 min	67 h 20 min	10 h 50 min	98 h 50 h	59%	10 h 50 min	40 %	2 h	1%
Canal 22	142 h	30 h	47 h	65 h	59 h 30	42%	65 h	23%	49 h 30 min	35%
Canal Judicial	105 h	94 h 30 min	4 h	64 h 30 min	85 h	81%	65 h 30 min	14%	5 h 30 min	5%
Canal del congreso	168 h	160 h 30 min	0 h	7 h 30 min	164 h	98%	1 h	0%	3 h	2%
TV UNAM	122 h	47 h	52 h	23 h	34 h	28%	68 h	56%	20 h	16%
Canal 34	126 h	94 h	22 h	20 h	88 h	70%	37 h	29%	1 h	1%

Cuadro 7. Programación de televisoras públicas del DF y Área Metropolitana. Tomado de Florance Toussaint Alcaráz. *La televisión pública en México. Directorio y diagnóstico (2007-2008)*

Para ejemplificar la proporción de contenido educativo y cultural en televisión abierta, se muestra la siguiente gráfica del IFT sobre el consumo televisivo donde el contenido cultural es el que menor tiempo de transmisión tiene, lo que contrasta con los géneros como películas, mercadeo (promueve la venta de productos vía telefónica) y los programas de revista quienes dedican entre 1500 y 2000 horas de tiempo al aire.



Cuadro 8. Rating de programas por género televisivo. Base de datos de Ratings TV 5 dominios de Nielsen Ibope. /Software de explotación MSS. Nota: La variable de consulta es duración (Length) por género agrupada para los canales 2, 5, 7, 9 y 13 en las 28 ciudades consideradas en la muestra para los periodos de octubre 2014-diciembre 2014 y octubre 2015-diciembre 2015, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo.

Como se puede deducir, la producción de contenido educativo-cultural es muy escaso e insuficiente. La televisión con esta temática enfrenta el reto de renovar su contenido, que involucre a profesionales de la materia que puedan transformar el formato en que se presenta al público pues como se mencionó antes, la televisión educativa-cultural no

tiene presencia entre el televidente pues es desplazada por formatos más simples donde el entretenimiento es su base.

También es importante que exista una descentralización de estos canales pues al depender del Estado, estarán a merced de sus políticas estructurales lo que impide que tenga libertad de creación y dirección con vistas a elevar la calidad programática de ésta.

Ahora bien, no sólo estos problemas enfrenta la televisión educativa-cultural para ganarse un lugar en el gusto del público pues hay un entorno que influye en las preferencias del espectador. Desde el ambiente social en que se desarrolla el espectador, las experiencias obtenidas, el capital cultural, así como una formación instructiva van a modelar su comportamiento frente a los medios y que son importantes para la configuración del individuo dentro de la sociedad.

## **CAPÍTULO 2. TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN EN LA POBLACIÓN ADULTA EN ALFABETIZACIÓN**

La televisión juega un papel importante para la formación de la ideología del espectador que, conjugada con su capital cultural e instructivo, son determinantes para la construcción social de su realidad y el entendimiento de su entorno, lo que va a derivar en la conformación de una barra programática de mejor calidad, sin embargo, para que esto suceda la educación en el espectador es indispensable.

A lo largo de la historia, la lectura y la escritura han significado poder. Cuando la comunicación era de forma oral, los gobernantes eran los mejores narradores, después, la influencia pasó a quienes sabían leer y escribir. Hoy en día, estas actividades dentro de la educación, en su forma tradicional, así como el entorno social, son importantes dentro de la configuración de los saberes del individuo.

Ahora con los medios de comunicación, el saber leer y escribir ya no sólo se ha centrado en el modelo tradicional de la educación, pues ahora ha surgido la alfabetización en medios, otra perspectiva vista desde la educación donde se busca que el espectador, por medio de los conocimientos adquiridos, tenga conciencia de la naturaleza del contenido al que está expuesto y haga una lectura crítica de los mensajes que recibe de los medios.

Sin embargo para que esta condición sea propicia, es necesario que el espectador ya tenga conocimientos previos que le permitan desarrollar la perspectiva de los mismos cuando se exponga cualquier medio. En el caso de la televisión, es importante que se tenga conciencia de quien emite el mensaje, el rol que tienen las personas que salen en pantalla, incluso el objetivo de los programas que salen al aire.

Es aquí donde la educación tiene un papel fundamental para la comprensión del contenido televisivo, pues como se ha comprobado a lo largo de los años, fomenta el desarrollo de una mente más crítica, esencial para el perfeccionamiento de las habilidades cognitivas en el individuo que le permitan comprender el entorno en el que se desenvuelve.

Aunque la educación es indispensable para la decodificación de los mensajes emitidos por los medios, entre ellos, la televisión, actualmente existen sectores de la población donde no se tiene acceso a una educación formal debido a un entorno de marginación económica o social. Esto se traduce en un sector de la población más vulnerable pues al ser analfabetas o analfabetas funcionales, se vuelve más difícil que lleven a cabo procesos de diferenciación, entendimiento y aprehensión en el contenido mediático.

Así pues, entender la relación entre educación y televisión es de suma importancia para mejorar la influencia de estas dos instituciones sociales pues como se explicará más adelante, promueven la apropiación de ciertos conocimientos o conceptos en el espectador.

## **2.1 Relación de televisión y educación**

Dentro de las instituciones sociales del Estado para mantener un equilibrio, organización y bienestar social, están la televisión y la escuela, que sirven de aparatos reproductores del saber, cuyo objetivo es la constitución de una cosmovisión del universo, reflejo de las clases dominantes donde se manifiestan intereses, proyectos o contenidos que tendrán un impacto en las clases vulnerables.<sup>65</sup>

En el caso de la escuela, que funge como transmisor de ideologías, tiene un doble propósito; ser cúmulo de concepciones del mundo para legitimar la ideología política dominante y así mantener la estabilidad social y ser un espacio de desarrollo intelectual que instruya a los individuos en los saberes universales para insertarlos en la vida social, económica y política del país.

Con la televisión, el papel que desempeña en la construcción del saber se produce de manera indirecta, por medio de la transmisión de mensajes con un interés político o económico que es dirigido a determinados sectores del público. Su contenido es diverso, presentado en forma de mosaico, que no tiene un calendario o reglamento para ser transmitido.

---

<sup>65</sup> Rafael Ahumada Barajas. *La TV y la educación. ¿Una red interconectada?*. p. 36.

En el siguiente cuadro se muestra la diferencia estructural de la escuela y la televisión así como la forma en que construyen el saber. En el caso de la televisión, se enfoca en presentar información, ya sea de carácter noticioso o de entretenimiento más que transmitir contenido dirigido a educar en el sentido estricto de la palabra mientras que la escuela va a concentrar la transmisión del saber, previamente seleccionado y construido de acuerdo a un objetivo, que se rige por ciertas normas dedicadas a transmitir la cultura erudita, razón, por la cual, se dice, este saber se adapta mejor a los jóvenes de clase alta.<sup>66</sup>

Escuela	Televisión
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mira hacia el pasado, es decir, el patrimonio de la humanidad</li> <li>• Contenido que privilegia la lógica contra la razón</li> <li>• Ignora la lógica económica</li> <li>• Se construye en lo perdurable</li> <li>• Forma ciudadanos</li> <li>• Su saber es transmitido, seleccionado y construido</li> <li>• Se organiza según una progresión definida</li> <li>• Contenido que se desarrolla con el tiempo</li> <li>• Es objetivo y atemporal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se interesa por el presente</li> <li>• Descansa en la sorpresa del hecho y el impacto emocional</li> <li>• Sólo funcionan apoyándose en las condiciones del mercado</li> <li>• Se construye en lo efímero</li> <li>• Forma consumidores</li> <li>• Responde a la información que al saber</li> <li>• Es astillado, discontinuo, mosaico</li> <li>• Privilegia el aquí y el ahora, lo rápido o efímero</li> <li>• Lo sensacional y lo emocional más que lo racional y abstracto</li> <li>• Diversidad temática sin regulación temporal o evaluativa</li> </ul>

Cuadro 9. Diferencias de construcción del saber entre escuela y televisión. Con información de Genevieve Jacquinot. *Saberes escolares o saberes mediáticos: ¿choque o cultura?*

<sup>66</sup> Genevieve Jacquinot. "Saberes escolares o saberes mediáticos: ¿choque o cultura?" en Roxana Morduchowicz (coord.) *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. pp. 43-44.

Ante este panorama, se puede pensar que la escuela y la televisión no tienen relación alguna, que son instituciones opuestas con fines distintos. La realidad no es así ya que tienen un papel importante en la construcción del saber pues sus contenidos se complementan para que el individuo se relacione con su entorno. Ambos proveen de información, de conocimiento, de conductas determinadas que van a impactar en el individuo como ser social.

Es decir, la construcción del saber, tanto escolar como mediático no es opuesto. En primera instancia porque no hay elección por parte de las escuelas para restringir o prohibir que los alumnos aprendan por medio de la TV. También, porque existen entre ambos universos importantes puntos en común que pueden ayudar a comprender el conocimiento que cada uno provee al individuo.<sup>67</sup>

Tampoco es opuesto porque la manera de aprendizaje de la humanidad está en constante cambio. Desde sus inicios como civilización, el aprendizaje ha evolucionado y ha tenido que adaptarse a los cambios históricos y sociales, como el paso de la escritura a la imprenta o la interacción del individuo en la era digital. Por tanto se puede afirmar que la educación es un proceso dinámico.

De esta manera, la oposición entre ambos saberes es relativa pues hoy en día, los estudiantes obtienen más información de los medios que de la escuela, al ser medios que proveen de información al momento. Así como en la televisión, donde la información se presenta en mosaico, en el saber escolar también, al ser representado en segmentos horarios y disciplinados.<sup>68</sup>

Así, el individuo llega a la escuela con un conocimiento previo, que no sólo adquiere en la escuela sino también como producto de la interacción con su entorno social. Sus familiares, amigos, el lugar donde habita, la religión, los medios y demás sectores sociales con los que se involucra, serán la base para construir su realidad y acumular sus saberes individuales, con los que podrán interactuar con otros individuos.

---

<sup>67</sup> *Ibidem*, p. 46.

<sup>68</sup> *Idem*.

El doctor Rafael Ahumada Barajas, retoma a Alfred Schütz, sociólogo que desarrolló el concepto de realidad social, donde explica que el sujeto formará su realidad social sólo con los elementos que lo rodean, pues aunque está involucrado en un ambiente multicultural, el sujeto adoptará sus actitudes, comportamiento o ideologías con los que se sienta identificado para formar su propio entorno:

Para Schütz, la realidad no es para todos los sujetos. Explica que los individuos se ven inmersos en su existencia en diferentes ámbitos, a cada ámbito le corresponde un sentido porque la realidad está constituida por el sentido de nuestras experiencias y no por la estructura ontológica de los objetos. Cada ámbito posee su propio estilo cognitivo, de modo que las experiencias que viven los sujetos dentro de cada espacio vital son pertinentes entre sí. Los sujetos seleccionan las actitudes, decisiones, adhesiones y las expresiones que realizan a partir de la significatividad, es decir, los tipos y formas de acción ejercidas por los individuos conforme a sus intereses y convicciones.<sup>69</sup>

Esto quiere decir que los saberes de los sujetos son productos culturales, que ellos mismos hacen de su entorno, “no se puede pensar en un efecto general de escolarización, cada sujeto se ha ido formando una visión del mundo a través de su experiencia cultural acumulada, lo que hace que los conocimientos y las prácticas concretas reproducidas en la escuela sean reconstruidas en forma distinta por cada individuo”.<sup>70</sup>

La interpretación de cada individuo dependerá de varios factores del entorno donde se desarrolle, así como lo señala el investigador David Morley quien por medio de estudios de recepción, considera importante tomar en cuenta el entorno social en que se desenvuelve el sujeto, que al final, serán imprescindibles para la interpretación del contenido en los medios :

Los miembros de cierta subcultura tenderán a compartir una orientación cultural a decodificar mensajes de un modo particular. Sus lecturas individuales estarán marcadas por formaciones y prácticas culturales compartidas que a su vez estarán determinadas por la posición objetiva que ocupa el individuo en la estructura social...la gente entiende cuál es su situación y reacciona ante el nivel de las subculturas y los sistemas sentido.<sup>71</sup>

Ahora bien, el sujeto construye su propia realidad por medio de la configuración de interpretaciones en el pensamiento, que éste tiene de los hechos ocurridos en su

---

<sup>69</sup>Rafael Ahumada Barajas, *op. cit.*, p.32.

<sup>70</sup> *Ibidem*, pp. 42-44.

<sup>71</sup> David Morley. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. p.129.

ambiente. Al final, el individuo tendrá una realidad fragmentada, con aspectos seleccionados por él mismo, en un proceso de identificación con su entorno, que dependerá de la estructura social en que se desenvuelva donde la televisión es el mediador entre las instituciones sociales y el espectador.

Esta realidad fragmentada es presentada por los medios de comunicación, como el teatro, el cine o la televisión, que como se explicó anteriormente, muestran realidades múltiples, o “zonas limitadas de significado” a las que se refiere el Dr. Ahumada, donde el sujeto se ve involucrado en un mundo modelado que puede tener similitudes con su vida cotidiana. Éstos desvían la atención de la realidad del espectador, quien al dejar de estar expuestos al contenido de dichos medios, regresa a su realidad.<sup>72</sup>

Así, el mundo ofrecido al espectador es un entorno paralelo a su vida diaria donde buscará ciertos personajes, situaciones o actitudes con los que se sienta identificado para reproducirlos en su entorno social. Al exponerse a este contenido, el sujeto guarda ciertas imágenes que van a perdurar en su memoria y que utilizará en ciertas situaciones de su entorno cotidiano para relacionarse con otras personas.

Dentro de este ambiente, la escuela cobra una importancia considerable, debido a que se convierte en un espacio que sirve como vínculo entre la instrucción del individuo y su vida cotidiana, donde se sentarán las bases para la tipificación de significados a través de un cúmulo de conocimientos que pueden ser contradictorios o no, en las relaciones sociales de los sujetos, donde se concentran las prácticas y saberes que adquirieron en su cotidianidad.

También, en esta construcción de la realidad participa la televisión, que “se suma con los sujetos contemporáneos que coexisten con el individuo, de los cuales recibe información objetiva de sus experiencias sociales así como imágenes de la vida...este conjunto de imágenes almacenadas en nuestra memoria componen el esquema conceptual y representan la visión del mundo que tengamos, situándonos en el tiempo y el espacio.”<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Rafael Ahumada Barajas, *op. cit.*, p.34.

<sup>73</sup> *Idem.*

Sumado a este esquema conceptual, está la escuela donde también se “retoma, adopta, produce, reproduce y difunde los valores morales que los padres de familia, la clase social, la sociedad, el Estado, necesitan para reproducirse y gestar las transformaciones que le son benéficas. Por medio de la educación, la moral difunde sus valores y enseña el deber...es donde se adiestra al individuo para que reaccione de una forma determinada”.<sup>74</sup>

Y es que educar, del latín “*educare*”, significa dirigir, encaminar, adoctrinar. Es decir, desarrollar la capacidad intelectual y moral del individuo, para que éste sea capaz de actuar con tal firmeza que no pueda ser desviado<sup>75</sup> del “deber ser” con la sociedad. Es un modelo de enseñanza que busca la instrucción de los individuos para que actúen de una determinada forma que pueda mantener el equilibrio de las estructuras sociales.

Sin embargo, este modelo de enseñanza tradicional, no se aplica del todo en los medios. Como se ha señalado antes, la construcción del saber individual, no sólo se obtiene de la escuela, sino también del entorno que rodea al sujeto. Dentro de esta configuración de la realidad por medio del conocimiento, se pueden distinguir dos tipos de educación:

- **Educación informal o de socialización:** es la que se adquiere en los círculos sociales donde el individuo se desarrolla, como la familia, la religión o centros recreativos.
- **Educación formal:** es la que se adquiere en los centros educativos con un fin estrictamente académico.

Estos dos tipos de educación participan y se complementan en el proceso civilizador para conformar un equilibrio en favor del bienestar social. En el caso de la televisión, pertenece a la educación informal, pues como institución participante en el proceso socializador, tiene una influencia indirecta en la configuración del bagaje cultural del público.

---

<sup>74</sup> Stanley J. Baran y Jorge Hidalgo, *op. cit.*, p. 364.

<sup>75</sup> *Idem.*

La televisión crea conceptos que se generalizan y son utilizados por la gente, éstos toman como base estereotipos de algún programa y adquieren conductas que de manera inconsciente practican en su vida cotidiana. Es así que las personas ven la programación televisiva sin poner especial interés en analizar el mensaje que transmite. La población menos preparada es la más vulnerable pues su contenido delimita lo que está bien o mal para la sociedad.

Un ejemplo de esto es cuando el espectador no analiza de manera objetiva la concepción de un analista de opinión cuando emite un juicio sobre una problemática social. El espectador toma la opinión como verdad por diversas razones, ya sea porque desconoce del tema o porque la intervención del analista es muy convincente. Este fenómeno pasa con las noticias, donde se le da el carácter de verídico a los hechos que son relatados.

De esta manera, se puede afirmar que “la televisión participa del aprendizaje social ya que las personas interiorizan ciertos contenidos de la televisión, a la vez que viene a conformar el rol que desempeña cada miembro hacia el interior de la familia”<sup>76</sup>, por lo que la televisión y la educación están estrechamente relacionados con la conformación de la estructura social que se considera a este medio de comunicación como regulador del comportamiento familiar y por ende, social.

Todo lo que el individuo sabe es resultado de las costumbres y actividades culturales que éste lleve a cabo. Es a partir de esta experiencia acumulada que cada individuo hace sus propias construcciones del mundo que lo rodea, así se dice que su saber es individual, aunque al final la construcción social que realice sea producto de la cosmovisión colectiva que se ha hecho del mundo.<sup>77</sup>

Dado que las construcciones sociales son producto del bagaje cultural y formativo de cada individuo, existe una estrecha relación entre la educación y la televisión pues, ésta última, como medio de comunicación se vuelve trascendental en la población, como el Dr. Rafael Ahumada Barajas explica:

---

<sup>76</sup> Francisco Javier Martínez Garza. “Una mirada a quienes miran la tele” en Guillermo Orozco Gómez. *Historia de la televisión en América Latina*. p. 191.

<sup>77</sup> Rafael Ahumada Barajas, *op. cit.*, p. 111.

A la tarea que lleva a cabo la escuela como elemento dinámico dentro del sistema educativo, se debe agregar a la televisión, los cuales difunden valores y modelos de comportamiento e inducen a opiniones sobre diferentes temas... Como instituciones sociales son transmisoras de conocimientos socializados y los elementos claves en la confirmación de esquemas conceptuales y de la apropiación que del mundo, hacen los sujetos. La construcción social del conocimiento, educación y televisión son una red interconectada en la configuración del ser social.<sup>78</sup>

Bajo esta premisa, a pesar de que el sentido instructivo en la industria televisiva en nuestro país, no sea de carácter estricto en su totalidad, nos enfrentamos a un inconveniente, y es el nivel educativo y cultural de la población, donde su formación y su nivel de pensamiento crítico, son indispensables para que pueda decodificar el mensaje de manera correcta o pueda exteriorizar las enseñanzas que algún programa le proporcione.

Se ha comprobado que si las personas se exponen a contenido educativo o cultural, se produce un estímulo en las destrezas cognoscitivas, que si bien, no necesariamente son provocados por programas de este tipo, facilitan el desarrollo de ciertas habilidades de razonamiento.

Según el investigador Guillermo Orozco, un ejemplo de los efectos al ver programas instructivos es un estudio realizado en México por el investigador Díaz Guerrero en 1974 donde se expone que la serie educativa Plaza Sésamo, transmitida desde 1972 en Latinoamérica y dirigida al público infantil, sí tuvo un influjo en los niños mexicanos según su edad y su clase social, pues les proporcionó un estímulo positivo y los preparó para la educación preescolar.<sup>79</sup>

En dicho estudio se demostró que los niños que vieron el programa, obtuvieron mejores calificaciones que aquellos que no estuvieron expuestos al mismo. Esto pone de manifiesto la importancia del contenido educativo y cultural en televisión como un catalizador de estímulos en las habilidades intelectuales del espectador, es un reforzamiento de las actividades realizadas en la escuela.

De acuerdo con Orozco, al exponerse a contenido educativo y cultural en televisión, sí repercute en el proceso de socialización del individuo en su entorno estimula el

---

<sup>78</sup> *Ibidem*, p. 25.

<sup>79</sup> Guillermo Orozco Gómez. *Miradas latinoamericanas a la televisión*. p. 149.

desarrollo de sus habilidades cognitivas y destrezas,<sup>80</sup> lo que a largo plazo será importante para su desenvolvimiento escolar. Algunos de sus efectos son:

1. **Estimulación afectiva al impactar en las emociones del individuo.** Aspecto que relaciona la inteligencia con la emotividad, donde provoca que el espectador sea consciente de los sentimientos que ven en televisión como la violencia, tristeza, alegría, etc.
2. **Provisión temática para la interacción social.** Se ve reflejado en a través de las conversaciones que sostiene el individuo con otros, en el proceso de socialización para compartir información.
3. **Conocimientos paralelos a los que provee la escuela.** Se habla de conocimientos adicionales que les da la TV y que no puede proveerles la escuela o la familia.
4. **Estimulación informativa y conceptual.** La estimulación de habilidades cognitivas favorece la creación de conceptos nuevos así como capacidad visual así como nuevos temas que amplían su panorama intelectual.
5. **Alteración del ritmo cognoscitivo al acostumbrar al espectador a ritmos más rápidos de aprendizaje.** Dado que la información es presentada en forma de narración, el ritmo de aprendizaje es más rápido a diferencia de las clases que proporciona la escuela.

Dado este panorama, televisión y educación, como instituciones participantes en la configuración de las estructuras sociales, se complementan pues son difusores de las normas socialmente aceptadas, así como proveedoras de formas de pensar, modos de vida, actitudes frente a diferentes situaciones y significados establecidos.

A pesar de desenvolverse en entornos distintos, se complementan al momento de instruir al individuo, aunque el primero no tenga esa función en específico y tampoco se lo proponga en cierta manera, ayudará a la estimulación del espectador y proporcionará una visión del mundo que enriquecerá su capital cultural.

---

<sup>80</sup> *Ibidem*, p. 154.

## 2.2 Alfabetización en medios

Ahora bien, debido a la estrecha relación de estas instituciones sociales, ha surgido una vertiente del modelo tradicional de la educación en lo que a medios se refiere se habla de la alfabetización en medios. También se le conoce como educación para la recepción, cultura mediática o educación en medios que busca una mirada responsable a los programas en televisión por parte del espectador, donde se promueve que los programas sean elegidos con sensatez en beneficio propio para su formación o enriquecimiento cultural.

Para que esta labor pueda concretarse con éxito, tener un conocimiento de base es primordial para que el individuo sea partícipe de la estructura social en que habita. Al tener consciencia del lugar en que se desarrolla, se convierte en un ente activo, con poder de decisión sobre el papel que representa en su ambiente.

Stuart Ewen, profesor de medios en el Hunter College, comparó la lectura de medios con el alfabetismo tradicional, donde considera que la alfabetización es el vehículo para participar cabalmente en la cultura; “el alfabetismo consistía en cruzar las líneas que a través de la historia habían separado a los hombres de las ideas de los hombres comunes; consistía en facultar a aquellos que habían sido excluidos de los beneficios de la ciudadanía”.<sup>81</sup>

Ahora, con los medios de comunicación de masas y la innovación tecnológica en este rubro, “la alfabetización como capacidad de leer y escribir, constituye una condición necesaria pero no suficiente para ser considerado alfabeto en esta sociedad de la información, que requiere de otras formas de alfabetización y además una nueva conciencia crítica que permita hacer una lectura adecuada de la realidad circundante”<sup>82</sup>, indispensable para comprender los mensajes en la programación televisiva.

Por supuesto que cuando se ve televisión, el espectador es capaz de distinguir cuando una persona está soñando porque en la escena hay un corte borroso, también sabe cuando alguien está mareado porque hay estrellas o pájaros girando alrededor de su

---

<sup>81</sup> Stuart Ewen en Stanley J. Baran y Jorge Hidalgo, *op. cit.*, p 83.

<sup>82</sup> J. Osorio (comp.). *El analfabetismo funcional. Un nuevo punto de partida*. pp. 54-55.

cabeza, sabe cuando hay violencia en un programa porque hay agresiones. Es decir, el individuo sabe a cerca del lenguaje que se emplea en televisión, sin embargo, como toda habilidad, necesita del perfeccionamiento, que es lo que busca la alfabetización en medios.

Cuando se habla de la alfabetización en medios se refiere a la capacidad de comprender los textos de los medios y utilizar el contenido de manera eficaz y efectiva en beneficio propio. Al tener conciencia de los mensajes recibidos por los medios de comunicación, como la televisión, el espectador tiene el poder de conformar una programación más integral e incluyente, que le proporcione elementos que amplíen la cosmovisión de su entorno.

Ahora bien, para la investigadora argentina Roxana Morduchowicz, educar en medios se puede ver desde cinco diferentes perspectivas:<sup>83</sup>

1. **Normativa:** se enfoca en los efectos que el racismo, el contenido violento o sexual tienen en el espectador.
2. **De consumo:** analiza el consumo cultural en televisión, es decir las motivaciones que tiene el público para elegir determinado programa.
3. **Crítico:** se enfoca en analizar las representaciones sociales que los medios hacen de su entorno, así como la agenda de contenido que proponen.
4. **Semiológico:** analiza los códigos, convenciones, maneras de nombrar y decir el mundo.
5. **De actualidad:** propone un análisis de la actualidad en los medios, más enfocado en noticieros de radio y televisión.

Aunque hay diversos enfoques, para esta investigación, se va a enfocar un sentido crítico, que al igual que la investigadora Morduchowicz, se considera a la educación en medios como la necesidad de analizar la manera en que la televisión construye el mundo para el espectador. Se parte de la idea de que los medios sólo presentan una perspectiva particular de lo que el mundo significa para éstos, donde es necesario tener

---

<sup>83</sup> Roxana Morduchowicz. *A mí la tele me enseña muchas cosas*. p. 86-87.

claro que el contenido presentado es una manera en que el público debe interpretar diversos temas.<sup>84</sup>

Se trata de una forma de educación que exige al espectador el análisis y la evaluación crítica de todo lo que ve en los medios, que implica una comprensión más amplia por parte de contextos sociales, económicos e institucionales de comunicación y por otra parte de cómo estos mismos contextos afectan las experiencias y las prácticas de las personas. Tiene un enfoque más exclusivo y relevante de la enseñanza de la cultura y la comunicación pues no solo implica lectura y escritura sino interpretación de los medios.<sup>85</sup>

El estudio en este campo es reciente, pues desde hace casi dos décadas, se ha planteado a nivel mundial como una de las alternativas para proveer a los receptores de herramientas para cambiar su papel “pasivo” en “activo” ante los medios.”<sup>86</sup> Estos estudios se han llevado a cabo en diferentes países donde ha buscado adaptar esta enseñanza de acuerdo a su contexto social y cultural.

Ejemplo de ello son países como España, Inglaterra, Estados Unidos y Suecia que de manera evolutiva han ido construyendo este campo de estudio, el cual no sólo se basa en la denuncia de la estructura ideológica de los medios sino en la desmitificación de éstos por medio del entendimiento de la apropiación técnica y sintáctica, su producción, análisis así como su construcción y deconstrucción.<sup>87</sup>

Se trata de una labor de cuestionamiento y exploración que busca problematizar las representaciones de la cultura (la que nos es familiar y a la que nos es ajena) y cómo es que por medio de la representación que los medios, en específico la televisión, hacen de la realidad, se alimentan diversos estereotipos como la identidad nacional, la concepción de género, deportes, posición social, razas indígenas, la familia, etc.

---

<sup>84</sup> *Ibidem*, p. 85.

<sup>85</sup> David Buckingham. *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. pp. 71-74.

<sup>86</sup> Alexandrov Vladimir, Peña Ramos y Frank Viveros Ballesteros. *Educación para la comunicación. Desarrollo de la visión crítica de los adultos*. pp. 4-5.

<sup>87</sup> *Idem*.

Debido a que vivimos en un mundo mediatizado, la expansión del internet, la digitalización de la televisión entre otras novedades tecnológicas, han propiciado que una formación en medios sea una vía de entrada a la cultura y la comprensión de nuestro entorno, donde es una prioridad “cuestionar la representaciones de la “normalidad” como la violencia en la TV o la agenda pública de los medios”.<sup>88</sup>

Esto es importante ya que ayuda al receptor a reconocer los valores explícitos e implícitos del mensaje en el contenido al que se exponen. Ejemplo de esto son los noticieros, donde una visión crítica les ayudará a analizar el discurso que emplean y el entorno en que se presentan las historias que se cuentan. También se puede ver en las telenovelas, donde les puede ayudar a valorar las cualidades de algún personaje de la historia y no darle un valor exagerado.

Aunque en televisión se enfoca en provocar reacciones emocionales en el espectador, “el tipo de respuesta (emotiva o reflexiva) ante la televisión, depende el buena medida del tipo de programa o de mensaje, pero depende sobre todo de la formación del espectador. Un espectador educado puede fecundar un medio pobre o alienante”.<sup>89</sup> Es decir, se puede generar ideas que reflexionen sobre el contenido donde el emisor solo buscaba una respuesta emotiva.

La alfabetización en medios debe ir más allá del análisis del texto para acceder al contexto en que se vive, es enseñar a pensar a partir de las emociones generadas por el contenido.

Un ejemplo de ello es al ver una película de terror. Si ha provocado una emoción en el espectador, ya sea el miedo, el asombro o suspenso, se puede despertar el interés en éste para conocer por qué el director de la película decidió hacer un encuadre de determinada manera, por qué en una persecución la cámara se mueve mucho y sólo se ve desde atrás al personaje, el vestuario utilizado en los antagonistas de la historia o incluso la música empleada.

---

<sup>88</sup> Robert Ferguson. “Los medios de comunicación y la formación de los alumnos en la democracia” en Roxana Morduchowicz. *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. p. 83.

<sup>89</sup> Joan Ferrés I. Prasts en Roxana Morduchowicz, *op. cit.*, p. 63.

Para lograr este cometido, el investigador Robert Ferguson habla de ciertos aspectos que deben clarificarse para una verdadera educación en medios.<sup>90</sup>

1. **Placer:** Entender que los medios producen placer en la audiencia, ya sea por las historias contadas o los detalles sobre algún personaje. El objetivo aquí es conocer la forma en que el contenido es presentado al espectador.
2. **Poder:** Tener conciencia del poder de los medios, de cómo pueden construir la agenda mediática, el poder de definir qué contenido es aceptable y cual no, es decir, cómo generan la aceptación de conductas o estereotipos a través de la repetición de dicho contenido, la representación de la “normalidad”.
3. **Discurso:** La forma en que se introducen los temas, por ejemplo, en un noticiario, la forma en que son presentados los hechos, como una huelga, si es negativo (causan destrozos) o positivo (hacen valer sus derechos).
4. **Política:** Explorar diversas formas de poder y autoridad en la sociedad y cómo son representadas.
5. **Producción:** Conocer la propiedad de medios por parte de compañías globales y sus implicaciones políticas y sociales, el control de la prensa, televisión o los grandes estudios de cine así como la formación que tienen los periodistas que trabajan en los medios.
6. **Audiencias:** Al ser éste un grupo dinámico, es necesario explorar que lugar tienen y de qué manera resignifican los mensajes mediáticos

Ahora bien, con todos estos conceptos y el “deber ser” de una educación en medios para que el espectador comprenda su contenido, no nos referimos a “salvarlos” de sus gustos culturales, no se trata de condenar los placeres del público cuando se considera que tienen preferencia por programas “basura” sino de crear conciencia en el espectador sobre los contenidos que le gustan y pueda utilizarlos en beneficio propio.

Seguramente surgirán diversas dudas sobre si es necesario educar al público sobre lo que ve, pues se puede considerar que el espectador no es un ente “pasivo” ante la televisión como muchos dicen, pues no cree en cualquier tema del que se hable en los

---

<sup>90</sup> Robert Ferguson. “Los medios de comunicación y la formación de los alumnos en democracia” en Roxana Morduchowicz, *op. cit.*, pp. 82-85.

medios, sin embargo, se ha comprobado que la influencia de la televisión impacta de manera indirecta en su comportamiento.

Ejemplo de ello es el contenido violento que tanto se ha criticado en televisión. Si bien, las personas adquieren conductas que han visto en el medio, no significa que si se exponen a películas como “300”, “Duro de matar” o la famosa serie estadounidense “Juego de Tronos”, salgan por la calle a matar a la primera persona que se ponga en frente.

Aunque no sucede así, se vive en un ambiente en que alguna persona ha matado, o incluso mataría por defenderse, debido a los mensajes culturales que ha visto en televisión. Gracias a ello se ha extendido un miedo colectivo, muchas veces infundado, como la idea de no salir a la calle de noche, o ir a lugares solitarios porque se pone en peligro la integridad física.

Si bien, el nivel de influencia de éstos contenidos pudiera pesarse que es a nivel micro o individual, en realidad se puede ver claramente a un nivel mayor. La violencia en televisión ha contribuido a la atmósfera cultural en que la violencia es aceptada y se ha vuelto parte de la vida cotidiana, no repercute directamente sobre la mayoría de las personas, pero sí tiene influencia a nivel macro, debido a su influencia en el ambiente cultural.

No sólo la violencia en el contenido televisivo tiene un efecto a nivel macro, la representación de estereotipos también es ejemplo de ello, como el canon de belleza que debe cumplirse para la mujer, que se ha visto reflejado con el incremento en la tendencia de aclarar la piel en nuestro país ya sea con productos de belleza o filtros en diferentes aplicaciones móviles como instagram o snapchat.

Es por ello que el investigador Art Silverblatt, identificó elementos fundamentales para que las personas desarrollen la capacidad de leer los medios:<sup>91</sup>

1. Conciencia de la repercusión de los medios en la vida cotidiana

---

<sup>91</sup> Art Silverblatt en Stanley J. Baran y Jorge Hidalgo, *op. cit.*, pp. 84-87.

2. Conocimiento del proceso de la comunicación masiva. Desde su funcionamiento así como obligaciones del productor y el consumidor, para saber en qué son útiles.
3. Estrategias para analizar y comentar los mensajes de los medios. Generar habilidades que permitan comprender el porqué de las imágenes en periódicos o los discursos en diferentes situaciones.
4. Comprensión del contenido de los medios como un texto que ofrece conocimientos sobre la cultura y la vida cotidiana
5. Capacidad de entender, disfrutar y apreciar el contenido, desde una perspectiva más abierta
6. Comprensión de la obligaciones éticas y morales de los profesionales de los medios

Sin embargo ¿cómo lograr que la gente sea más crítica al momento de ver televisión? Sin duda alguna es una tarea que relaciona a la educación en las aulas, que más adelante se verá reflejada en la programación televisiva. La tarea de la escuela es comprometerse a fomentar la crítica en los estudiantes, que no se excluya el estudio de los medios fuera de las aulas, que los medios no sólo sean herramientas de estudio sino que se también se conviertan en el objeto estudiado.

### **2.3 Analfabetismo en la población adulta**

En el capítulo anterior se explicó la cara positiva de la alfabetización, sin embargo el punto opuesto a este proceso formativo es el analfabetismo, es decir, una persona iletrada. Ambos conceptos forman una misma realidad, que es construida, entre diversos actores, por la televisión y la educación. Aunque la alfabetización en medios busca crear conciencia en el espectador sobre los mensajes que recibe, este vínculo sólo se fortalece con una participación activa del espectador, quien con su bagaje cultural y la educación que ha recibido, hace de la programación televisiva, una mejor oferta de contenido.

El artículo 26 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 señala: “Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos

en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos”.<sup>92</sup>

Bajo esta premisa se vuelve importante tener una educación previa cuando se ve televisión para que el espectador pueda comprender en su mayoría el contenido al que está expuesto. Si no se tienen las bases educativas como la comprensión de textos, será más complicado que al ver televisión, se entienda el texto convertido en imagen. Esto pasa en el sector analfabeta de la población, pues no ha tenido un historial educativo que le sirva como base.

De acuerdo con datos de la Encuesta Intercensal 2015 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el 5.8% de la población a nivel nacional, no cuenta con educación de ningún tipo. En el caso de las personas que sí tuvieron una educación formal, más de la mitad de los mexicanos tiene educación básica, con 53.5%, el porcentaje restante pertenece a los que estudiaron hasta nivel medio superior 21.57% y superior, con 18.6%<sup>93</sup>.

Esto quiere decir que cerca de siete millones de personas en México no saben leer y escribir. Si comparamos esta cifra con los datos del Cuarto Informe Trimestral Estadístico 2015 del IFT, que señalan que los sectores de la población que más ven televisión pertenecen a la clase baja y media baja con 59.54%<sup>94</sup>, se puede constatar que la educación, y una marginación económica son factores que van a delimitar el consumo televisivo.

Sin embargo, otras cifras que aumentan esta problemática son las del rezago, es decir, la condición en la que se encuentran quienes no pudieron completar la educación básica. Aunada a la cifra de analfabetismo, la población en condición de rezago

---

<sup>92</sup> Unesco. “Situación Educativa de América Latina y el Caribe. Hacia una educación para todos 2015”. Disponible en <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/pdf/situacion-educativa-mexico-2013.pdf> Acceso 3 de marzo de 2016.

<sup>93</sup> INEGI. “Encuesta intercensal 2015”. Disponible en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/panorama/presentacion.aspx> Acceso 02 de Agosto de 2016.

<sup>94</sup> IFT, *op. cit.*, p. 138.

educativo es superior hoy a los 31 millones de habitantes y equivale al 40% de la población de más de 15 años.<sup>95</sup>

Hoy en día, “la demanda potencial de servicios de educación para jóvenes y adultos está constituida por población que por sus “condiciones de supervivencia y trabajo forma parte, casi en su totalidad, de grupos marginados y en situación de pobreza” afectados por factores socioeconómicos y culturales que impiden la educación de las personas o limitan la prioridad que se le otorga”.<sup>96</sup>

El investigador David Moctezuma y José Narro Robles, ex rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), exponen la dimensión sobre este problema social que vive una persona analfabeta donde las condiciones de desigualdad son producto de la estructura social y económica de nuestro país.

El analfabetismo persiste en aquellos grupos sociales que están marginados, que no tienen acceso a muchos de los bienes y servicios a los cuales formal y supuestamente todos los mexicanos deberían tener acceso. Su persistencia tiene que ver con cierta reproducción de la estructura de la sociedad mexicana y de las diferencias sociales, que la mera alfabetización o, incluso, la educación escolar no puede cambiar por sí solas. Los contextos sociales, culturales y hasta lingüísticos condicionan los procesos educativos y por supuesto, también limitan los alcances de la alfabetización.<sup>97</sup>

De acuerdo con la UNESCO, el analfabetismo es pues, resultado de la interacción de una serie de factores que actúan simultáneamente. Entre éstos destacan: la pobreza, la desnutrición, los problemas de salud, problemas intrafamiliares, el trabajo infantil, la migración y la falta de acceso a entornos de enseñanza y aprendizaje en forma continua.<sup>98</sup>

Este problema donde la persona no sabe leer y escribir, “constituye por su origen y por las limitaciones que conlleva para la persona que lo sufre, un problema ético, social y político”<sup>99</sup>, donde el analfabeto lo es, por circunstancias de no haber precisado de la

---

<sup>95</sup> INEA. “Programa de alfabetización y abatimiento del rezago educativo”. Disponible en [http://www.inea.gob.mx/transparencia/pdf/Prog\\_Inst2014-2018240414.pdf](http://www.inea.gob.mx/transparencia/pdf/Prog_Inst2014-2018240414.pdf) Acceso 4 de junio de 2016.

<sup>96</sup> *Ibidem*, p.7.

<sup>97</sup> David Moctezuma y José Narro Robles. “Analfabetismo en México: una deuda social”. Disponible en [http://www.inegi.org.mx/RDE/RDE\\_07/RDE\\_07\\_Art1.html](http://www.inegi.org.mx/RDE/RDE_07/RDE_07_Art1.html) Acceso 12 de diciembre de 2015.

<sup>98</sup> INEA, *op. cit.*, p.6.

<sup>99</sup> J. Osorio (comp.). *El analfabetismo funcional. Un nuevo punto de partida*. p. 50

lectura o habersele negado el derecho a una educación formal, ocasionando un coste social elevado para el ambiente donde éste se desarrolle.

El coste social que tienen que pagar las personas analfabetas es muy alto pues no les permite desarrollarse plenamente en sociedad. Un analfabeto no puede utilizar el transporte público, o leer las instrucciones de un alimento a preparar, o la receta médica que le han dado para comprar su medicamento, ni ayudar con las tareas escolares de sus hijos, muchos menos conseguir un empleo formal que les de seguridad económica o de salud.

Esta problemática se ve reflejada en diversos ámbitos con implicaciones determinantes para la configuración de su entorno. Un ejemplo de ello es en los procesos electorales. La persona analfabeta que vota lo hace por una cara bonita, una sonrisa o un estilo, rara vez lo hace por una mente, un carácter o un conjunto de creencias, no emiten un voto consiente en su beneficio.

No se puede emitir un voto consciente sino se tiene una base que le sirva para fundamentar la decisión ya que “los vínculos entre alfabetización y la democracia son inseparables de la noción de un pueblo informado, enterado de los temas que atañen su vida, armado con las herramientas que le permiten participar activamente en el debate público y el cambio social”.<sup>100</sup>

Como se podrá observar, alfabetismo y analfabetismo tienen una relación de causa y efecto, no son conceptos individuales sino procesos sociales pues “sus promotores, organizadores y educadores, tienen siempre una finalidad social, que trasciende el proceso meramente alfabetizador. Se quiere que la gente lea y escriba algo, no cualquier cosa: la participación en un proceso político”.<sup>101</sup>

Dada esta participación que se le exige a la persona, se puede hablar de alfabetismo funcional, es decir, capacitar a la persona analfabeta para realizar todas las actividades que le exige el grupo o la cultura donde se desenvuelve, que adquieran los conocimientos y las técnicas de lectura y escritura para que puedan emprender de

---

<sup>100</sup> *Ibidem*, p. 83.

<sup>101</sup> *Idem*.

modo efectivo todas las actividades en que se haya adoptado la alfabetización con normalidad a su cultura.<sup>102</sup>

Es decir, se capacita para el trabajo en sociedad, con miras a hacerlos partícipes de la estructura económica y política de su entorno, el objetivo no es desarrollar en los estudiantes sus capacidades intelectuales sino ciertas habilidades que puedan servir en su comunidad, lo que se realiza en el INEA, uno de los proyectos educativos del gobierno federal.

Por esta razón es que el analfabetismo funcional ha ido aumentando pues el término en sí mismo hace referencia a una “función” que va a responder a las necesidades impuestas al individuo debido a la estructura social y económica que impera en su entorno, pues si bien, los gobiernos se han interesado en reducir este problema, no se han enfocado en la calidad educativa.

Ahora bien, es necesario corregir el término. La realidad es que aquellas personas que fueron capacitadas para una función dentro de su entorno, se consideran analfabetas funcionales, pues si bien no se muestran en las cifras que registra el INEGI, son de consideración cuando se habla del comportamiento de la audiencia y el consumo en televisión.

Esto porque a pesar de saber leer y escribir, los analfabetas funcionales no han desarrollado la capacidad de comprensión sobre lo que pasa en el mundo actual por medio de textos e imágenes pues aunque la lectura y la escritura son un saber unificado, en la práctica no sucede así y se ha comprobado muchas veces en el aula.

Se es analfabeta funcional si aún sabiendo leer, escribir y algo de números, no se tienen más resortes de conocimiento y de manejo en el mundo, si uno no se siente incapaz para entenderse, defenderse, clarificarse con lo que pasa en el complejo mundo actual. Es aquí que la imagen se hace presente en nuestra visión de la realidad, antes filtrada, analizada en el circuito lenguaje-pensamiento, ahí deriva el peligro de estar tiempo y tiempo ligado a la fuente de impregnación de la imagen, donde se crea un estilo de alfabetización cultural previa y dominante antes de tomar en cuenta los mensajes.<sup>103</sup>

---

<sup>102</sup> *Idem.*

<sup>103</sup> José A. López Herrerías. *Como librarse de la tele y sus semejantes. Ayudas para educar con el análisis de contenido.* p. 34.

Como se puede observar esta es una realidad en la que los analfabetas y analfabetas funcionales están en desventaja, pues en una programación televisiva que marca las pautas para la programación televisiva que será ofrecida al espectador, el analfabeta no tiene mucho poder de decisión, su mundo es limitado al contenido que esté en TV, sea bueno o malo, y éste no puede discernir sobre ello.

Este problema de comprensión del mundo circundante del espectador, se vuelve en su contra en su interacción con otros entornos que involucran innovaciones tecnológicas o digitales. Un ejemplo claro de ello es su interacción con el internet. Para una persona analfabeta es necesario comprender quienes son los actores que disponen del contenido en la red así como distinguir la información que es verídica o no.

Situaciones similares pasan con los medios de comunicación de masas, como la prensa, donde no es posible comprender las implicaciones de ciertas noticias en lo económico o social. En la televisión, donde no se cuestiona lo que se dice en los noticieros, sino se toma la información como verídica. En las telenovelas, donde circunstancias de la vida cotidiana que rayan en la exageración son imitadas sólo por tener un final feliz en la historia.

El analfabeta necesita de algo más que sólo saber leer y escribir, “para ser un adulto funcional en una sociedad mediática, es necesario saber distinguir entre las diferentes formas de medios y saber plantear preguntas básicas sobre todo lo que se mira, lee o escucha...descubrir los diferentes niveles o capas de significado mediático y las múltiples respuestas, aún a preguntas sencillas, es lo que hace que la educación en medios sea tan esclarecedora para la gente adulta”.<sup>104</sup>

Sin embargo, para elegir bien se requiere de reflexión y decisión, algo que no es posible para las personas analfabetas dada la rapidez y el poder de los medios de comunicación que no dan tiempo a la reflexión de calidad lo que hace que el televidente, se convierta en un ente pasivo, al menos temporalmente. Mientras que todos nosotros hemos probado nuestra vulnerabilidad a este efecto, es el analfabeto

---

<sup>104</sup> Elizabeth Thorman. “Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios. Un marco de referencia para aprender y enseñar en la era mediática”. Disponible en [http://www.medialit.org/sites/default/files/03\\_MLKorient\\_spanish.pdf](http://www.medialit.org/sites/default/files/03_MLKorient_spanish.pdf) Acceso 13 de Septiembre de 2015.

quien habiéndose hecho más susceptible a esta dominación, depende de la negación del curso del tiempo y sus necesidades.<sup>105</sup>

Y a pesar de que en la actualidad, se considera al espectador con una relativa independencia frente a la televisión, la verdadera autonomía del espectador frente a los contenidos mediáticos depende de la cultura de los receptores. El hecho de poseer cierto bagaje cultural, contribuye a emanciparse y reconocer la realidad en la que está inmerso, para reflexionar sobre sus propios ideales y actuar en consecuencia de ellos.

## **2.4 La población analfabeta del INEA y su interacción con la TV**

Como se mencionó anteriormente, una educación previa y las experiencias culturales que tiene el espectador, son fundamentales para entender el contenido al que se está expuesto en televisión. En el caso de la escuela, fomentar la crítica es fundamental para que el espectador sea un ente activo en los medios.

Para el caso de la población adulta analfabeta, se vuelve complejo que entiendan los mensajes televisivos a los que se enfrentan a diario. Sean analfabetas o analfabetas funcionales, este sector de la población se vuelve vulnerable al no tener poder de decisión ante los medios, pues el aprendizaje adquirido fue nulo o insuficiente para desarrollar un pensamiento crítico que les haga ser consientes de lo que ven.

Las personas adultas que decidieron retomar sus estudios o iniciarlos, se ven inmersos en un proceso de aprendizaje con un enfoque funcional, donde se vincula la enseñanza de la lectura, la escritura y las matemáticas con la capacitación para la vida laboral y un ambiente orientado a la producción en la estructura en donde se desenvuelven.

Por esta razón es que se crea la educación para los adultos. Desde su origen en la Ilustración, tuvo como propósito alfabetizar, así como centrarse en “el enfoque moralizador a fin de evitar el conflicto social ante el peligroso factor de desequilibrio que constituían las concentraciones de trabajadores en los suburbios industriales”.<sup>106</sup> Ahora

---

<sup>105</sup> Jonathan Kozol. *Analfabetos U.S.A.* pp. 52-53.

<sup>106</sup> J. Osorio (comp.), *op. cit.*, p. 39.

es más una actividad institucionalizada bajo la protección de Estados, gobiernos locales e instituciones cívicas.

Dentro de este campo de estudio se dice que una persona está alfabetizada cuando tiene conocimientos de lectura y escritura que utiliza en su vida diaria, es la “educación básica para las personas adultas con una estrecha relación con el desarrollo económico, político y social de los individuos y sus comunidades”<sup>107</sup> con el objetivo de insertarlos en la estructura social donde habitan.

Tal es el caso del Instituto Nacional de la Educación para los Adultos (INEA), un proyecto que nace en 1981 por decreto presidencial con el fin de “preservar la unidad educativa nacional para que la educación básica de las personas jóvenes y adultas se acredite y certifique con validez en toda la República”.<sup>108</sup>

Este proyecto está enfocado en incluir a la población adulta analfabeta que no tuvo la oportunidad de estudiar y ayudarlos a completar su educación básica. La mayoría de este sector abandonó la escuela o no pudo acudir a ella debido a que se desarrollaron en un entorno de marginación económica y social, reflejado en problemas familiares como violencia o un ambiente de pobreza.

Esta formación está enfocada en capacitar para cumplir una función en sociedad más que desarrollar el intelecto, es decir, no se fomenta el pensamiento crítico. Proyectos como el INEA o la Telesecundaria en nuestro país, tienen un fin político para satisfacer una necesidad en la población sin poner énfasis en la calidad de su educación.

Esta problemática la explica el especialista en televisión Guillermo Orozco Gómez quien señala que la Telesecundaria en México es un proyecto político destinado a cubrir la demanda educativa del país más que elevar su calidad:

La mayoría de [las experiencias en proyectos educativos que utilizan la televisión] ellas, incluida la telesecundaria mexicana, más que ejercer un efecto diferencial en el rendimiento académico de los “teleestudiantes” son, para los “Estados o para los sistemas patrocinadores”, una alternativa no tan cara de dar atención a la creciente demanda

---

<sup>107</sup> *Ibidem*, p. 57.

<sup>108</sup> INEA. “¿Quiénes somos?”. Disponible en <http://www.inea.gob.mx/> Acceso 4 de junio de 2016.

social de educación. En este sentido, quizá el efecto principal de las telesecundarias sea sociopolítico, más que pedagógico.<sup>109</sup>

Aún así, la presencia de este proyecto no deja de ser importante. Tan sólo al mes de agosto de este año 1 millón 495 mil 682 personas terminaron sus estudios en educación básica en el INEA y otros 181 mil 512 concluyeron su proceso de alfabetización, un programa para integrarlos a la educación básica por medio del aprendizaje de las palabras y la lectura para la comprensión de textos.<sup>110</sup>

Además, el INEA cuenta con 72 mil 703 asesores, figuras que fungen como profesores, 135 mil 300 círculos de estudio, lugares abiertos por cuenta de los asesores para acercar a las personas al estudio y 477 plazas comunitarias, es decir, espacios educativos destinados a jóvenes y adultos en donde reciben la atención de los asesores para que concluyan su educación básica. Estos espacios integran recursos y acciones para mejorar la calidad de vida y expectativas laborales de los estudiantes.<sup>111</sup>

Si bien, en el INEA continúa con la labor de educar a los sectores más vulnerables de la población, solo es para producir analfabetas funcionales, que contribuyan al sector económico que impera en nuestro país, situación que no es propicia para desarrollar la crítica. Dadas estas circunstancias, se vuelve complicado promover un entorno donde se entienda a los medios, en especial para la población analfabeta.

---

<sup>109</sup> Guillermo Orozco Gómez, *op. cit.*, p. 148.

<sup>110</sup> Cfr. "INEA en números" en <http://www.inea.gob.mx/ineanum/>

<sup>111</sup> Cfr. "INEA en números" en <http://www.inea.gob.mx/ineanum/>

### **CAPÍTULO 3. LO QUE ELLOS APRENDEN DE LA TELEVISIÓN**

Como se mencionó anteriormente, el contenido en televisión es importante, más no determinante para configurar la percepción que el televidente hace de su entorno. Varios factores influyen para que el individuo interprete los mensajes que ve en televisión, entre ellos su nivel educativo y las experiencias culturales que haya acumulado a lo largo de su vida.

Sin embargo, el escenario de las personas analfabetas es complicado pues al no tener un historial académico que los respalde, no desarrollan una mayor capacidad de análisis por lo que su exposición ante los mensajes mediáticos convierte a esta actividad en un medio para promover la manipulación ideológica en el espectador.

Debido a esta problemática, esta investigación se enfocó en conocer la contribución que la televisión hace en el espectador analfabeta y si éste ha aprendido algo de la misma para aplicarlo en su vida cotidiana.

Para concretar este objetivo se realizó un trabajo de campo basado en la entrevista a profundidad donde por medio de la etnografía, se clasificó el discurso de 16 estudiantes del INEA de Ecatepec en unidades de análisis enfocados en conocer el consumo televisivo de los informantes y la interpretación que hacen de cada programa visto.

De esta manera se pudo conocer a detalle el contexto socio-cultural en que se desenvuelven los estudiantes y poder hacer las interpretaciones de su discurso, analizadas bajo un esquema de configuración televisivo que involucra el macrocontexto y microcontexto de los alumnos del INEA, diseñado para conocer desde su consumo cultural hasta la percepción de programas educativos o culturales y si tienen un impacto en éste.

Ahora bien, antes de exponer los resultados obtenidos en el trabajo de campo, se describirá la organización de INEA, su plan de estudio, para después explicar el contexto sociocultural en que se desarrollan las personas entrevistadas.

### 3.1 Estructura del INEA

Dentro de la forma de organización del INEA se encuentran diferentes figuras operativas quienes se encargan del correcto funcionamiento de los procesos necesarios para la certificación de las personas en alfabetización.

Para que las personas puedan obtener su certificado de educación básica, es necesario que se acerquen a un Punto de Encuentro o Plaza Comunitaria donde un técnico docente se encarga de guiarlos en sus procedimientos de inscripción y posteriormente la asignación de un asesor, quien lo acompañará durante todo su proceso de aprendizaje.

Un Punto de Encuentro o Plaza Comunitaria son los “espacios educativos que integran recursos y acciones educativas para la vida y el trabajo, destinadas principalmente a jóvenes y adultos, en donde uno o más asesores orientan a las personas para concluir con su educación primaria y secundaria así como para hacer uso de recursos educativos orientados a mejorar su calidad de vida y sus expectativas laborales”.<sup>112</sup>

En dichas espacios se encuentran varias figuras responsables de llevar a cabo aquellos procesos administrativos para su correcto funcionamiento. Entre ellos se encuentra el técnico docente, responsable de planear, organizar, coordinar, implementar y dar seguimiento a los servicios educativos que ofrecen el INEA y los Institutos Estatales de Educación para los Adultos (IEEA), en las zonas que les son asignadas.

También se encuentra el asesor, quien facilita el aprendizaje de las personas jóvenes y adultas, estimula su motivación, les brinda apoyo académico y retroalimentación continua para favorecer su aprendizaje, permanencia y mantener su participación en el estudio, así como fomentar la participación colaborativa del estudiante.<sup>113</sup>

Estos asesores tienen la opción de formar su Círculo de Estudio que se integra por un grupo de estudiantes que se reúnen para trabajar con él en un horario y lugar convenido entre ellos, para revisar los avances en sus estudios. Cabe mencionar que

---

<sup>112</sup> INEA. “INEA en números. Glosario de indicadores”. Disponible en <http://www.inec.gob.mx/glosario.pdf> Acceso 4 de junio de 2016.

<sup>113</sup> *Ibidem*, p.6.

los educandos se reúnen independientemente de que estén estudiando diferentes niveles o módulos pues al final, cuando se apliquen exámenes, cada uno presentará el que le corresponda.

Ahora bien, para que estos esfuerzos lleguen a varios estados del país, el INEA ha consolidado alianzas con instancias como el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades, el Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), las Subsecretarías de Educación Media Superior y Superior, las Secretarías de la Defensa Nacional (SEDENA) y Marina, entre otras instancias, así como Gobiernos Estatales y municipales de quienes obtiene apoyo para dar cobertura a la mayor parte de la población analfabeta.<sup>114</sup>

### **3.1.1 Centro INEA en Ecatepec**

Para llevar a cabo la investigación, el estudio exploratorio sobre la preferencia de programas televisivos en la población adulta del INEA, se realizó durante los meses de octubre del 2015 a febrero del 2016, en una plaza comunitaria de la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC) ubicada en la calle Adolfo López Mateos no. 18, colonia San Cristóbal Centro, en el municipio mexiquense de Ecatepec de Morelos.

Este centro funciona desde el año 2013 como parte de un trabajo en conjunto de la CROC y el INEA para la construcción de plazas comunitarias que sirvan como espacios de educación abierta y escolarizada en todo el país, con el fin de que la población obtenga su certificado de educación básica y nivel medio superior.

De acuerdo con datos registrados por el Técnico Docente Carlos Moreno Garay, de esta sede del INEA, a la fecha de la realización del estudio, se tienen registradas cerca de 150 personas con un rango de edad de entre los 15 a los 60 años quienes son clasificados de acuerdo al nivel de estudio que tengan.

---

<sup>114</sup> *Idem.*



Plaza comunitaria de la CROC en San Cristóbal Centro

Del total de personas inscritas, no todas acuden a estudiar a dicho centro, esto debido a la opción que existe de estudiar en un Círculo de Estudio, donde el asesor se encarga de su enseñanza y en la plaza comunitaria sólo acuden para la aplicación de sus exámenes correspondientes. Esta modalidad se les facilita a los estudiantes pues sus actividades o la lejanía de las plazas comunitarias les impide acudir con regularidad a sus clases.

Asimismo, existe flexibilidad de horarios para los estudiantes que acuden a las plazas o círculos de estudios. No hay un periodo de tiempo a cumplir por parte del estudiante para que acredite los módulos correspondientes ya que existen diversos factores que impiden que se termine a tiempo cada nivel educativo.

En la plaza comunitaria de la CROC, se encuentran activos cuatro docentes, quienes son los responsables de guiar al estudiante en la aprobación de los módulos correspondientes por nivel educativo para su certificación en educación básica. Dichos asesores reciben un pago, por examen acreditado de cada estudiante, de \$145 si éste cuenta con educación media superior y \$135 si cuenta con educación secundaria, esto debido a que es una labor altruista más que un empleo.

Sin embargo, para que una persona con educación básica o media superior pueda ser asesor, es necesario aprobar un proceso de capacitación. En este proceso, el INEA envía material al formador de asesores quien se encarga de preparar a los futuros docentes para que tengan una formación más integral que les permita enseñar a los adultos de manera adecuada.

### **3.1.2 Plan de estudio del INEA**

Ahora bien, como se expuso en capítulos anteriores, el plan de estudio diseñado por el INEA, tiene como finalidad producir analfabetos funcionales. Este plan de estudio se basa en el Modelo de Educación para la Vida y el Trabajo (MEVyT), un “planteamiento educativo con metodologías, contenidos y estrategias pertinentes para cubrir intereses y necesidades de aprendizaje de nivel básico de las personas jóvenes y adultas, que permite alfabetizar y estudiar y certificar la primaria y secundaria”.<sup>115</sup>

Se establece mediante el Acuerdo Secretarial número 363 publicado en el Diario Oficial de la Federación en el año 2005. El plan que se sigue en todos los espacios educativos del INEA es implementado con la finalidad de desarrollar las capacidades en el educando con el objetivo de incluirlos en la estructura social en que viven.

El plan de estudios del INEA está conformado por módulos con temáticas encaminadas a la enseñanza del español, matemáticas y conocimientos generales sobre el entorno, el uso de las nuevas tecnologías y la mejora de la calidad de vida del estudiante.

El periodo en que se termina la educación primaria y secundaria es de seis meses por nivel. Aunque cada nivel educativo está diseñado para que se termine en ese tiempo, esto puede variar dependiendo las habilidades que desarrolle el estudiante con el tiempo así como el avance que tenga.

En el caso de una persona analfabeta, el periodo se extiende tres meses más con la enseñanza de tres módulos en el nivel inicial, el de Alfabetización, que tiene por objetivo introducir al analfabeta en el lenguaje escrito, es decir, la identificación de los signos y símbolos del alfabeto así como la enseñanza de la lectura.

---

<sup>115</sup> INEA. “Programa de alfabetización y...” *op. cit.*, p.8.

Existen cuatro modalidades implementadas para la enseñanza en el INEA:

1. **Virtual:** es un libro en formato PDF donde se realizan lecturas o algunos ejercicios que el alumno contesta en computadora.
2. **Libros:** el alumno se familiariza en el lenguaje escrito, sobre todo para las personas analfabetas que empiezan su proceso de enseñanza.
3. **En Línea:** libro interactivo donde se trabaja en los ejercicios y lecturas, además de generar autoevaluaciones para medir el avance de los estudiantes.
4. **Mediateca:** modalidad donde se apoyan en material gráfico como televisión, DVD's o VHS para la enseñanza de los temas.

Cabe mencionar que esta última modalidad es muy poco utilizada ya que no se cuentan con los aparatos necesarios para poder reproducir el material. En algunas plazas comunitarias si se implementa la enseñanza de esta modalidad aunque el material disponible no está actualizado.

Como se mencionó anteriormente, en el INEA se brinda apoyo para la certificación en educación básica, es decir, primaria y secundaria, sin embargo, en algunos centros se da asesoría para la educación media superior. En el caso de este centro del INEA en Ecatepec, no se implementa este nivel educativo pues aún está en proceso de aprobación.

Para que una persona pueda certificarse en primaria, el alumno debe acreditar los 10 módulos básicos del MEVyT, correspondientes al nivel básico, que es de Alfabetización y Primaria y 2 módulos diversificados, que son un complemento para su formación, elegidos de acuerdo a las necesidades de cada alumno debido al contexto cultural en que se encuentra.

En el caso de la educación secundaria, también deben acreditarse los 8 módulos básicos del Modelo de Educación para la Vida y el Trabajo correspondientes al nivel secundaria y 4 módulos diversificados.

A continuación se muestran los módulos implementados en el INEA, sus características, el eje temático en que se enfocan y el nivel al que pertenecen.

<b>N°</b>	<b>Nombre del módulo</b>	<b>Objetivo del módulo</b>	<b>Eje temático</b>	<b>Tipo / Nivel</b>
1	La Palabra	Dirigido a las personas jóvenes y adultas que comienzan su aprendizaje en lectura, escritura y matemáticas básicas, mediante actividades relacionadas con situaciones cercanas y cotidianas.	Lengua y comunicación	Básico – Inicial
2	Para empezar	Continuidad del aprendizaje de lectura y escritura; analiza situaciones de la lengua oral y escrita. Comprensión de textos escritos y expresión de ideas en forma oral y escrita. Inicio del procesador de palabras en la redacción de escritos.	Lengua y comunicación	Básico – Inicial
3	Matemáticas para empezar	Aprendizaje de las matemáticas con actividades semejantes a las de la vida diaria. Permite aprender a leer y escribir números hasta 10 000, comparar y ordenar cantidades hasta 1 000, resolver problemas de suma y resta de 0 al 10 000, trazar e identificar figuras geométricas y medir longitudes.	Matemáticas	Básico – Inicial
4	Leer y escribir	Contribuye a desarrollar habilidades de lectura y comunicación, hablar y escribir de una mejor manera con temas de la vida cotidiana para entender y aumentar la comunicación humana.	Lengua y comunicación	Básico – Intermedio
5	Saber leer	Comprensión e interpretación de textos periódicos, revistas, solicitudes, carteles entre otros. Considera herramientas para lectura eficiente y placentera.	Lengua y comunicación	Básico – Intermedio
6	Los Números	Continuación del aprendizaje para contar, calcular y medir a través de situaciones de la vida cotidiana; uso del dinero al realizar compras o ventas, uso de unidades de longitud, área, peso, capacidad y tiempo. Desarrollo de habilidades de ubicación espacial e interpretación de información en textos, tablas y gráficas.	Matemáticas	Básico – Intermedio
7	Vamos a conocernos	Considera cómo se puede organizar la comunidad para solucionar problemas. Cómo solicitar a las autoridades servicios a los que tienen derecho. Poner en práctica acciones que beneficien y mejoren las condiciones de vida de la familia, la comunidad y el país.	Ciencias	Básico – Intermedio

8	Vivamos Mejor	Aprender a conocer mejor el cuerpo, cuidarlo y protegerlo para tener buena salud física, mental y emocionalmente. Analiza la forma de mejorar la comunicación del entorno social.	Ciencias	Básico – Intermedio
9	Cuentas útiles	Enseña a resolver problemas matemáticos (suma, resta, multiplicación y división de cantidades) utilizando lápiz y papel y recurriendo al uso de la calculadora.	Matemáticas	Básico – Intermedio
10	Figuras y medidas	Aprende a identificar las unidades de medida que se utilizan al comprar o vender algún producto, distinguir diferencias y semejanzas entre figuras geométricas, cálculo de superficies empleando perímetros, cilindros, pirámides y prismas por sus características geométricas.	Matemáticas	Básico – Intermedio
11	Vamos a escribir	Contribuye a descubrir la utilidad y gusto de escribir para expresar experiencias, conocimientos, emociones o dar respuesta a diversas necesidades. Exige recorrer ciertas etapas elementales como: planeación, organización de ideas, redacción de ideas en un borrador, revisión y corrección de borradores tantas veces como sea necesario, y redacción final del escrito.	Lengua y comunicación	Básico – Avanzado
12	Hablando se entiende la gente	El propósito es desarrollar habilidades empleando la lengua hablada, sobre todo en usos formales o “académicos” sin dejar de atender su uso menos formal o coloquial; interactuando en diferentes ámbitos de su vida cotidiana.	Lengua y comunicación	Básico – Avanzado
13	Para seguir aprendiendo	Enseña a utilizar estrategias de lectura, escritura e investigación; entendiendo algunos temas cotidianos orientados hacia el reconocimiento de características y rasgos de personas, lugares y cosas, así como desarrollo de estrategias de investigación en la búsqueda de información de forma autónoma y permanente; brinda elementos para expresar en forma oral y escrita opiniones sobre diferentes temas.	Lengua y comunicación	Básico – Avanzado
14	Operaciones avanzadas	Enseña a realizar operaciones de números con signo, el plano cartesiano para ubicar puntos a partir de coordenadas. Conocer el lenguaje algebraico y utilizar letras para representar variables y ecuaciones	Matemáticas	Básico – Avanzado

		sencillas de primer grado con una y dos incógnitas. Resolver problemas aplicando el Teorema de Pitágoras.		
15	Nuestro Planeta la Tierra	La Tierra es un enorme hogar, en ella existen condiciones que hacen posible la vida. Las personas somos uno de los cientos de miles de formas de vida que existen. Conocerás mejor y así aprenderás lo que cada uno de nosotros puede hacer para conservarla y heredarla en mejores condiciones a las generaciones futuras.	Ciencias	Básico – Avanzado
16	México, nuestro hogar	Despierta el interés de la población por impulsar y participar en acciones que contribuyan a definir y desarrollar un proyecto de país. Conocer nuestro pasado y presente a partir de experiencias y saberes y aspirar a un mejor futuro. Pretende propiciar el análisis de experiencias y acontecimientos del pasado reciente de la vida nacional y de México con otros países, para mejorar la comprensión de la situación actual del país y ampliar nuestras posibilidades de participación en su transformación.	Ciencias	Básico – Avanzado
17	Fracciones y Porcentajes	Aprende a aplicar tus conocimientos de matemáticas y adquirir nuevos, todas las acciones están planteadas a partir de situaciones de la vida diaria; a través de actividades enfocadas en la solución de problemas. Se inician con el planteamiento de una situación, cuya resolución busca recuperar conocimientos y saberes desarrollados en tu educación básica. Se han intercalado procedimientos de solución utilizados por otras personas, con el propósito de que compares las estrategias que usas para resolver un problema.	Matemáticas	Básico – Avanzado
18	Información y graficas	Se abordan actividades enfocadas a la solución de temas de la vida cotidiana, diversos problemas de interpretación de mapas, estadísticas, planos, gráficas así como ejercicios de probabilidad y estadística.	Matemáticas	Básico – Avanzado

Cuadro 10. Módulos de estudio del MEVyT. Tomado de INEA. Módulos del Modelo Educación para la Vida y el Trabajo en <http://www.inea.gob.mx/index.php/serviciosbc/datos-abiertos.html>

También existen módulos diversificados que deben ser tomados por el estudiante además de los módulos de base de cada nivel educativo. Éstos son elegidos por el técnico docente o asesor de acuerdo al contexto cultural de cada estudiante y su necesidad formativa.

A continuación se muestran los módulos diversificados y los temas que aborda cada uno<sup>116</sup>. Éstos se enfocan a mejorar la calidad de vida del estudiante por medio de la cultura ciudadana y ambiental, familia, trabajo, valores en los jóvenes, así como la alfabetización tecnológica con la introducción al uso de la computadora, entre otros.

<p><b>Cultura Ciudadana</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuestros documentos</li> <li>• Protegernos: tarea de todos</li> <li>• Somos mexicanos</li> <li>• Ciudadanía: participemos activamente</li> <li>• Cuando enfrentamos un delito</li> <li>• Aprendamos del conflicto</li> <li>• Nuestros valores para la democracia</li> </ul>	<p><b>Familia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser padres. Una experiencia compartida</li> <li>• La educación de nuestros hijos e hijas</li> <li>• Un hogar sin violencia</li> <li>• Para crecer del 0 a los 18 meses</li> <li>• Organizo mi bolsillo y las finanzas</li> <li>• Para Enseñar a Ser</li> <li>• Para crecer de 18 meses a los 3 años</li> <li>• Manejo mis emociones</li> </ul>	<p><b>Jóvenes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser joven</li> <li>• Sexualidad juvenil</li> <li>• Jóvenes y trabajo</li> <li>• Aguas con las adicciones</li> <li>• Embarazo proyecto de vida</li> <li>• Fuera de las drogas</li> </ul>
<p><b>Trabajo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mi negocio</li> <li>• Tu casa, mi empleo</li> <li>• Ser mejor en el trabajo</li> <li>• Para ganarle a la competencia</li> <li>• Crédito para mi negocio</li> <li>• Claves para trabajar en armonía</li> </ul>	<p><b>Salud y ambiente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por un mejor ambiente</li> <li>• Vida y salud</li> <li>• La riqueza de nuestra tierra</li> <li>• Hágalo por salud sexual y reproductiva</li> <li>• El agua de todos</li> </ul>	<p><b>Alfabetización tecnológica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al uso de la computadora</li> <li>• Escribo con la computadora</li> <li>• Aprovecho Internet</li> <li>• Ordeno y calculo con la computadora</li> <li>• Hago presentaciones con la computadora</li> </ul>

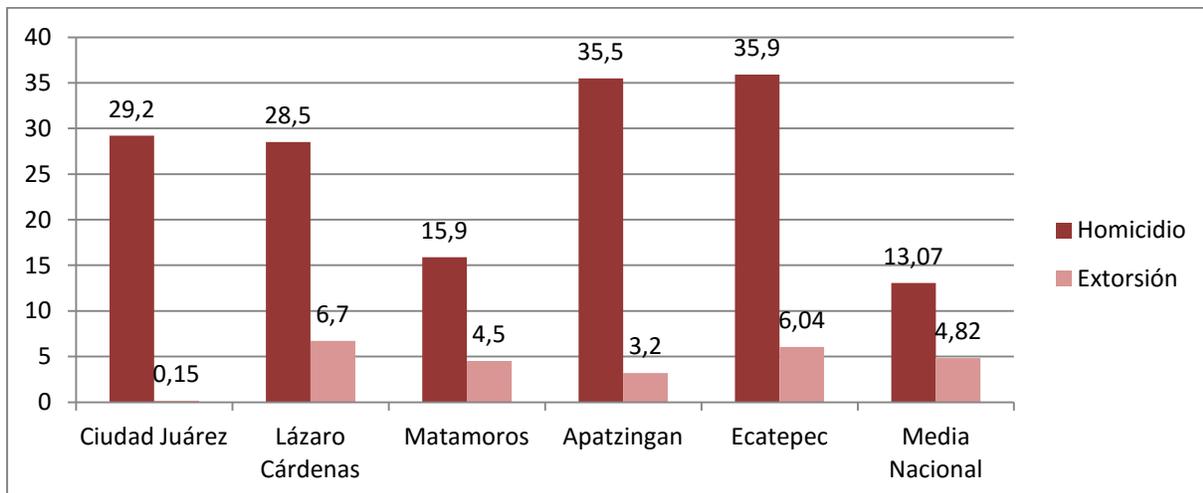
<sup>116</sup> Cfr. INEA. "Módulos del Modelo Educación para la Vida y el Trabajo". <http://www.inea.gob.mx/index.php/serviciosbc/datos-abiertos.html>

### 3.1.3 Población del INEA en Ecatepec

Ahora bien, pasaremos a explicar las características socio demográficas de Ecatepec, lugar donde se realizó la práctica en campo con las personas adultas en alfabetización. El lugar es el más poblado a nivel nacional y actualmente es el municipio más violento de todo el país. En este entorno se han desarrollado las personas que acuden a estudiar al INEA, donde diversos factores influyen para la cosmovisión del universo que ellos se forman.

En primera instancia Ecatepec forma parte de la zona conurbada del Valle de México pues dada su cercanía con la Ciudad de México, ha contribuido a la sobrepoblación de dicha región. De acuerdo con datos del Censo de Población y Vivienda 2010 del INEGI, esta región es la más poblada a nivel nacional con 1 millón 656 mil 107 habitantes.

De acuerdo con cifras del Sistema Nacional de Seguridad Pública (SNSP), en Ecatepec se registró un índice de violencia de 35.9 por cada 100 mil habitantes durante el 2014, cifra que superó la media nacional, que se ubicó en 13.07. En dicho municipio los delitos más comunes fueron el homicidio y la extorsión, por lo que superó las cifras que había presentado Ciudad Juárez, la que había ocupado el primer lugar en los últimos años, especialmente en feminicidios.



Cuadro 11. Ciudades más violentas del país. Con información del Sistema Nacional de Seguridad Pública, Reporte de Incidencia Delictiva Nacional 2014.

Para datos más recientes, de enero al mes de agosto del presente año, cifras del SNSP confirman la permanencia, no sólo del municipio sino del Estado de México como la entidad federativa más violenta del país con 131 mil 19 incidencias delictivas, le sigue la Ciudad de México, que tiene registradas 117 mil 479 por los delitos denunciados.<sup>117</sup>

Los índices de feminicidios en la zona se han disparado en los últimos años, actualmente el municipio ocupa el primer lugar en esta incidencia delictiva a pesar de que en julio del año pasado, el gobierno estatal activó la Alerta de Violencia de Género en Ecatepec y otros once municipios mexiquenses debido a un importante crecimiento de esta problemática.

Ecatepec ocupa el primer lugar en varios incidentes delictivos, a nivel local; es uno de los tres municipios con mayor incidencia delictiva en el Estado de México: de los 125 municipios en la zona, durante el 2014 se cometieron 15% de los homicidios totales (595), el 12% de los secuestros (21) y el 10% de las extorsiones (100) denunciadas en el estado.<sup>118</sup>

De acuerdo al reporte del Sistema Municipal de Información Estadística y Geográfica de Ecatepec, a pesar de que la zona es urbana, la población vive en una situación de precariedad. De la población total, 37.29% vive con ingresos de hasta dos salarios mínimos, aún el 0.10% de las viviendas particulares están sin energía eléctrica, un 2.38% de las casas no tienen agua entubada, 1.98% de las viviendas tienen piso de tierra y 33.87% de las viviendas tiene algún tipo de hacinamiento.<sup>119</sup>

A pesar de ser un lugar urbanizado, aún existen zonas en el municipio con un nivel de marginación alto, pues hasta el año 2010, un 6.04% de la población se encontraba en situación de pobreza extrema, por lo regular son zonas rurales como las localidades de Tierra Blanca, Vista Hermosa y Mesa de los Leones.

---

<sup>117</sup> Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública. "Incidencia delictiva nacional". Disponible en <http://secretariadoejecutivo.gob.mx/incidencia-delictiva/incidencia-delictiva-acumulado.php> Acceso 22 de septiembre de 2016.

<sup>118</sup> El Financiero. "Ecatepec, más violento que Ciudad Juárez, Matamoros..." Disponible en <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/ecatepec-mas-violento-que-matamoros-y-ciudad-juarez.html> Acceso 3 de mayo del 2016.

<sup>119</sup> Cfr. Sistema Municipal de Información Estadística y Geográfica. Ecatepec, 2013. Disponible en <http://ecatepec.gob.mx/>

En Ecatepec la educación también representa un problema pues un 2.7% de la población de 15 años o más es analfabeta. También existe un porcentaje importante de abandono escolar pues 31.15% de personas adultas no han completado su educación básica, incluso la situación se agrava pues se tienen registrados 3.63% de la población de seis a 14 años que no acude a algún centro educativo.<sup>120</sup>

Estas cifras revelan que el nivel educativo de la región donde se realizaron las entrevistas tiene un problema de analfabetismo alarmante, aunque a simple vista no lo parezca ya que si se toman en cuenta las cifras del INEGI en su reporte del 2010, del porcentaje de personas analfabetas, en el Estado de México se concentra el 4% de las personas sin educación alguna.

Aún así hay instituciones como el Sistema Municipal de Información Estadística y Geográfica del municipio mexiquense y el Consejo Nacional de Población (CONAPO) que señalan que el municipio mexiquense se encuentra en una situación favorable para el desarrollo social, al señalar en sus investigaciones una reducción del índice de marginación en la zona. Sin embargo, lo cierto es que los problemas como la inseguridad, la escasa educación y un ambiente económico precario, impiden un adecuado desarrollo de la población.

Ahora que ya tenemos un panorama más claro del ambiente donde se han desarrollado las personas adultas en proceso de alfabetización del INEA en Ecatepec, pasaremos a mostrar las entrevistas a profundidad que se realizaron con el fin de conocer su preferencia por los programas de televisión y qué aprendieron de ellos.

### **3.2 Consumo televisivo de los estudiantes del INEA**

Como se explicó en el apartado anterior, los estudiantes de este centro del INEA viven en una zona con altos niveles de inseguridad, condiciones económicas precarias, así como un registro de cifras importantes de marginación y rezago social aunado a la baja escolaridad.

---

<sup>120</sup> *Ibidem*, p.23.

En el caso de los estudiantes del INEA, las causas por las que no pudieron iniciar o completar sus estudios de educación básica son muy variados, la mayoría son por problemas económicos y familiares, por supuesto que también está la falta de interés o una adecuada orientación para consumir su educación.

Con este contexto, para la investigación de campo se realizaron entrevistas a 16 personas que estudian en el INEA, en la comunidad de San Cristóbal Centro, en el municipio mexiquense de Ecatepec de Morelos, con el objetivo de identificar su preferencia por los programas televisivos y el aprendizaje obtenido de sus contenidos.

Dichas entrevistas realizadas a los estudiantes tuvieron una duración de una hora aproximadamente y se realizaron en la plaza comunitaria del INEA en la localidad de San Cristóbal centro. Al entrevistado no se le mencionó el objetivo de la entrevista para obtener respuestas sin ningún tipo de pretensión y con la mayor franqueza posible.

La realización de las entrevistas representó un gran reto pues el periodo de aplicación de las mismas fue de octubre del 2015 a febrero del 2016 debido a la naturaleza de la investigación donde se necesitó de un ambiente propicio para el entrevistado, además de no interferir demasiado en sus actividades académicas en dicho centro.

### **3.2.1 Metodología**

Como se mencionó anteriormente, el trabajo de campo se basó en la etnografía, una herramienta utilizada en investigaciones cualitativas de carácter social, pues su utilidad radica en la descripción a detalle de las formas de vida, costumbres, valores, y motivaciones de la población estudiada.

El objetivo de la etnografía parte de la posición teórica de que el ser va interiorizando las tradiciones, roles, valores y normas del contexto en que se vive, lo que se conoce como proceso de socialización que es asimilado de manera paulatina y da origen a determinadas conductas y estilos de vida. Es así que los integrantes de un grupo comparten una estructura de razonamientos, normas o valores que no son explícitos

pero todos los asumen como algo connatural que se manifiesta en el comportamiento.<sup>121</sup>

La etnografía se interesa por el individuo como ser social, se preocupa por conocer las creencias o ideologías de un sector de la sociedad con el fin de interpretar o explicar el fenómeno que se está estudiando, en este caso el consumo televisivo de la población adulta en proceso de alfabetización así como las prácticas culturales en que se ven involucradas y de qué manera influye el consumo programático.

Debido a que la atención se centró en la descripción de situaciones o comportamientos de los analfabetas frente a la televisión, para esta investigación se utilizó la entrevista a profundidad, una técnica considerada por el Dr. Rafael Ahumada como una herramienta que permite abordar su análisis desde una perspectiva interpretativa al recuperar los estilos de comunicación construidos en la interacción televisión-televidente e interpretar las significaciones establecidas por los entrevistados en su discurso.<sup>122</sup>

Para la investigadora María Luisa Tarrés, la entrevista a profundidad es una estrategia para la generación de conocimientos sobre la vida social más que una técnica para obtener información a partir de una conversación.<sup>123</sup> Por lo que al momento de entrevistar a los analfabetas se pudo conocer con mayor detalle sus costumbres y hábitos frente a la televisión.

Dado que el consumo televisivo está delimitado por diversos factores socioculturales, por medio de la entrevista a profundidad, se permite reconstruir el discurso del entrevistado al recabar sus creencias, ideologías, valores, la coherencia de sus ideas y con esto hacer interpretaciones de los significados en su discurso.

Para poder reconstruir el discurso de las personas entrevistadas se utilizó el esquema de configuración del consumo televisivo que hace el Dr. Rafael Ahumada Barajas, el cual involucra el macrocontexto (ideológico) y el microcontexto (representaciones), un

---

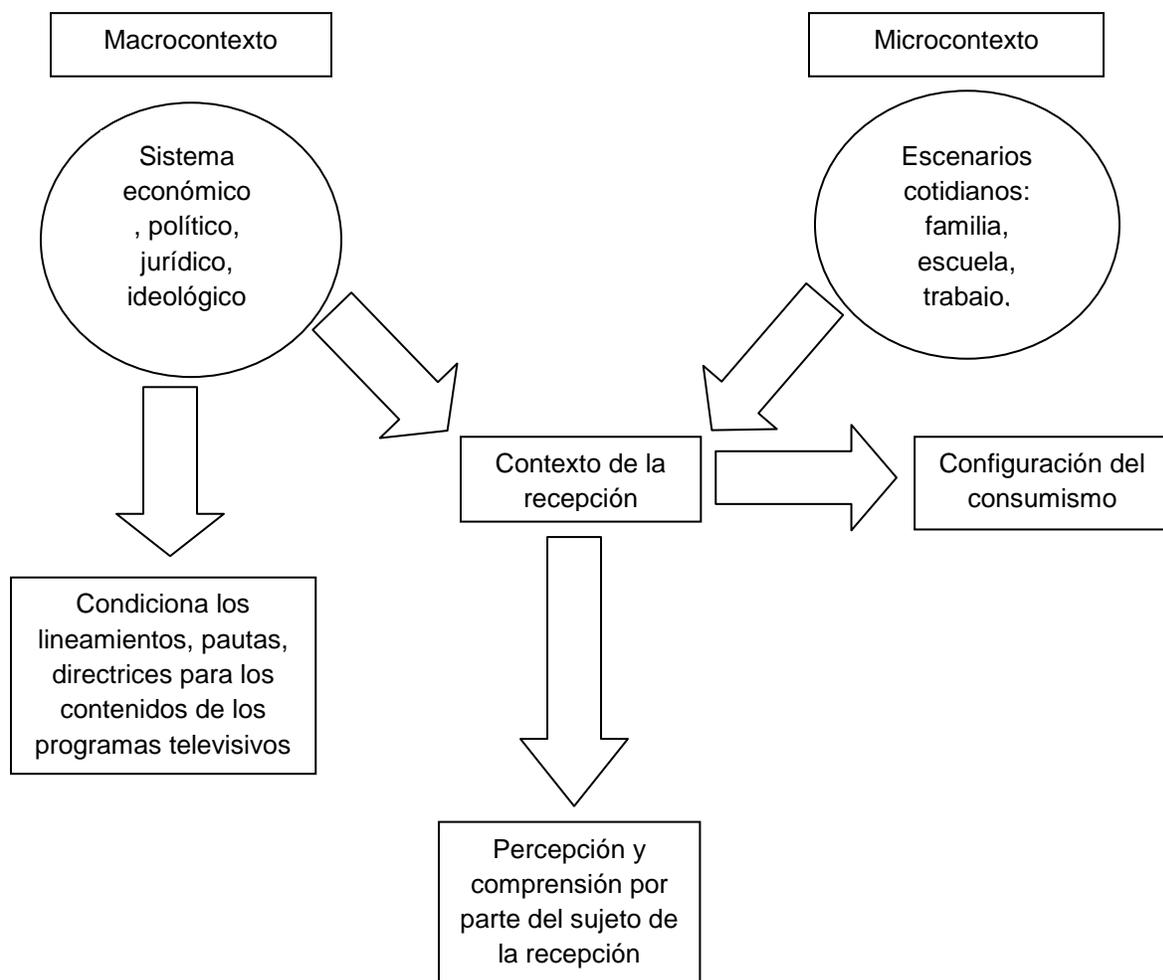
<sup>121</sup> Gloria Pérez Serrano. *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Técnicas y análisis de datos.* p.19.

<sup>122</sup> Rafael Ahumada Barajas. *TV. Su influencia en la percepción de la realidad social.* p. 113.

<sup>123</sup> María Luisa Tarrés, *op. cit.*, p. 91.

sistema de configuración para conocer de manera integral la composición del consumo, percepción y comprensión por parte del sujeto de la recepción.<sup>124</sup>

Como se puede observar en el esquema, el macrocontexto, como regulador de las normas de convivencia de la sociedad donde el individuo se encuentra inmerso, será el encargado de delimitar el contenido en televisión y el microcontexto, es decir el círculo social donde la persona comparte experiencias, serán determinantes para establecer el contexto para la recepción televisiva.



<sup>124</sup> Rafael Ahumada Barajas, *op. cit.*, p. 114.

Es de resaltar que la interpretación que hacen las personas del contenido en televisión se hace de manera individual, dependiendo del saber particular y las experiencias culturales acumuladas por cada individuo y eso será determinante también para la configuración del consumo en televisión.

Dada esta condición en la percepción de cada persona, se realizó un esquema que toma en cuenta cuatro ejes temáticos para el análisis de las entrevistas:

1. Perfil sociocultural
2. Consumo televisivo
3. Televisión educativa-cultural
4. Contribución de la televisión al entorno del analfabeta

El primer eje temático tiene el objetivo de conocer el ambiente donde se ha desarrollado el individuo, desde su situación económica y su ambiente familiar, hasta el capital cultural que posee, es decir, conocer si dedica parte de su tiempo en actividades de recreación o estimulación educativa o cultural.

El segundo apartado es destinado a conocer la preferencia de las personas adultas en alfabetización por los programas televisivos en televisión abierta, conocer las causas de su preferencia por programas de determinada temática, así como su percepción por el contenido al que está expuesto.

El tercer eje temático está diseñado para conocer la percepción que tiene el receptor sobre los programas educativos o culturales, si tienen conocimiento de las características de este tipo de contenido y si los prefiere, que enseñanzas les ha dejado. El apartado fue pensado para sondear al individuo sobre el impacto de estos programas y su reconocimiento.

Por último está el eje sobre la contribución de la televisión al entorno en que se desarrolla el sujeto. Éste fue aplicado para conocer cómo es que los individuos exteriorizan el aprendizaje o enseñanzas que ven en televisión y si han incrementado sus conocimientos o su entendimiento del entorno que lo rodea.

La base de la entrevista semiestructurada realizada a los estudiantes fue diseñada de acuerdo a los ejes temáticos de interés aunque en la práctica se realizaron preguntas más detalladas en algunos casos para ahondar en los temas, dependiendo la respuesta del entrevistado con el objetivo de obtener respuestas más espontáneas (Ver cuadro 12).

Ahora bien, para la interpretación del discurso de cada informante, se utilizó la codificación abierta, una técnica de interpretación de datos que Uwe Flick retoma de los investigadores Strauss y Corbin para definirla como el “proceso analítico por el cual los conceptos se identifican y desarrollan desde el punto de vista de sus propiedades y dimensiones”, así el resultado final es una lista de categorías que se asignaron al texto.<sup>125</sup>

Mediante esta técnica se desarrolló cada uno de los ejes temáticos arriba mencionados. Al segmentar el discurso de cada entrevistado en las unidades de análisis, permitió hacer la adecuada valoración y significación de su percepción sobre el contenido televisivo.

Ahora bien, para el análisis de las entrevistas, primero mostraremos el perfil sociocultural de cada entrevistado. Para que sea más fácil la lectura de las mismas, se presenta su discurso acompañado de una notación de sus datos generales para tener presente el contexto del entrevistado. Ésta se compone del nombre, edad, ocupación, escolaridad, clase social y servicio de televisión con el que cuenta. Ejemplo:

<b>Sara M.T.,</b>	<b>57,</b>	<b>Com.,</b>	<b>Prim.,</b>	<b>CB,</b>	<b>TVPaga</b>
-------------------	------------	--------------	---------------	------------	---------------

Dado que las ocupaciones de los entrevistados son muy variables, se realizó la agrupación de acuerdo al trabajo formal o informal que éstos tengan, por ejemplo, en el caso de personas con trabajo formal, se les asignó la notación de Empleado, los que tienen negocio propio se les asignó la de Comerciante y en el caso de las mujeres que no tengan un empleo y sólo se dedican a su hogar se les asignó la notación de Casa.

---

<sup>125</sup> A. L. Strauss y J. Corbin. “Basics of qualitative Research” en U. Flick. *Introducción a la investigación cualitativa* p. 196.

<b>Eje de análisis</b>	<b>Variable</b>	<b>Preguntas</b>
<b>Perfil sociocultural</b>	-Nivel socioeconómico -Capital cultural	¿Dónde vive? ¿A qué se dedica? ¿Con cuántas personas habita? ¿Cuántas personas aportan al gasto del hogar? ¿Cuál es su estado civil? ¿Tiene hijos? ¿Qué hace en su tiempo libre? ¿Tiene algún pasatiempo? ¿Le gusta leer? ¿Lee periódicos, revistas, comics? ¿Con qué frecuencia acude al cine? ¿Escucha la radio? ¿Qué programas escucha? ¿Le gusta ir al teatro? ¿Con qué frecuencia visita museos, exposiciones fotográficas? ¿Tiene servicio de televisión de paga? ¿Cuántos televisores tiene en casa?
<b>Consumo televisivo</b>	-Uso de la televisión -Percepción del contenido televisivo	¿Cuántas horas dedica a ver televisión? ¿Cuáles son los canales de tv que más le gusta ver? ¿Cuáles son sus programas de televisión favoritos? ¿Qué es lo que le gusta de sus programas de televisión preferidos? ¿Qué programa considera que es bueno para la gente? ¿Qué conductor, actor o programa de televisión considera que no es un ejemplo para la gente? ¿Hay algún conductor que considere un ejemplo a seguir? ¿Qué características le gustaría que tuvieran los programas de televisión actuales?
<b>Televisión educativa cultural</b>	-Percepción de la televisión educativa cultural - Demanda de programas educativo-culturales	¿Sabe que es un programa de televisión educativo-cultural o sus características? ¿Ve algún programa educativo-cultural en televisión abierta? ¿De los programas que ve, considera que alguno le deja una enseñanza? ¿Reconoce valores en los programas que ve en televisión?
<b>Contribución de la televisión al entorno del analfabeta</b>	Relación de los saberes de los entrevistados con lo visto en TV	¿La televisión le ha dado a conocer cosas que no conocía? ¿La televisión ha cambiado la creencia, alguna idea o conocimiento que ya tenía sobre algo? ¿Cómo distingue lo que es falso o verdadero en TV?

Cuadro 12. Matriz de la entrevista.

### 3.2.2 Perfil sociocultural

Para el objetivo de la investigación fue necesario conocer el ambiente en que se han desarrollado los alumnos en alfabetización del INEA en Ecatepec pues forman la base para su configuración del mundo que lo rodea.

Así este eje de análisis se diseñó con la intención de conocer el contexto social de cada estudiante, por medio de éste se pudo conocer el capital cultural de los entrevistados, lo que reveló datos importantes sobre su relación con actividades culturales o hábitos como la lectura. A continuación se muestran los datos de cada persona estudiada.

Nombre	Edad	Ocupación	Escolaridad	Clase Social	Servicio de TV
<b>Juan Manuel Calderón Moreno</b>	60 años	Supervisor de obra	Secundaria	Clase Popular	TV Paga
<b>Sara Márquez Trejo</b>	57 años	Comerciante	Primaria	Clase Popular	No tiene
<b>Cristina Olvera Lucas</b>	64 años	Comerciante	Secundaria	Clase Popular	TV abierta
<b>Melesia Pacheco Manzanares</b>	66 años	Hogar	Primaria	Clase Popular	TV abierta
<b>Felicitas Monroy Hernández</b>	52 años	Empleada intendencia	Primaria	Clase Popular	TV abierta
<b>María del Pilar Martínez Hernández</b>	38 años	Ama de Casa	Primaria	Clase Popular	TV Paga
<b>Raymunda Olivares</b>	52 años	Empleada en tienda	Secundaria	Clase Popular	TV Abierta
<b>José Luis Flores Hernández</b>	33 años	Procurador social	Secundaria	Clase Popular	TV Paga
<b>Sofía Araceli Jiménez de Gante</b>	19 años	Comerciante	Secundaria	Clase Popular	TV Abierta
<b>Nancy García Roldán</b>	40 años	Ama de casa	Secundaria	Clase Popular	TV Abierta
<b>Francisca Martínez Trejo</b>	45 años	Ama de casa	Secundaria	Clase Popular	Abierta
<b>Ma. de los Ángeles Mendoza Díaz</b>	39 años	Limpieza en casa	Primaria	Clase Popular	TV Abierta
<b>Guadalupe Margarita Mejía Nolasco</b>	60 años	Comerciante	Secundaria	Clase Popular	TV Abierta
<b>Ana Irma Allende García</b>	22 años	Empleada en tienda	Secundaria	Clase Popular	TV Abierta
<b>Andrea Acosta Hernández</b>	60 años	Ama de casa	Primaria	Clase Popular	TV Abierta
<b>Lydia Ochoa Espinosa</b>	62 años	Estilista	Primaria	Clase Popular	TV Abierta

Juan Manuel C. M., 60, Emp., Prim., CP, TVPaga

Juan Manuel es originario del Estado de México, vive en la colonia Ciudad Cuauhtémoc, en el municipio de Ecatepec, se hace 30 minutos de recorrido al centro de estudio en el INEA de San Cristóbal. Es casado y vive sólo con su esposa, tiene 6 hijos, todos casados y también viven en la misma colonia. Es supervisor de obras en la colonia Progreso Nacional en el municipio mexiquense, aunque debido a los requerimientos del trabajo, constantemente recorre las delegaciones y municipio de la zona conurbada del Valle de México.

Lleva dos semanas estudiando y decidió comenzar por iniciativa de su hermana mayor, quien terminó la Secundaria, y fue quien lo convenció de estudiar pues aunque en su trabajo no hay necesidad de mayor educación para ascender de puesto, vio en los estudios una oportunidad de superación y un ejemplo para sus nietos.

Tiene mucho tiempo libre debido a una incapacidad que le dieron por un accidente en su trabajo. Se ocupa en trabajos de herrería o carpintería, así como realizar arreglos a su hogar. También le gusta tejer pues lo utiliza como una terapia que le mandaron hacer para ocupar su mente luego de un periodo de ansiedad en un proceso de recuperación al lastimarse un pie tiempo atrás.

No acostumbra leer publicaciones de ningún tipo salvo los libros de texto que le dan en el INEA. Tampoco va al cine por falta de tiempo, aunque cuando era más joven le gustaba acudir al cine Olimpya en el centro o al Palacio Chino. También por la misma causa no acude a exposiciones culturales, museos o teatro.

Ya que en su casa no tiene radio, sólo la escucha en su auto, mientras se traslada a su lugar de trabajo. Le gusta escuchar música de todo tipo, aunque prefiere las canciones de la radio como La Z, La Ke buena o las noticias en cualquier estación.

Sara M.T., 57, Com., Prim., CP, No tiene

Sara es comerciante, tiene un negocio de venta de hielo en un mercado de la colonia Ciudad Cuauhtémoc, localidad donde radica. Es madre soltera de 6 hijos, quienes no están con ella por lo que vive sola en su domicilio. Por medio de un amigo conoció los

servicios del INEA, donde tiene cuatro meses estudiando, por lo que comenzó a estudiar para cumplir una meta que se había fijado cuando joven pues su deseo siempre fue estudiar Derecho.

En su tiempo libre hace labor social. Se reúne con sus amigas y visitan a enfermos en hospitales o cuidarlos en casas de personas que no pueden pagar una enfermera. Es muy selectiva con sus amistades, le gusta que tengan los mismos ideales de solidaridad y respeto al prójimo.

Le gusta leer revistas como Vanidades o Cosmopolitan y libros de superación personal como los de Cuauhtémoc Cárdenas. Aunque no tiene un autor predilecto, le gustan libros de meditación o de yoga como los de Osho, por su temática más allá de la autoestima. Le gusta escuchar la radio, de música sólo de su época, escucha la estación del Politécnico, la estación 6.20 en AM, aproximadamente dos o tres horas al día.

Le gusta el cine y el teatro pero no acude porque considera que es costoso y no puede pagarlos. A museos y exposiciones culturales acude una vez al año, por la invitación de amigos.

Cristina O.L, 64, Com., Sec., CP, TVAbierta

Cristina también es originaria de la colonia Ciudad Cuauhtémoc, vive con su esposo, quien trabaja como payaso en fiestas infantiles y sus dos hijos, uno de ellos con discapacidad. Lleva nueve meses estudiando en este centro del INEA, donde llegó por medio del programa Oportunidades donde le informaron de los servicios educativos.

En su tiempo libre le gusta hacer manualidades como figuras de migajón, bordado y cerámica, cursos de chocolatería y repostería, que aprendió en un curso de la SEP en un Centro de la Mujer de su localidad. También le gusta conocer otros estados del país, que ha visitado en excursiones colectivas, donde ha ido con su familia. Estas actividades las realiza de vez en cuando para ayudar a su esposo con los gastos del hogar, quien también hace piñatas cuando es temporada.

No practica la lectura, porque tiene vista cansada, aunque menciona que sólo ha leído libros de la escritora española Corín Tellado que le agradan por su temática romántica. También ha leído los cuentos de “El libro vaquero” y revistas de tejido o manualidades para aprender más de ello. No le interesan las de espectáculos pues considera “es puro chisme”.

No acude al cine o teatro porque no hay facilidad de traslado por las noches en la colonia donde vive, por lo que es difícil regresar de la Ciudad de México, además de considerarlas un lujo en el que no puede gastar. En lugar de ello, le gusta ver películas en su hogar, sus preferidas son las de Karate o luchas. Acude a museos o exposiciones fotográficas una vez al año, con sus hijos. Escucha la radio de vez en cuando, mientras hace las labores de su hogar y aunque no tiene un programa preferido, sólo sintoniza cualquier estación donde haya música.

Melesia P.M., 66, Casa, Prim., CP, TVAbierta

Melesia tiene ocho meses estudiando en el INEA por iniciativa propia ya que es analfabeta, situación que le ha causado conflictos al tomar el transporte o salir a la calle, sus padres le ayudaban cuando tenía que salir pero al morir ellos ha tenido que valerse por sí misma. Tiene siete hijos que ya no viven con ella, sólo vive con su esposo quien es chofer de transporte público.

En su tiempo libre se dedica a hacer las labores de su hogar y salir a caminar por recomendación médica pues le han diagnosticado depresión, aunque admite no realizarlo por falta de interés. También realiza las tareas de su libro de ejercicios, con ayuda de alguno de sus hijos cuando llegan a visitarla.

Al estar en una situación de analfabetismo no practica la lectura por gusto, sólo es por obligación aunque sólo se limita a los libros de texto que le dan en clase. Lee un poco todos los días a modo de práctica. Dada su condición, no realiza actividades culturales de ningún tipo, ya sea cine, teatro o museos, porque no los conoce y porque desde siempre se dedicó a trabajar y atender a marido y sus hijos. No acostumbra escuchar la radio, salvo una hora en promedio, en estaciones de música o pone los discos con las canciones que le gustan, principalmente baladas.

Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta

Felicitas vive en Lómas de Tecámac, en el municipio mexiquense de Tecámac, tiene seis meses estudiando en este centro del INEA, pues trabaja ahí por lo que decidió terminar sus estudios. Nunca tuvo una educación formal ya que al nacer fue lastimada y por un diagnóstico erróneo le prohibieron hacer actividades físicas fuertes, por lo que nunca fue llevada a la escuela para evitar problemas en su salud. Acudió a una escuela nocturna pero desistió por la pena que sentía al ser mayor de edad y estudiar.

En su tiempo libre hace manualidades en pasta, fomi o bisutería aunque afirma tener depresión y sólo hacer las cosas por rutina. Le gusta leer la Biblia de los Testigos de Jehová así como libros y revistas de su congregación como “Atalaya” o “Despertar”. También lee novelas pero con poca frecuencia como libros de historias o Hitler.

No le gusta escuchar radio. Al cine ha acudido pocas veces pero no es frecuente, al teatro nunca ha ido y a museos o exposiciones fotográficas fue cuando era pequeña pero ahora no lo acostumbra. No acude a estos lugares porque los considera caros y no tiene la posibilidad de pagarlos.

María del Pilar M.H., 38, Casa, Prim., CP, TVPaga

María del Pilar es originaria del estado de Oaxaca pero vive en Los Héroes, Tecámac, desde hace once años. No tuvo oportunidad de estudiar pues quedó huérfana de madre a los 12 años, estuvo en situación de calle al no tener familia que se hiciera cargo de ella por lo que su prioridad siempre ha sido trabajar.

Decidió iniciar sus estudios por la necesidad de encontrar un trabajo mejor pues le piden certificado de Educación Básica, incluso Media Superior. Su esposo es el único que contribuye al gasto del hogar para mantenerla a ella y su hijo. En su tiempo libre acostumbra estudiar lo que haya visto en clase o terminar las labores de su hogar.

No practica la lectura, sólo los cuentos del libro de texto que le da el INEA. Tampoco acostumbra ir al cine o teatro pues señala tener escasos recursos para pagar esas salidas. Sólo fue una vez a un museo, cuando su hijo tenía ocho años y le dejaron de tarea visitar uno.

Raymunda O., 52, Emp., Sec., CP, TVAbierta

Raymunda vive en la colonia El progreso, en la localidad de Guadalupe Victoria, a un costado del centro del INEA en Ecatepec, donde tiene cuatro meses estudiando. No completó sus estudios debido a la muerte de sus padres cuando era niña así que solo estudió hasta segundo año de Primaria.

No tiene un pasatiempo en específico, es empleada en una tienda de ropa por lo que su tiempo se ocupa ahí. No acude al cine pues señala es una actividad cara por lo que no alcanza a cubrir los gastos para eso. Nunca ha ido al teatro y no acostumbra leer pues señala, la vista se le cansa mucho. No escucha la radio, acostumbra ver más la televisión.

José Luis F.H., 33, Emp., Sec., CP., TVPaga

José Luis es originario de Puebla, trabaja como procurador social en el Gobierno del Estado de México, es divorciado y tiene un hijo, vive en San Cristóbal, Ecatepec. Inició sus estudios por iniciativa de su ex esposa quien lo motivó a obtener su certificado de primaria y también para ascender en su actual trabajo. Tiene el deseo de seguir estudiando y ser ingeniero automotriz.

En su tiempo libre pasa tiempo con sus hijos, uno de ellos con su primer matrimonio y el otro de la persona con la que vive en unión libre. Le gusta leer novelas, historias o cuentos y leyendas mexicanas, no tiene un autor favorito. No acostumbra ir al cine aunque el teatro es una actividad que realiza con frecuencia, acude al menos cinco veces al año.

No es frecuente que vaya a museos, sólo cuando se lo dejan de tarea a sus hijos, como una vez al año. Disfruta ir a los bailes de música grupera que se realizan en su comunidad y acude cada que le gusta un grupo que se vaya a presentar. La radio la escucha de manera aleatoria en promedio dos horas al día, sintoniza las estaciones donde haya música, no tiene algún programa favorito en específico.

Sofía Araceli J. G., 19, Com., Sec., CP, TVAbierta

Sofía tiene 19 años, vive en la colonia Héroes 2° Sección en el municipio de Ecatepec, vive con ocho personas en su casa, es madre soltera y tiene un hijo de cuatro años. No tiene un empleo fijo, se dedica a vender bolsas para la basura en establecimientos, por lo que es el único recurso que tiene para mantener a su hijo.

Abandonó la escuela por problemas familiares así como falta de interés por una inadecuada orientación y convivencia con sus profesores. A raíz de esto acudió a un centro educativo por parte de la Iglesia Universal, pero terminó por elegir el centro del INEA en San Cristóbal por recomendación de una profesora que tenía en la iglesia.

Su tiempo libre lo dedica a cuidar a su hijo. Le gusta leer a su hijo ya sea cuentos como “Pinocho”, “El traje del emperador” o cuentos religiosos de los Testigos de Jehová. Lee periódicos de manera esporádica, cuando su madre los lleva a casa, no hay uno en específico, ya sea El Gráfico o La Prensa. No escucha radio ni acude a museos, el teatro o el cine, sólo sale de manera esporádica a algún lado con su hijo, ya sea a Chapultepec o Recórcholis.

Nancy G.R., 40, Casa, Sec., CP, TVAbierta

Nancy vive en San Cristóbal Centro, es casada, tiene cinco hijos y se dedica a las labores del hogar. Empezó a estudiar la secundaria con el objetivo de tener un mejor empleo y también motivada por el deseo que tiene desde niña de ser Policía Federal.

Como pasatiempo le gusta leer en sus tiempos libres, aunque no es una práctica constante para ella, sin embargo cuando lee, es sobre escritores de superación personal. Escucha la radio una hora aproximadamente en estaciones de música variada. No va al cine o el teatro porque considera que es caro y no puede pagarlo, aunque le gustan los museos, sólo los visita esporádicamente, dos veces al año por mucho, sólo cuando a sus hijos les dejan una tarea relacionada con ello,

Francisca M.T., 45, Casa, Sec., CP, TVAbierta

Francisca es casada, tiene un hijo y vive en La estrella, en San Agustín, en el municipio de Ecatepec. Estudia el nivel de Secundaria, donde estudia cuatro horas diarias, esto luego de la insistencia de su hijo por terminar sus estudios de Secundaria. No le gusta escuchar la radio, es muy raro que sintonice alguna estación, prefiere ver televisión.

En sus tiempos libres lo único que acostumbra hacer es estudiar lo que haya visto en clase. Le gusta leer, aunque no lo hace con frecuencia. Al cine va una vez al año y el teatro cada medio año, estas actividades las realiza sólo con su esposo pues su hijo no es muy asiduo a salir. A pesar de ello acuden a museos con su hijo para cumplir con las tareas escolares.

Ma. De los Ángeles M.D., 39, Emp., Prim., CP, TVAbierta

María de los Ángeles vive en la colonia Guadalupe Victoria en Ecatepec, tiene 39 años y ocho hijos de los que ella se hace cargo ya que se separó de su esposo. Tiene un año estudiando en el INEA, se acaba de certificar en Primaria y tiene deseos de continuar con la Educación Secundaria.

En su tiempo libre se dedica al hogar y atender a sus hijos ya que la mayor parte del día trabaja haciendo limpieza en casa. Le gustan los museos y los ha visitado pero no es una actividad que realice con frecuencia ya que señala, no tiene posibilidad de cubrir los gastos cada que salgan, sólo acuden sus hijos si hay una tarea escolar, incluso si hay excursiones, sólo van sus hijos. Nunca ha ido a un cine o función de teatro.

No tiene el hábito de la lectura, lee esporádicamente, cuando sus hijos llevan revistas a su casa como Muy interesante o el periódico La Prensa, también cuentos escolares y poemas. No sabe leer ni escribir, está aprendiendo ya que nunca fue a la escuela por lo que una de sus motivaciones fue estudiar para enseñarle a sus hijos o ayudarles en sus tareas el día que le pregunten.

Guadalupe M. N., 60, Com., Sec., CP, TVAbierta

Guadalupe tiene 60 años, es casada y tiene dos hijos, vive en la colonia Tequisistlán, municipio de Tezoyuca, en el Estado de México, su tiempo de traslado es de una hora o más. Estudia con su cuñada por lo que hacen el traslado juntas. Sólo vive con su esposo quien está pensionado, sus hijas ya se han casado, una de ellos estudió Administración y otra Contaduría.

En su tiempo libre le gusta salir a correr o hacer ejercicio, ha participado en maratones de 15 kilómetros en montaña o terreno plano. Comenzó con esta actividad luego de un problema de tiroides, por lo que ahora practica este deporte junto con su hija quien es corredora profesional por lo que juntas van a correr los domingos en Chapultepec y entre semana practica en su domicilio. También se dedica a vender zapatos a sus amigas.

Le gusta leer libros de Gabriel García Márquez, así como novelas, cuentos o poesía, aunque no lo hace con frecuencia pues argumenta que por la edad no puede concentrarse en la lectura. Ha ido al cine, con sus hijas y su esposo aunque no le gusta mucho pues ella se queda dormida. Ir a museos también es una actividad que comparte con sus hijas, acude tres veces al año aproximadamente. Nunca ha ido a una función de teatro o conciertos. No escucha la radio, sólo pone discos de su música preferida, canciones románticas de su época de juventud.

Ana Irma A.G., 22, Emp., Sec., CP, TVAbierta

Ana Irma vive en Paseo de los Laureles, en Ecatepec, tiene cinco meses estudiando la secundaria en este centro del INEA, es soltera, trabaja en una tienda de ropa y vive con su madre quien trabaja en una tienda departamental, pues sus padres se separaron cuando era ella pequeña, tiene una hermana que vive con su padre.

En su tiempo libre le gusta escribir canciones sobre lo que ve a diario, cuentos o poesía. Le gusta leer poemas pues revistas y periódicos no le gustan pues el contenido

que viene ahí le parece inútil. Escucha radio muy poco, como tres horas a la semana, en la estación Universal Estéreo o pone su música, ya sea salsa, cumbia o de otro tipo.

Es una persona reservada, de pocos amigos, no le gusta salir pues sólo descansa los domingos por lo que prefiere pasar tiempo con su mamá, ir a misa o escribir su música. Por esta razón no acude al cine o teatro, no ha visitado museos o asistido a algún concierto.

Andrea A.H., 60, Casa, Prim., CP, TVAbierta

Vive en la colonia Ciudad Cuauhtémoc, en Ecatepec, tiene un mes estudiando la Primaria, es casada, tiene tres hijos y su esposo es albañil. Abandonó sus estudios cuando iba en segundo grado de Primaria por falta de interés y problemas familiares sin embargo decidió retomarlos para superarse personalmente luego de una infidelidad de su esposo quien la abandonó y ahora vive con una de sus hijas y sus tres nietos.

En su tiempo libre le gusta tejer para distraerse de sus problemas familiares y vender bufandas o chalecos que ella hace. No lee con frecuencia, sólo cuando alguien de su casa lleva el periódico La Prensa, porque tiene vista cansada y no puede leer letras pequeñas, situación que le ha causado que deje de leer la Biblia.

No acude al cine o museos pues señala, no tiene los recursos para pagar su costo, prefiere utilizar ese dinero en solventar los gastos de su hogar. No conoce el teatro ni ha ido exposiciones artísticas de ningún tipo. Sólo por parte del INEA ha ido a Hidalgo, a unos temazcales.

Escucha la radio en promedio tres horas diarias, en estaciones de música norteña o de banda, también escucha el programa de Alfredo Palacios aunque en general prefiere sintonizar cualquier estación donde haya música.

Lydia O.E, 62, Emp., Prim., CP, TVabierta

Lydia tiene 62 años, es originaria de la Ciudad de México pero vive en la colonia Ciudad Cuauhtémoc en Ecatepec desde hace 30 años, es casada, tiene dos hijos, trabaja en

su casa por su cuenta como estilista y su esposo tiene 63 años, es albañil. Acaba de iniciar sus estudios en Primaria luego de una invitación de una vecina quien igual que ella es analfabeta.

Lydia no tuvo estudios pues vivió con sus abuelos y siete hermanos más por lo que nunca hubo oportunidad de ir a la escuela. Tiene deseos de seguir estudiando pues desde joven tuvo la intención de ser secretaria parlamentaria, aunque ahora por la edad considera que es difícil cumplirlo, está motivada a aprender para tener más oportunidades ya sea en lo laboral o personal.

En su tiempo libre se dedica a hacer las labores del hogar o atender su estética que puso luego de un curso de belleza que tomó en un centro del Desarrollo Integral de la Familia (DIF). Le gusta leer libros de superación personal, como Tesoros de la vida, también lee poesía o novelas aunque éstas últimas no son muy frecuentes. Lee el periódico La Prensa que lleva su esposo o folletos cristianos que dejan en su hogar.

No acude al cine porque lo considera costoso, cuando era joven sí asistía pero ahora no porque se le parece una actividad que puede suplir con ver películas en su hogar. No acude a museos, exposiciones artísticas o conciertos porque el lugar donde vive está lejos de la Ciudad de México además de no tener recursos suficientes para pagar esas actividades de esparcimiento.

No visita el teatro por la misma razón, cuando era joven visitaba el teatro Tepeyac aunque ahora dejó de hacerlo. Escucha la radio en promedio dos horas al día en cualquier estación donde haya música.

Ahora bien, como se puede constatar, las entrevistas revelaron datos sobre el entorno sociocultural en el que viven y cómo se relacionan con las actividades culturales. En el caso de la práctica de la lectura, los informantes no tienen un hábito sólido en este rubro, aunque más de la mitad asegura leer, lo hacen esporádicamente, cuando llevan alguna publicación a su hogar o porque tienen que leer textos que les dejan en el INEA.

Entre las publicaciones que acostumbran leer se encuentran periódicos como La Prensa y El gráfico, libros de superación personal o revistas científicas como Muy

interesante. No mencionaron las revistas especializadas o novelas literarias, por lo regular leen *best sellers* o historias de su juventud.

**Juan Manuel C. M., 60, Emp., Prim.,CP, TVPaga:** No leo casi, ahorita estoy agarrando los libros de texto aquí en la escuela, los que vienen en el libro, mitología, historias y relatos que vienen ahí o los ejercicios.

**Sara M.T., 57, Com., Prim., CP, No tiene:** Periódicos no me gusta, ahí viene puras cosas muy sádicas, depravadas, amarillistas y eso a mí me ofende. Leo revistas por ejemplo Vanidades, Cosmopolitan, a veces, no siempre. De ahí me llama la atención la forma de vestir o por ejemplo libros como de Cuauhtémoc Cárdenas, pero no tengo un escritor favorito eso no, a mi me gusta libros de yoga, como Osho, es buenísimo porque es un libro que hablar más allá de la autoestima.

**Ma. de los Ángeles M.D., 39, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Sí, pues leo cuentos, poemas, por ejemplo de revistas leo Muy Interesante, me llama la atención lo que viene ahí, no es que la compre seguido sino si mis hijos la traen pues ya la veo. Del periódico pues solamente cuando se lo piden a mis hijos también es cuando lo leo, el que traen es La Prensa.

**Cristina O.L., 64, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues sí, me gustaba mucho las historias de amor de Corín Tellado porque soy muy romántica, alguna vez leí del vaquero y cosas así, ahorita veo revistas de tejido, de chismes no porque no me interesa y además tengo vista cansada.

Cabe mencionar que esta práctica no es regular en sus actividades ya que enfrentan diversos inconvenientes. El 55% de los entrevistados son personas de 50 años en adelante que además de no haber desarrollado este hábito en edad temprana, tienen problemas visuales que les han surgido con la edad. Además es de considerar que varios de los entrevistados son analfabetas por lo que se vuelve más difícil que desarrollen este hábito.

**Raymunda O., 52, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** Si me gusta pero me da mucho sueño pero sí, luego trato de leer revistas y aparte me canso mucho de la vista entonces no lo hago seguido.

**Melesia P.M., 66, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Pues como apenas voy aprendiendo pues intento en ratos leer lo del libro de texto o mi hijo ahorita en una libreta me dejó hacer las vocales. Ahorita leo poco, ya le voy entendiendo aunque me cuesta un poco, creo que por la edad.

En el caso del capital cultural de los entrevistados es variado aunque no todo lo obtienen de las actividades de esparcimiento fuera de su domicilio. Su concurrencia al teatro es nula, incluso algunos mencionan que no lo conocen, lo mismo ocurre con exposiciones de arte entre otras actividades que consideran costosas.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues sí iba a museos cuando era más chica pero ahora no, por mi situación, a lo mejor no es caro pero mi economía no me lo permite ahorita, si he ido al cine, pocas veces, pero al teatro nunca.

**Sara M.T., 57, Com., Prim., CP, No tiene:** Ahí casi no voy (el teatro) porque es un poco caro solo espero algunas oportunidades y si me invitan pues voy, y sería bueno que el gobierno pudiera darnos la oportunidad a quien quiere superarse pues le den esos espacios gratuitos.

**Juan Manuel C. M., 60, Emp., Prim., CP, TVPaga:** Pues ahorita ya no, cuando era joven si iba, por lo regular iba al Olimpya que estaba ahí por Balderas en el centro, o iba al Palacio Chino, veía puras películas, pero ya desde el 86 para acá ya no porque no tengo tiempo y dinero, siempre ando de un lado para otro trabajando.

**Guadalupe M. N., 60, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Si voy, al cine, pero no me gusta mucho porque me quedo dormida, luego si me llama la atención porque mis hijas luego van a esos lugares pero a mí no. Al teatro nunca he ido.

**María del Pilar M.H., 38, Casa, Prim., CP, TVPaga:** Pues sí me gusta pero no tengo dinero para ir, cuando fui (al teatro) ya tiene mucho, cuando mi hijo estaba chiquito, tenía como 8 años y ya nunca volví a ir.

**Lydia O.E, 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** Pues antes sí iba, pero en el Distrito, en Bellas Artes, iba al Tepeyac, a varios pero ahora ya no por lo mismo de la falta de dinero y de recursos y la distancia, que es lo que nos ha hecho no salir, pero si por mi fuera si estuviera ahí todo el día, paseando o conociendo lugares, distraerme.

Para el caso de los museos, su participación se vuelve más activa aunque no por iniciativa propia pues asisten por medio de un mandato escolar junto con sus hijos.

**José Luis F.H., 33, Emp., Sec., CP., TVPaga:** Pues al cine y el teatro no voy, solo conciertos de los que me gustan, así los bailes gruperos, eventos, pero de ir a museos sólo cuando se lo piden a mis hijos pero no es frecuente.

**Nancy G.R., 40, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Al cine o el teatro casi no porque sale caro, exposiciones o museos pues cada tres meses, por mis hijos que se los dejan en la escuela y si no, también voy sólo a museos donde me gusta entrar a observar.

**Ma. Bárbara E.G., 44, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** A museos sí porque se los dejan a mis hijas, es seguido que voy, cada semestre les dejan ir.

**Ma. De los Ángeles M.D., 39, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues sí, me gusta ir pero no hay la posibilidad, o van mis hijos o voy yo, por ejemplo ahorita mis hijos se van de excursión en la escuela, entonces prefiero que vayan ellos.

A esto se suma el cine que es considerado un lujo que ellos no desean pagar. Esta actividad se aleja de sus posibilidades dada su condición por lo que están expuestos sólo al cine comercial al que tienen acceso por medio de la televisión.

**Andrea A.H., 60, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** No, el dinero principalmente, todo es bien caro allá, lo que me voy a gastar en el cine es lo que puedo ocupar para comer al otro día, que es lo que siempre hacemos.

**Lydia O.E, 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** No, por el dinero, antes cuando era joven sí iba porque estaba bien barato \$5 o \$6 la función, pero ahora se me hace caro, entonces prefiero una película en mi casa y unas palomitas.

Como se puede observar este tipo de actividades no son algo que forme parte del itinerario de esparcimiento de los entrevistados pues dedican la mayor parte del tiempo a trabajar y no lo consideran necesario para su desarrollo social o intelectual. Son delegadas a segundo plano para los más jóvenes que se cree, deben asistir porque están en formación y no como actividad de recreación que incremente su capital cultural.

Durante este eje temático se pudo comprobar el supuesto teórico de que a mayor posición económica, mayor acceso a diversas actividades de esparcimiento que propicien un desarrollo cultural más amplio. Para los entrevistados, la asistencia a este tipo de eventos no está dentro de sus planes de recreación al ser considerados costosos por lo que prefieren suplir esas actividades con elementos que tengan en su hogar.

También se pudo deducir que las actividades culturales no son una opción para las personas del INEA que a pesar de acudir con regularidad en algunas actividades, obtienen su bagaje cultural de los medios a los que están expuestos como la radio, los libros o la televisión.

Para este último medio se comprobó que juega un papel fundamental en el caso de las personas analfabetas pues es la televisión la que les provee de entretenimiento, luego de sus actividades cotidianas. La utilidad que le dan al medio normalmente es para distraerse más que como proveedor de información o conocimiento ya que en su mayoría prefieren programas de entretenimiento frente a los educativos o culturales como se podrá apreciar en el eje temático siguiente.

### **3.2.3 Consumo televisivo**

Ahora se expondrán los resultados del siguiente eje temático enfocado en conocer el uso que los analfabetas le dan a la televisión, desde sus hábitos frente al medio hasta las causas para seleccionar determinado contenido, así como la percepción que tienen sobre el contenido que prefieren.

En este eje de análisis también se pudo conocer la percepción de las televisoras y sus expectativas frente a nuevo contenido así como los programas que prefieren ver los adultos en alfabetización pues sirvió para saber la demanda programática de este sector y la apropiación de modelos a seguir.

En este punto, se pudo comprobar que la televisión ocupa un lugar destacado en las actividades de esparcimiento de los entrevistados. Las personas emplean su tiempo en ver televisión mientras hacen las labores del hogar o cuando llegan de su lugar de trabajo.

**Raymunda O., 52, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** Pues cuando tengo tiempo unas cuatro o cinco horas, pero así en la tarde, ya en mi trabajo la estoy viendo de ratos, pero ya que me siente a verla pues no puedo porque yo trabajo, cuido unas máquinas entonces yo doy cambio, despacho y en ratos veo la tele.

**José Luis F.H., 33, Emp., Sec., CP., TVPaga:** Mientras acomodo mi lugar para dormir sí la prendo un ratito, veo las noticias de las 10:30, porque a veces cuando llego de mi trabajo a las 10 u 11 de la noche y lo que quiero es llegar y acostarme.

**Lydia O.E, 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** Yo creo que la veo dos horas más o menos, a las 8 de la noche y a las 10 la apago, que es cuando ya no hay nada que hacer porque ya terminé mis labores entonces veo una comedia y las noticias.

**Melesia P.M., 66, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Pues luego la prendo y empiezo a recoger mi casa mientras veo las noticias del dos (1N con Carlos Loret de Mola), pero bien como una hora, que es la de la comedia que veo de las 8:30 porque en las mañanas no me da tiempo verla bien y por eso pongo las noticias.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues sí la veo pero no sé cuánto tiempo, sólo hago mi casa, lavar, hacer de comer y cuando acabo me siento en la tarde y ahí me quedo a ver que hay.

Un punto a destacar es que la mayor parte de los entrevistados señalaron verla por determinado tiempo cuando en realidad, el tiempo que pasan frente al televisor es mayor del que están conscientes. Mientras hacen sus deberes, la función que cumple la TV es de ruido de fondo para después ser el punto central de su rutina.

En cuanto a la preferencia programática, los gustos de los analfabetas son muy variados, así que dichos programas se clasificaron en grupos de acuerdo al macrogénero televisivo propuesto por Juan Enrique Huerta Wong<sup>126</sup>, quien los define así:

Macrogénero	Microgénero
Información	Noticiero Entrevista y debate Magazine (noticias, entrevistas, música) Comentarios humorísticos
Ficción	Película (cine) Miniserie Series: Comedia (de situación), aventura o ficción, drama/teleteatro, suspenso, ciencia ficción, terror sobrenatural, policiaca Cómicos Telenovelas
Infoshow	Tele-verdad Talk show/Chat Pseudo-ciencia Videos de aficionados
Variedades y entretenimiento	Juegos y concursos Musicales Cocina Humorísticos

<sup>126</sup>Juan Enrique Huerta Wong. "Dos semanas de la programación televisiva". Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10502203> Acceso 23 mayo de 2016.

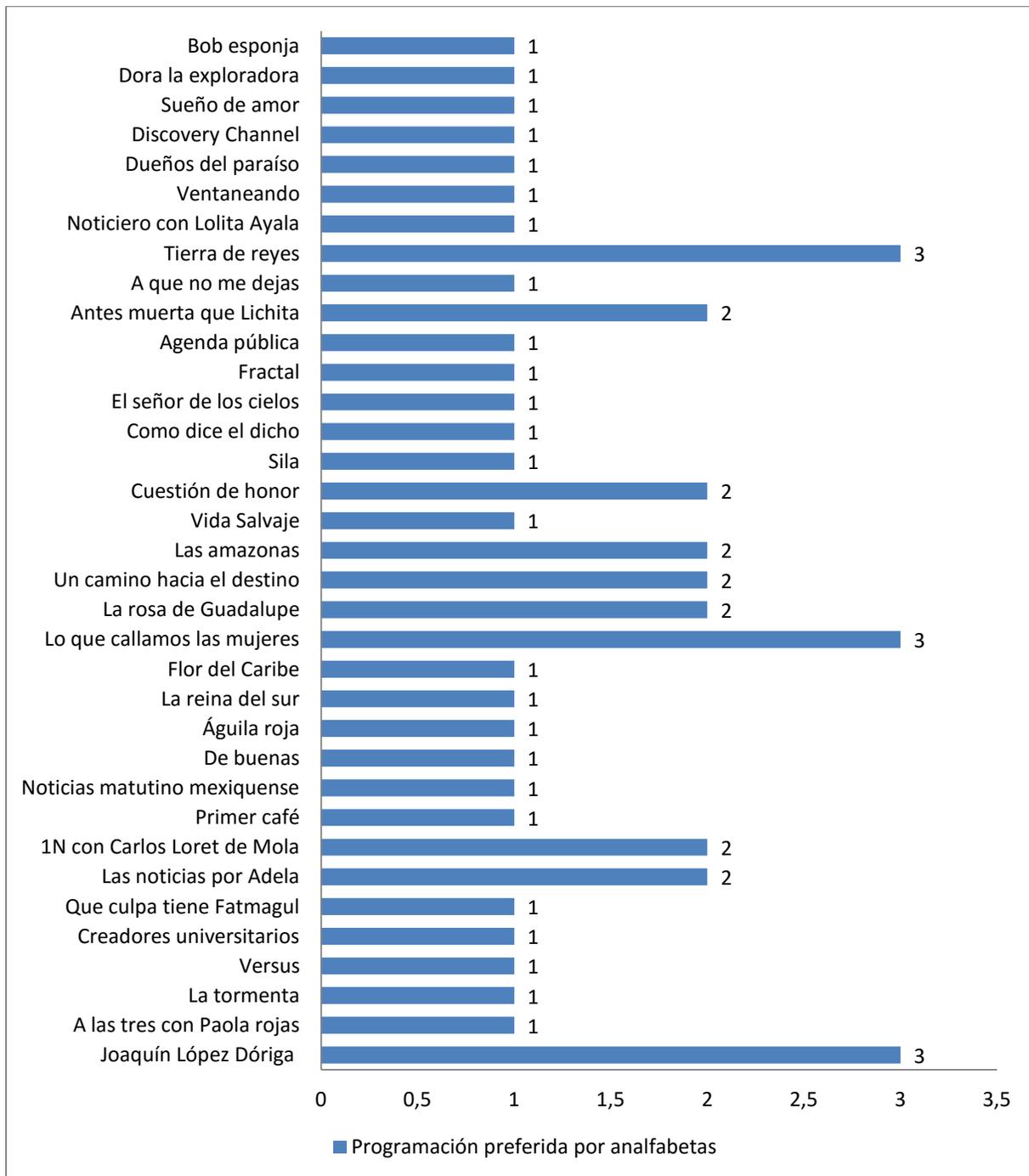
	Crónica social Asistencia social Reseñas, cortos y “makings” de películas
Infantiles	Actividades y concursos Dibujos animados Series infantiles Musicales Didácticos
Deportes	Comentarios, analistas, entrevistas
Culturales	Documentales Concursos educativos Reportajes
Educativos	Cursos de educación formal
Telemercadeo	Programas de ventas directas al público
Propaganda política	Propaganda política pagada Partidos políticos (tiempo oficial) Acto cívico Mensaje a la nación

Para el caso de los programas que prefieren los estudiantes del INEA, pertenecen a los macrogéneros de la información, infantiles, deportes y culturales. Estas categorías confirman las cifras del Cuarto Informe Trimestral Estadístico 2015 del IFT donde se demuestra que los géneros que mostraron mayor audiencia son los que mencionaron los estudiantes.<sup>127</sup>

Dentro de estas categorías, los microgéneros que mostraron mayor incidencia entre los entrevistados fueron las telenovelas que se posicionaron como las favoritas entre los analfabetas, le siguieron los de corte informativo como los noticieros y por último los programas de revista y entretenimiento.

<sup>127</sup> Cfr. IFT. Cuarto Informe Trimestral Estadístico 2015.

A continuación se muestran los programas que prefieren los adultos en alfabetización del INEA.



Cuadro 13. Programación preferida por los analfabetas del INEA en Ecatepec.

Una de las causas de estos resultados es que son vistas como una fuente de información sobre las problemáticas actuales como las adicciones, el abuso, la violencia de género, entre otras. Estos formatos no sólo son atractivos para personas de estrato económico bajo por las historias sino por el grado de identificación con los personajes, quienes atraen su atención por enfrentar situaciones difíciles de la vida diaria y triunfan en algunos casos de manera fantástica.<sup>128</sup>

Las telenovelas provocan en el espectador un placer constante al recrearse en situaciones de vida lujosas, donde los personajes se caracterizan por no tener problemas económicos y poseer una belleza y cuerpo fuera de lo común, así todo en su conjunto ofrece una vía de escape de su propia realidad.

Para el caso de los programas culturales, sólo dos personas mencionaron ver este tipo de contenido, que se centró en los documentales de animales o de historias de lugares. De estas dos personas, una de ellas mencionó tener acceso a esta programación en su proveedor de televisión por cable.

Esto se comprobó con las respuestas de los analfabetas del INEA quienes señalaron sentirse identificados con determinados personajes de las telenovelas, ya sea por su forma de ser, al reconocer un valor moral que es admirado por los estudiantes, por la identificación de sus propias situaciones familiares que son similares a las que ven en las historias o simplemente porque desean vivir la vida que es representada en las novelas.

**Andrea A.H., 60, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Pues de la comedia, me gusta que la muchacha no es dejada, es bien astuta, si se sabe defender, me gusta que no se deja y pelea por sus derechos, la de Las amazonas me gusta porque la muchacha que está ahí es la que pone de su valentía y hace todo por defenderse. La de Sueño de amor pues me gusta cómo la señora a pesar de su enfermedad del cáncer sale adelante, y no quiere que la gente sepa.

**Sara M.T., 57, Com., Prim., CP, No tiene:** Pues “Qué culpa tiene Fatmagul” me

---

<sup>128</sup> María Rebeca Padilla De la Torre. “Jugar y vivir la identidad frente al televisor. Análisis de la recepción de telenovelas y construcción de la identidad de género” en Guillermo Orozco Gómez. *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales.* p. 53.

encantó porque parte de esa historia fue mi vida, me reflejé demasiado ahí, yo me sentí Fatmagul, hubo veces que al principio lloré, al recordar, las críticas de la gente, el qué dirán, créeme que me hizo retroceder en mi vida, ese para mí fue muy valioso, valió la pena porque me hizo ver errores que cometí en el pasado.

**Lydia O.E, 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** Pues de Cuestión de honor yo creo que me da tristeza ver como a Kübra (la protagonista) el padre le hace un montón de cosas y luego ella se enamora de un muchacho que solo la utiliza, su vida dice mucho de ella y a pesar de todo trata de sobresalir, luego vende panecillos para no tener que depender del hombre, entonces yo admiro a una persona que tiene ganas de salir adelante.

Ahora bien, las razones por las que los adultos del INEA prefieren este contenido son muy diversas aunque comparten una característica en común, les llama la atención determinados programas por la forma en que las historias son presentadas ante el público pues se incluyen temas universales que tengan que ver con alguna emoción, ya sea el amor, odio o temor, lo que ha sido fundamental para el éxito de estos formatos en televisión.

Las personas analfabetas prefieren este contenido que les presenta relatos con cierto grado de identificación de su realidad frente a programas con mayor crítica de fondo. En ellos se muestra cierto grado de reflexión que tiene que ver con valores de la vida cotidiana representados en los protagonistas de las historias y cómo pueden emplearlos en su entorno más que el interés en meditar sobre la trama o la enseñanza general de determinado programa.

Las personas aprenden de forma narrativa, es por eso que por medio de las novelas, una persona comprende el mundo. Para los entrevistados, en los programas predomina el interés por las historias y cómo son representados sus personajes pues la emoción tiene un lugar esencial para que se coloquen dentro del gusto del público.

**Juan Manuel C. M., 60, Emp., Prim., CP, TVPaga:** Me gustan (las telenovelas) por los dramas que hay, las historias de amor que es lo que le gusta más a mi esposa porque no le gusta nada de terror o sangre, luego yo si veo sangrientas o

de terror, como el que sale en el 615 Paracanal (Paramount Channel) creo que se llama, ahí pasan varias películas de amor o de terror o de guerra como la otra vez que vi la de la toma de la Casa Blanca, es muy sangrienta esa y me gustan.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues de “El señor de los cielos” me pongo a pensar en cómo hay gente que es mala, o sus acciones que son malas y creen en Dios, analizar todo eso, tengo curiosidad por eso. También veo cómo es que usan el poder que tienen para tener sometida a la gente. Ahora que veo la novela de Sila, la veo por cómo es que su forma de ser, como tratan a las mujeres, como la sobajan, no tienen voz y voto, cómo les enseñan a los hijos a ser machistas, ver como manejan todo eso. Ya en “La rosa de Guadalupe” o “Como dice el dicho”, me gustan las historias, porque supuestamente son reales, porque ahí aprendes a tomar algo de esa historia, si llega a pasar y como poderle hacer, ya ves que luego por ejemplo en “Lo que callamos las mujeres” llegan a sacar lugares donde tú puedes llevar a personas que lo necesitan, un refugio para mujeres o personas con drogadicción, es como una alerta cuando tienes hijos, para que no les pone nada y eso me puede servir a mí o a mis nietos.

Otra de las razones por las que ven estos programas es porque ellos consideran que aprenden algo nuevo, es decir, el contenido de los programas que ven tienen información útil como programas de consejos para llevar buenas relaciones interpersonales o tips de cocina, hogar, informarse de lo que está pasando, etc. Para los analfabetas, estos programas que no son de carácter educativo o cultural les aportan conocimiento que aplican en su vida cotidiana.

**Cristina O.L, 64, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues me llama la atención las cosas que dicen, porque dan recetas, consejos, las novelas porque dejan un mensaje a la juventud, porque mis hijos ya están grandes pero a veces les digo que aunque no lo crean es la realidad. La novela “Flor del Caribe” igual me gusta porque es de otros países entonces conozco otras cosas.

**Raymunda O., 52, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** Pues porque están bonitas las historias (en las novelas) y las noticias uno se informa de lo que pasa en el

mundo, por eso aunque esté recogiendo mi casa, estoy escuchando las noticias.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Las noticias me gustan porque me entero de otras cosas en otros países como los terremotos, hambres, no es que me guste pero veo como en otros países están peor que nosotros, ver como la gente está migrando por la necesidad de las guerras, hambres, el terrorismo y aunque antes lo veíamos en el otro lado del mundo, ahora ya lo tenemos aquí y que a veces no lo quiero ver pero necesito verlo para poder comprender y a lo mejor poder hacer algo para mi familia, como podemos protegernos y poder hacer algo.

**Nancy G.R., 40, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues porque trae algo positivo, siento que estoy aprendiendo algo bueno, por ejemplo de cada animal, sabes si está en peligro de extinción o saber cómo viven o qué comen es lo que aprendo y en las noticias pues te enteras de lo que pasa a tu alrededor, que problemas hay en la sociedad, si podemos salir, el clima.

**Francisca M.T., 45, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues veo algo que traiga algo bueno, por ejemplo de las noticias para informarme de lo que pasa en nuestro país, como yo soy de Hidalgo pues ahí me entero de lo que pasa por allá, las películas pues sólo me gustan por las historias como las de romance.

**Lydia O.E., 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** Las noticias me gusta verlas porque tengo un hijo que antes trabajaba en seguridad, no me gustaba pero un día vi en la televisión un operativo y creí ver a mi hijo y ya cuando le pregunto me dijo que sí era él, entonces desde ahí me espanté y se me hizo costumbre ver las noticias, para enterarme de que pasa.

Es de señalar que la información noticiosa forma parte de la rutina diaria de todos los entrevistados. Consideran necesario este tipo de contenido para conocer la situación de su localidad y el mundo por lo que se vuelve su única fuente de información, desplazando otras fuentes como los periódicos. Es considerado por ellos como un proveedor de conocimientos del mundo actual.

A diferencia de las personas ya alfabetizadas, los adultos del INEA no optan por otra fuente de información al implicar mayor razonamiento de por medio como sería el caso

de la lectura de periódicos, columnas de opinión, documentales o entrevistas a especialistas de determinados temas pues los analfabetas le dan el carácter de oficial a la información vista en la televisión al ser su medio más próximo para hacer contacto con los hechos actuales.

Para este sector, la información de interés en los noticiarios se centra en conocer todo lo necesario en temas como violencia o inseguridad de su localidad más que el acontecer económico y social del país o el extranjero. No existe una reflexión profunda sobre asuntos de política interior y cómo es que afecta su entorno pues existe un ambiente generalizado de pesimismo y apatía contra los gobernantes por lo que prefieren mantenerse al margen de todos esos sucesos pues si bien, están conscientes de que la situación puede afectarles, no conocen las consecuencias de determinados sucesos.

Por esta razón, la televisión ocupa un lugar determinante como medio de esparcimiento entre los analfabetas pues casi la mitad de las personas que ven televisión lo hacen cuando llegan de trabajar, mientras hacen sus labores o como remplazo de otras actividades.

**Sofía Araceli J. G., 19, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues me entretienen, para pasar el rato, ahí estoy un ratito con mi hijo en lo que descanso cuando llego del trabajo.

**Guadalupe M. N., 60, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues depende, si me voy de “vaga” no veo la tele salvo cuando llego a la casa, pero si no tengo nada que hacer si la veo como 3 o 4 horas al día, depende lo que tenga que hacer.

**Ana Irma A.G., 22, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** Pues como veo la tele una hora, en lo que pasan “lichita”, es la que veo con mi mamá porque nos gusta, porque es divertida y nos distrae, sólo vemos esa porque es de comedia, las otras no porque luego pasan que le pegan a la mujer y eso ya no.

**Ma. De los Ángeles M.D., 39, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues luego que llego del trabajo y termino mis deberes la veo para distraerme un momento de todo lo que pasa en el día, así un rato cuando la veo y ya me relajo.

Ahora bien, sobre los programas que los entrevistados consideran que son buenos, se encontraron diversas razones para calificar de positivo o negativo el contenido visto. Entre las razones positivas que se hallaron está el carácter de educativo que le atribuyen a determinados programas, es decir, consideran que les deja alguna enseñanza que es buena para sus hijos o la sociedad.

**Cristina O.L, 64, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues de las amistades que tengo hay niñas que van a cumplir 15 años entonces yo creo que si les conviene que vean La rosa de Guadalupe y eso puede ser bueno por los consejos aunque tal vez malo porque les puede dar ideas. Creo que es más lo bueno que pasan ahí.

**José Luis F.H., 33, Emp., Sec., CP., TVPaga:** Pues ese de Animal Planet yo siento que nos enseñan a cómo cuidar al planeta, como no hacerle tanto daño para no contaminarlo, entonces creo que ese es un buen programa para que la gente lo vea.

**Sofía Araceli J. G., 19, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues el de los animales creo que es bueno porque nos enseña cosas, a cómo cuidarlos que es lo que igual le digo a mi hijo que vea.

Por lo general, los programas elegidos por los estudiantes del INEA se caracterizan son tipo documentales de la vida silvestre o lugares así como programas de corte narrativo, donde se representan casos de la vida cotidiana y qué solución puede darse. Aunque este tipo de programas tienden a dramatizar las acciones de la vida diaria, son importantes para el televidente ya que se sienten identificados con las historias que ahí son contadas.

Caso contrario pasa con los programas que tienen cierto nivel de violencia pues los estudiantes del INEA señalan, es contenido que puede ser copiado por los miembros de la familia.

**Sara M.T., 57, Com., Prim., CP, No tiene:** Dragon Ball, tiene demasiada fantasía, no sirve, es algo que hace que la gente se haga más violenta insensible, dolente, es algo que para mí no sirve. También Ranma1/2, tampoco me gusto yo sentí que era muy demoniaco, por algunas escenas que había ahí,

entonces cuando ya hay un ambiente de violencia, eso lo único que hace es fomentarla.

**Melesia P.M., 66, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Pues de programa, donde hay mucha violencia, como la comedia que está de las 9:30 que sale en el 2, le llaman El hotel de los secretos, esa no me gusta porque pasan mucha violencia, que se matan y quien sabe que más y eso no está bien que la gente lo vea.

**José Luis F.H., 33, Emp., Sec., CP., TVPaga:** Pues las novelas nada más enseñan a cómo pelear y a cómo separarte del marido y eso no está bien para un niño. Por ejemplo a mi niña yo la veo bien interesada por un programa de caricaturas por ejemplo Peppa, que a pesar de que es una caricatura infantil, yo no le veo chiste porque no enseña nada. También está mi hijo mayor, ya tiene 15 años y ve puros programas de violencia como Dragon Ball, le gusta y hasta se siente como los personajes y eso no está bien.

También están los programas con escenas que los entrevistados señalan que atentan contra los valores morales tradicionales de las familias, mismos que se encuentran muy arraigados dado que la mayoría de los entrevistados son adultos mayores.

**Andrea A.H., 60, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Ese que está en el 9 de unas mujeres que buscan marido, Doce corazones, no sé, se me hace muy vulgar, para que lo vean los niños, ellas están muy destapadas y bailan no sé cómo, tal vez una sea educada a la antigua pero a mí me parece que no va.

**Lydia O.E., 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** Pues el programa que a veces cae mal es el de Lo que callamos las mujeres porque yo salgo mucho y me dan tristeza luego los hombres porque no los respetan, entonces yo veo en la calle, en el camión o así en varios lugares cómo a los hombres no los respetan, entonces ya no hay valores, ni respeto, y con ese programa menos, entonces no me gusta porque luego las mujeres si se pasan, a veces estamos equivocadas, si uno quiere respeto, deben respetar también.

Asimismo consideran que existen programas que promueven malas ideas para la sociedad, que no aportan nada al televidente por lo que carecen de utilidad. Estos

programas se caracterizan por presentar una realidad dramatizada o exponer los aspectos negativos de la sociedad.

**Cristina O.L, 64, Com., Sec., CP, TVAbierta:** No pues los del 2 ó 13 de las mañanas, donde pasan puro chisme, esos de recreo o entretenimiento, como que luego se pasan de sus bromas que se hacen, como que no me llaman la atención porque no le veo el caso de enterarme de la vida de los artistas por ejemplo, tengo muchos problemas como para preocuparme por la vida de otro.

**Juan Manuel C. M., 60, Emp., Prim., CP, TVPaga:** Pues todas las películas de acción, por ejemplo los asaltos, es un mal ejemplo para la gente, el robo de camionetas o dinero, todos en realidad, todos los que estamos jodidos nos hacemos ideas por lo que vemos, por eso la situación de tanto robo, la misma televisión promueve esas acciones porque hay mentes más débiles que se dejan influir y se les meten esas ideas.

**Sofía Araceli J. G., 19, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues un mal ejemplo yo siento que el de Laura en América, no me gusta ese programa, ahí sólo gritan mucho y esa señora se me hace bien hipócrita y loca.

Pasa una situación similar en cuanto a percepciones positivas y negativas que los entrevistados tienen sobre los personajes que ven en la televisión. Dentro de la preferencia por determinados contenidos, se encontró que las figuras públicas que fungen como modelos a seguir, tienen a su cargo programas de tipo informativo o de bienestar social. Tal es el caso de periodistas como Joaquín López Dóriga, Adela Micha o el conductor Jorge Garralda.

Las características que los informantes señalaron son necesarias para ser un buen ejemplo en la sociedad, están determinadas por el éxito, el conocimiento y el compromiso social que posea la figura pública. Para estas personas es importante mantener un buen estatus ante la sociedad, que consideran sólo puede ser alcanzado por un mayor nivel educativo.

**Juan Manuel C. M., 60, Emp., Prim., CP, TVPaga:** Pues Jorge Garralda, ese es bueno porque trata de ayudar a la comunidad, yo de hecho fui a un evento con él

porque hace algunos años yo tuve una fractura de tobillo y en el seguro social no me querían pagar mi incapacidad entonces mandé un correo a su programa y él me ayudó para que el seguro valorara mejor mi caso.

**Raymunda O., 52, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** Pues por ejemplo el programa que sale bien temprano, el que está disfrazado de payaso (Brozo), dice puras cosas buenas porque dice las verdades del gobierno.

**Francisca M.T., 45, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues para mí el que es un buen ejemplo es el comentarista de las noticias, Joaquín, por su forma de hablar, cómo se expresa y porque dice cosas que otras personas no dicen, se ve que ha estudiado.

**Melesia P.M., 66, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Pues por ejemplo ese programa de Lalo Salazar (“Fondo no caigas”), donde esta toda la juventud y hablan de la drogadicción, el que sale en el canal 34, ese me parece muy interesante y bueno para la gente.

Para el caso de los noticiarios, estas figuras tienen un papel fundamental pues al ser líderes de opinión, tienen un importante nivel de credibilidad, al ser los noticiarios la mayor fuente de información de los televidentes.

Una situación distinta sucede con las figuras públicas que son consideradas un mal ejemplo para la gente, ya sea por los antivalores que representan o por la escasa aportación de los programas donde participan. Para los estudiantes, dichas personas representan situaciones negativas que distorsionan la realidad en que viven, promueven conductas violentas y agresivas o el contenido de sus programas carece de utilidad en sus vidas.

Ejemplo de ello son personajes como Facundo o Laura Bozzo, que se define a sí misma como defensora de los derechos humanos, tiene un talk show llamado Laura. Programa similar tiene Rocío Sánchez Azuara quien se encarga de conducir “Cosas de la vida” o Carlos Pérez, conocido como “El capi”, quien tiene un programa de comedia llamado “La Resolana”, donde critica situaciones del mundo del espectáculo.

**Francisca M.T., 45, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues a mí casi no me gustan las groserías ni nada de ese y está ese payasito, el del 4, Brozo, es muy grosero y no me gusta como conduce su programa.

**Sofía Araceli J. G., 19, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues Laura G, no me gusta su programa “Zona ruda”, no me gusta como lo conduce y se me hace aburrida.

**Ana Irma A.G., 22, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** Pues en TV Azteca en los programas no me gusta los que salen ahí porque se me hacen muy payasos, por ejemplo el que sale en la noche “El capi”, que sale en “La resolana”, ese no me transmite nada, se burla de todos, de Televisa, y luego yo digo no tiene nada lógico que esté ahí, su programa está basado en puras burlas, luego me pregunto cómo se ganó su lugar ahí si se burla de la gente.

Luego de hacer el balance de los programas así como las así como las figuras públicas que el entrevistado considera buenos o malos para el consumidor de televisión se preguntó a los estudiantes por sus expectativas acerca de los programas que esperan ver en televisión.

Las respuestas por lo general se centraron en un punto en común: mayor contenido educativo. Los estudiantes del INEA esperan que el contenido visto en televisión les enseñe cosas positivas, ya sea mayor conocimiento, consejos a la población más joven o información que les sea útil.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Me gustaría que pasen cosas más educativas, enseñar principios para las personas, porque la tele influye mucho en nosotros y desgraciadamente la mayoría de la gente se va a lo que ve, porque lo sacan ahí y piensan que es bueno pero sólo lo disfrazan y hay gente que sí lo cree y hace lo que ve, pero no es así, que se diga la verdad.

**Nancy G.R., 40, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues más programas educativos para los niños, como aprender a leer o un programa para que sepan a hablar inglés o también programas con valores.

**Lydia O.E., 62, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues más cosas educativas, tanto en mujeres, hombres y niños, que haya de todo porque ahorita vemos muchos niños que sufren, entonces que sea de apoyo a ellos.

**María del Pilar M.H., 38, Casa, Prim., CP, TVPaga:** Pues consejos para los jóvenes, los adolescentes, estaría bien padre porque yo siento que los valores se han perdido mucho, y todo se debe a que en la tele ya no se miden para pasar las palabras por ejemplo, entonces me gustaría que pasaran algo sobre eso, sobre los valores que yo sé que eso se aprende en casa pero aunque se los inculques, hoy en día ya no es como antes, ellos ya salen con otras cosas que ven de otros lados.

Para las personas del INEA, no sólo la enseñanza es prioridad, también buscan que haya mayor diversidad programática, es decir, que la televisión sea más incluyente con temas dirigidos a más sectores de la población.

**Raymunda O., 52, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** Pues que hubiera buenos programas, así uno de la mujer, por ejemplo los sábados no hay muchas cosas que ver, hay puro juego (de futbol) y eso no me llama la atención.

**Francisca M.T., 45, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues que digan más sobre las personas que son maltratadas por sus esposos porque yo no lo vivo sino mi concuña, ella recibe maltrato por parte de mi cuñado y no habla ni dice nada.

**Ana Irma A.G., 22, Emp., Sec., CP, TVAbierta:** Pues me gustaría que haya programas educativos, que enseñen, así como National Geographic, porque ya tuvimos cable pero no me gustó porque se me hizo muy caro y no traía ningún programa interesante, entonces sería bueno que eso hubiera en televisión abierta.

Entre sus preferencias también destaca la demanda por programas que exalten las cosas positivas que suceden en el país, que el contenido visto por ellos sea más apegado a la realidad en que se desarrollan y que la oferta programática les proporcione información que sea productiva para ellos.

**Sara M.T., 57, Com., Prim., CP, No tiene:** Pues que le den más importancia a las cosas que puedan hacer crecer más a nuestro país, por ejemplo logros que hayan tenido en la UNAM, o buenos inventores, o dar a conocer avances en la mejora de las escuelas.

**Juan Manuel C. M., 60, Emp., Prim., CP, TVPaga:** Que hubieran más mensajes de cultura y que los programas fueran más reales, no inventados o pagados, por ejemplo los de Laura en América les pagaban para hacer su teatro, entonces que tuvieran un mensaje más positivo para la comunidad porque casi por lo regular todos vivimos de la televisión y luego ahí nos embobamos y ni siquiera es real, como por ejemplo en las votaciones estaban diciendo que no vendieran votos y fue lo primero que hicieron.

**Melesia P.M., 66, Casa, Prim., CP, TVAbierta** Pues que pasen puras cosas buenas para la juventud, que les dieran consejos y les ayude a pensar, a estudiar, a hacer algo en beneficio para ellos.

En este eje de análisis se pudo comprobar la preferencia por los programas de entretenimiento de la población en alfabetización, quienes mencionan verlos como medio de distracción, relajación o una vía de escape de su realidad.

### **3.2.4 Televisión educativa y cultural**

Este eje de análisis fue diseñado para conocer la percepción de las personas analfabetas sobre la televisión educativa-cultural. Aunque, como se mencionó en el primer capítulo esta televisión tiene una participación escasa de dentro de los intereses económicos de las televisoras que dominan el mercado nacional, existen algunas opciones donde la gente puede acceder a este tipo de contenido.

Durante las entrevistas realizadas, se encontraron resultados interesantes pues la mayoría de los entrevistados conoce programas culturales o educativos aunque admite no verlos. Esta situación se torna contradictoria dado que al preguntar a los entrevistados sobre la demanda de nuevos programas, todos coincidieron en que desean más programas educativos o culturales.

De los 16 estudiantes entrevistados, la mitad indicó conocer programas educativos o culturales aunque esa cifra se redujo a seis ya que los restantes no supieron explicar sus características o definir con exactitud el propósito de estos programas. Ahora bien, los estudiantes que indicaron conocer las características de la televisión educativa-

cultural, todos coincidieron en que los objetivos de ésta son dar información y proveer de conocimiento.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues yo creo que es un programa donde me están enseñando cosas que yo no sé, que me gustan y que se que no tienen nada de malo, por ejemplo el calentamiento del planeta, cosas que no sabías porque estabas cerrada de ojos, entonces es algo educativo y que enseñe.

**Nancy G.R., 40, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues son los que hablan de una población, un estado, como es y qué costumbres tienen.

**Cristina O.L., 64, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues yo digo que son programas con buenos mensajes, saber de los animales, como están, que cuidados deben darle.

Entre los programas que ellos consideran culturales o educativos señalaron programas tipo documental, programas interactivos como Beakman o contenido de televisión por cable.

**José Luis F.H., 33, Emp., Sec., CP., TVPaga:** Sí, debe ser algo que enseñe algo a la gente o les dé un buen mensaje.

**Sofía Araceli J. G., 19, Com., Sec., CP, TVAbierta:** En el 11, pasan los documentales de los animales, se llama “Vida Salvaje” donde vemos cómo cuidan a los animales. También el de Cristina Pacheco, sus entrevistas en la noche o en las mañana vemos los programas de cocina, comidas típicas de aquí.

**Nancy G.R., 40, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues está el programa de Beakman, me gusta mucho porque hablan de química y todo eso que enseña.

Ahora bien, saber de la existencia de programas educativos o culturales no significa que los estudiantes los vean. De las 16 personas entrevistadas, sólo seis mantienen estos programas dentro de sus preferencias, aunque este contenido no es exclusivo de su rutina diaria frente al televisor pues además de ver estos programas, también ven programas de entretenimiento y de tipo noticioso.

En este apartado de la entrevista se pudo constatar la preferencia de documentales, ya sea de naturaleza o historia de México o el mundo, donde se habla de las costumbres y tradiciones de cada región. Programas estrictamente educativos como los de la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) no figuraron entre las respuestas de los informantes.

En este eje temático se expuso el impacto de la televisión educativa-cultural en los analfabetas quienes a pesar de pedir mayor contenido que les deje alguna enseñanza, no ven los programas de ese tipo en la televisión pública, pues prefieren contenido más sencillo de entender.

Eso pone de manifiesto la problemática que enfrenta la televisión educativa-cultural pues sus programas no se adecúan a las necesidades del grueso de la población, ni siquiera de los analfabetas pues abordan temas complejos, que no son de su interés al ser dirigidos a sectores más letrados lo que termina por excluirlos aún más de su programación.

### **3.2.5 Contribución de la televisión al entorno del analfabeta**

En este último apartado se pudo conocer la aportación de la programación televisiva a los adultos en alfabetización del INEA. Dicho eje de análisis se diseñó para conocer si el contenido al que se exponen los estudiantes ayuda a incrementar sus conocimientos y mejorar el entendimiento de su realidad circundante.

En esta sección de la entrevista se obtuvieron dos resultados sobre el aprendizaje adquirido, el primero enfocado en la comprensión de valores morales y el segundo en el incremento de sus saberes. Hubo un grupo de los informantes que señalaron no haber aprendido nada del contenido en TV aunque rescataron conocer sobre la situación actual de su localidad o el mundo gracias a los noticieros mientras otros indicaron no obtener nada de la TV al ser promotora de antivalores.

Del grupo entrevistado, 10 personas mencionaron haber aprendido de la televisión a rescatar los valores morales, considerados por ellos importantes para vivir en armonía con su familia y la sociedad. Dichos valores fueron aprendidos por medio de las

telenovelas, los documentales y programas de revista. Entre dichos valores se encuentra la perseverancia, el respeto, tolerancia y responsabilidad.

**Melesia P.M., 66, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Pues aprendí sobre el respeto más que nada, el amor, la comprensión, porque en esa novela (Las amazonas) hay una mamá que tiene dos hijos y se llevan bien entre ellos, se comprenden entre la mamá y ellos y por eso me gusta.

**Lydia O.E, 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** Pues sí, hay uno, el hermano de Yigit, él es licenciado y a pesar de las adversidades, el trata de ir por lo derecho por lo recto a pesar de que su hermano anda por mal camino, entonces los veo reflejados a los dos y siempre han rectitud y honestidad en uno, a pesar de su entorno.

**Sara M.T., 57, Com., Prim., CP, No tiene:** Pues hubo cosas muy lindas como que a veces hay un amor tan sincero que te protege a pesar de todo donde una persona te quiero a pesar de todo, hace un lado el qué dirán y también que hay amores que juzgan por que una persona haya sido violada entonces yo digo que eso no es amor. También algo que me dejó fue la “vivorez”, la crítica, el cubrir las apariencias como si fuera tan fácil y eso no es bueno.

**Sofía Araceli J. G., 19, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues he aprendido sobre cómo cuidar a los animales que es lo que le digo a mi hijo, porque luego mucha gente tiene animales y no los cuida, los maltratan o no les dan de comer.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues he comprendido que no toda la gente es como yo, que tengo que respetar decisiones de otras personas aunque yo no esté de acuerdo, mientras no te afecten, saber callar y respetar lo que otras persona diga porque no es igual que yo, entonces he aprendido que la humanidad es muy compleja, que a algunas personas les enseñaron otras cosas y así actuarán siempre.

Como se puede deducir, los valores que reconoce el espectador son muy variados pues la mayoría de los entrevistados señalan valores en los programas que ven, destacando la importancia de promoverlos en el seno familiar pues es ahí donde comienza la

formación de un individuo por lo que estos estudiantes además de conocerlos los ponen en práctica.

**Juan Manuel C. M., 60, Emp., Prim., CP, TVPaga:** Sí, por ejemplo la honestidad y la fidelidad, debes ser fiel con la familia. Debo serle fiel a mi esposa, si me ven en la calle con otra mujer no puedo darles ese ejemplo a mis hijos. Respetar el matrimonio, porque si ven eso los hijos al rato no puedes reclamar, a lo mejor no siempre doy un buen ejemplo en otras cosas pero si hacerlo lo mejor que se pueda.

**Lydia O.E, 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** Pues sí, porque yo me visualizo y digo, he caído muchas veces pero me he levantado yo solita, entonces eso me motiva, nunca me visualicé estudiando con personas de las tercera edad, y aun así con todo y la vergüenza de venir a estudiar aquí, entonces, aunque muchas veces caemos, debemos levantarnos, como Kübra (protagonista de “Cuestión de honor”).

**Andrea A.H., 60, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Pues la novela de la señora con cáncer me ha enseñado a no dejarme caer, ver como ella a pesar de todo no se rinde, sale adelante, ahorita se va a cortar el cabello para donarlo antes de que se le caiga por el cáncer y pues eso está bien, tiene buenos hijos, la cuidan mucho.

Hubo estudiantes que señalaron no haber reconocido valor alguno debido a la percepción negativa que tienen de la televisión. Para ellos, el contenido en televisión no les aporta nada y lo único que promueve en sociedad son antivalores que sólo logran empeorar el ambiente en que los entrevistados se desarrollan.

**María del Pilar M.H., 38, Casa, Prim., CP, TVPaga:** Pues no me han enseñado algo, al contrario siempre pasan puras peleas, y yo digo que eso no está bien para que lo vea la gente.

**Ma. de los Ángeles M.D., 39, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues no he aprendido nada, pasan puros programas de violencia, donde insultan o de puras

peleas y eso no deja nada bueno, sólo les meten ideas a los niños para que hagan cosas que no.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues aunque he aprendido a respetar, también hay cosas negativas por ejemplo en las novelas sólo se ve fornicación, adulterio, mentiras, asesinatos, engaños, entonces no puedes ver ningún valor, ves todo lo contrario de los valores que mi madre me enseñó y que igual estoy aprendiendo en la Biblia entonces no veo ninguno.

En el último apartado, sobre el incremento de nuevos conocimientos o ideas en el saber individual de los estudiantes, se encontró que sólo un tercio de los entrevistados consideran haber desarrollado mayor conocimiento. Éste se concentró en conocimiento sobre animales, lugares del mundo, ya sea para conocer sobre sus costumbres o su geografía así como consejos del hogar como recetas de cocina o la mejora de relaciones interpersonales, esta nueva información que fue obtenida de programas de revista, novelas o documentales.

**Melesia P.M., 66, Casa, Prim., CP, TVAbierta:** Pues el de Jaime Mausan (Tercer Milenio), ese nos enseña, uno se da cuenta de lo que está pasando en el mundo y hasta uno se sorprende de lo que va a pasar y es ahí cuando me doy cuenta de algunas cosas nuevas.

**Sofía Araceli J. G., 19, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues de algo nuevo los animales, que algunos pueden ser peligrosos y eso lo he conocido, también de los programas de cocina pues alguna receta para preparar, aunque a veces no tenga mucho tiempo, pero cuando tenga pues ya sepa preparar aunque sea algo.

**José Luis F.H., 33, Emp., Sec., CP., TVPaga:** Pues como ahorita estoy estudiando, ahí en cable en el canal 124, enseñan todo lo que estoy estudiando aquí en la secundaria, entonces eso sería algo nuevo.

**Felicitas M.H., 52, Emp., Prim., CP, TVAbierta:** Pues conozco animales que yo que creo en toda mi vida no voy poder conocer porque no tengo esa oportunidad de salir, y a lo mejor no voy a conocer tantos animales pero al menos por

televisión saber que hay, por ejemplo como hay animales que a pesar de que son machos pueden tener crías, también como nosotros estamos acabando con los animales porque no tenemos conciencia de lo que estamos haciendo. **Cristina O.L., 64, Com., Sec., CP, TVAbierta:** Pues sí he aprendido por ejemplo en la novela de la tarde que es de países como árabes, ahí conozco otras cosas, otras costumbres. Igual hay otra novela donde la protagonista llamada Tila es obligada a casarse con otro hombre que no quiere y ella se casa entonces ahí se ven otras ideas.

Otros estudiantes más mencionan que el contenido en televisión no ha contribuido a incrementar sus conocimientos en algún tema en específico pero destacan la importancia de las noticias, que les ayudan a conocer qué es lo que sucede en la localidad donde habitan o la situación del mundo.

**Lydia O.E., 62, Emp., Prim., CP, TVabierta:** Pues algo de actualidad serían las noticias, me gusta verlas porque tengo un hijo que antes trabajaba en seguridad, no me gustaba pero un día vi en la televisión un operativo y creí ver a mi hijo y ya cuando le pregunto me dijo que sí era él, entonces desde ahí me espanté y se me hizo costumbre ver las noticias, para enterarme de que pasa.

**María del Pilar M.H., 38, Casa, Prim., CP, TVPaga:** Pues algo nuevo como tal pues no, sólo cuando veo el de Creadores Universitarios es donde me entero de que nuevos inventos han sacado y cómo nos ayudan, pero sólo eso.

**Francisca M.T., 45, Casa, Sec., CP, TVAbierta:** Pues nada, las películas sólo las veo porque me entretienen, para pasar el rato, sólo en las noticias, donde me entero de lo que pasa en el mundo, de cómo está la seguridad o algo así, pero no me han dejado nada más.

Con este apartado se pudo comprobar la utilidad del contenido televisivo para los estudiantes del INEA pues la televisión como medio de comunicación es fundamental para la formación de ideologías y comportamientos, indispensables para el desarrollo del individuo como ente social.

Aunque los estudiantes adquirieron conocimientos de la televisión, como se podrá deducir, dicho aprendizaje no fue estrictamente educativo pues los analfabetas obtuvieron información dedicada a fortalecer la convivencia dentro de su entorno por medio de valores que han sido establecidos en la sociedad con el tiempo.

Esto quiere decir que la gente no esté expuesta a contenido de carácter estrictamente educativo pero aprende algo pues toda la programación tiene un poco de contenido instructivo aunque esa sea su intención o no. Como lo explica el especialista Guillermo Orozco:

Quando se menciona que la televisión colabora en procesos educativos, se habla del sentido "instructivo". Aunque la mayoría de la programación no haya sido diseñada para "enseñar", no significa que no tenga efectos importantes en el desarrollo educativo...la televisión no tiene legitimidad educativa sin embargo, su influencia es reconocida entre los maestros, aunque no todos ellos otorgarían a la televisión comercial "licencia para enseñar".<sup>129</sup>

Como se podrá deducir, este tipo de programas son los que más abundan en la televisión abierta, es decir, "todos aquellos programas que transmiten normas, valores o conceptos en positivo o negativo, los que sin tener una intencionalidad educativa, pueden ser aprovechados o explorados didácticamente"<sup>130</sup>, y que la población ve a diario sin estar consciente de ello.

Se pudo conocer hasta qué punto el contenido visto en televisión es determinante en la vida del espectador, aunque como se señaló antes, no incide de manera directa, es esencial para fomentar ideas, positivas y negativas que tendrán un efecto en el público por lo que generar contenido de manera responsable es fundamental para el desarrollo como sociedad.

---

<sup>129</sup> Guillermo Orozco Gómez. Un mundo de visiones... *op. cit.*, p. 133.

<sup>130</sup> Agustín García Matilla, *op. cit.*, p. 133.

## Conclusiones

En la presente investigación se expuso el panorama en que se encuentra la televisión pública en nuestro país y el estado de la televisión educativa-cultural, para demostrar las condiciones de la programación televisiva y cómo impacta en el espectador analfabeta, ya sea de manera directa o indirecta y si es que éste obtiene algún aprendizaje del contenido al que se expone.

En un principio se tuvo el supuesto teórico de que la televisión educativa-cultural tendría un impacto importante en la población adulta en proceso de alfabetización del INEA debido a su situación, donde la persona había decidido por iniciativa propia alfabetizarse sin embargo, se encontró que esta televisión no es de su agrado, pues no encontraron ningún elemento de identificación que los hiciera acercarse a su contenido, caso contrario de lo que ocurre con la televisión comercial.

Como se pudo constatar, este tipo de televisión es el que impera en nuestro país, impuesto desde su origen como una reproducción del modelo televisivo estadounidense. Ante esta situación, la televisión educativa-cultural tiene muy poca oportunidad de ganarse un espacio dentro del gusto del público, pues las políticas regulatorias del Estado han impedido una mayor difusión de dicho contenido al ser utilizadas como un espacio para su propaganda política.

Como consecuencia, la televisión a la que tiene acceso la mayoría de la población se enfoca en obtener ganancias por medio del consumo de su programación por parte de las audiencias, es decir, el rating de sus programas. Esto quiere decir que el contenido imperante en televisión se caracteriza por entretener más que elevar el nivel cultural de la población, aún siendo éste último uno de sus deberes fundamentales establecidos en la Ley Federal de Radio y Televisión.

Así, la televisión educativa-cultural no tiene muchas posibilidades de colocarse dentro de la preferencia del espectador por diversas razones:

1. Poco interés del Estado por imponer normas jurídicas que velen por la producción de contenido educativo o cultural que beneficie a la población y así las televisoras se vean obligadas a cambiar sus estructuras de operación.
2. Debido a las políticas económicas que rigen los monopolios televisivos, centrados en obtener la mayor cantidad de beneficios, tienden a cambiar constantemente su barra programática por lo que, si algún contenido no responde a los intereses comerciales de las empresas mediáticas, inmediatamente son reemplazados por otro que pueda hacerlo, mermando la posibilidad a formatos con mejores propuestas.
3. Asimismo, se reconoce la poca diversidad de este tipo de programación, pues los formatos en que se produce este contenido no han evolucionado, presentando al espectador programas aún especializados, que se dirigen a determinada audiencia, y no son incluyentes con la población restante. Este tipo de televisión se olvida de la manera en que aprende el televidente, mediante la narración.
4. No tiene la difusión necesaria, pues se dedican pocas horas de transmisión a los programas de corte educativo o cultural, al ser no considerados como potenciales generadores de ganancias.

Así, la televisión educativa pasa a segundo plano, dejando que la televisión comercial expanda sus audiencias sin importar el costo que eso genere. Lo que ha derivado en una crisis de contenido pues las televisoras buscan implementar la misma fórmula que les ha funcionado desde sus inicios para captar audiencias; entretener para vender, sin embargo, no han tomado en cuenta diversos cambios producidos en las últimas décadas.

Estos cambios se han dado especialmente en el ámbito tecnológico que se ve reflejado en formatos, como las telenovelas, producciones caracterizadas por reducir costos y acrecentar las ganancias obtenidas de éstas que se han implementado desde inicios de la televisión, donde los números en rating se han reducido, lo que está provocando la transición del contenido televisivo a otras plataformas como la televisión por internet a través de servicios como Netflix o Blim.

Así pues, no sólo los cambios de los últimos tiempos han afectado el avance de la televisión educativa-cultural pues también las políticas regulatorias de los sectores estatales y económicos, establecen que esta televisión tenga una dependencia de la financiación pública, una situación donde no se vislumbra una mejora en un futuro cercano, hasta que no se modifiquen las formas y normas de hacer televisión de este tipo que la haga independiente de éstos para una mayor libertad creadora.

Ahora bien, como es de esperar, al tener una televisión que no cumple con su deber de fortalecer el nivel cultural de la población, ciertos grupos sociales se encuentran en desventaja. En este caso los analfabetas, quienes al tener una educación básica nula o escasa, son más vulnerables de ser manipulados, en mayor o menor medida por los mensajes mediáticos.

La educación en el televidente se vuelve de vital importancia para poder desarrollar un pensamiento crítico que les permita comprender toda la información que ven en los programas televisivos y no se favorezca una actitud pasiva ante el contenido mediático. Al tener mayor saber acumulado, el espectador tendrá más elementos que le permitan configurar su entorno.

En el caso de esta investigación, con base en las entrevistas a profundidad realizadas a los analfabetas del INEA, se pudo comprobar dicha teoría pues a mayor nivel educativo, mayor pensamiento crítico. Esto quedó claro luego de que las personas entrevistadas que tenían un nivel escolar más bajo o nulo, no pudieron distinguir el objetivo mismo de los programas de su preferencia, lo que propició la aceptación y no la interpretación de dichos contenidos.

Dicho grupo se caracterizó por tener un bajo nivel cultural pues sus actividades culturales son muy limitadas, no tienen desarrollado el hábito de la lectura y sólo se concentran en sus actividades laborales, por lo que el uso que le dan a la televisión es de entretenimiento e información. Esta situación tiene que ver también con su posición dentro de la estructura social pues la población del INEA vive en un ambiente de carencias socioeconómicas que influyen en su desarrollo social.

Se comprobó la premisa de que a mayor posición económica, se tiene mayor diversidad de actividades de esparcimiento. Sin embargo, para la gente de escasos recursos como es el caso de este grupo analfabeta, los eventos culturales son delegados a los más jóvenes y sólo si es por mandato académico, de otra forma, esas actividades no forman parte de su itinerario de esparcimiento, por lo que la televisión se convierte en la principal fuente de entretenimiento para ellos.

Esto se pudo conocer luego de los resultados obtenidos en las entrevistas donde la población analfabeta del INEA mostró una amplia preferencia por los programas de entretenimiento, pues el televidente aprende de forma narrativa, he ahí la razón de los altos niveles de rating en las telenovelas.

Esta premisa no sólo muestra la necesidad de renovación de los programas culturales sino que como pone en evidencia la efectividad de los formatos en que se presentan los mismos. Este ha sido el caso de los programas culturales actuales, que son dirigidos a un público determinado y aún no promueven el debate de sus programas no sólo por televisión sino a través las nuevas plataformas de difusión mediática.

Ahora bien, para dicha población, no sólo las telenovelas ocupan un lugar importante dentro de su propia su agenda mediática, también están los noticiarios que son considerados la fuente oficial y verídica de los hechos que acontecen en su entorno. El espectador los tiene en buen concepto, no cuestionan la información que les proporcionan ni mucho menos existe un debate de la situación social de su entorno, alimentado incluso por la apatía de los hechos pues algunos tienen la visión de que las noticias caen en el pesimismo.

Los analfabetas mencionaron ver los noticiarios casi con la misma frecuencia que sus telenovelas favoritas como una manera de evidenciar su interés por el acontecer nacional, al querer presentar una imagen docta en sus hábitos televisivos aunque ello no significa que realmente decodifiquen la información recibida sino más bien prefieren este contenido para estar al tanto de lo que ocurre en su entorno más cercano o aspectos con los que se sientan más identificados.

Es aquí donde radica la responsabilidad que este tipo de espacios tienen con el televidente, pues al ser emisores de información, tienen el poder de decidir cómo abordar la misma, así como los aspectos que son relevantes y los que no. Al volverse un filtro de contenidos, limitan la pluralidad de opiniones que son necesarios para que el espectador pueda formarse un criterio más amplio de aquellos temas.

Sin embargo, tal es la importancia que los noticiarios tienen para los analfabetas que consideran a los titulares de dichos espacios informativos como un ejemplo de éxito para la sociedad, al ser considerados cultos y portadores de las peticiones de la población al recalcar las malas acciones del gobierno en turno.

Dentro de este rubro es de destacar la importancia que los analfabetas le dan a la educación como forma de crecimiento personal pues la consideran necesaria para tener acceso a mejores oportunidades de empleo, y por consiguiente una mejor calidad de vida. Para ellos, una persona exitosa se determina por la cantidad de conocimiento que ésta posea así como los logros acumulados a lo largo de su carrera.

Para los analfabetas, la educación no es vista como un medio para obtener nuevos aprendizajes que puedan aplicar en su vida cotidiana. Aunque es uno de los deseos expresados en sus expectativas del contenido televisivo, la realidad es que para estas personas, el conocimiento no es una prioridad como se pensaba en un principio al ser personas que han iniciado sus estudios en edad adulta.

Para los analfabetas, asistir a la escuela es sinónimo de superación personal que tiene que ver más con la aceptación social dentro de su entorno y un escape de su realidad, muchas veces adversa a sus deseos de superación. La educación para ellos significa tener un estatus que no tuvieron en una etapa más temprana por los diversos problemas que han tenido que enfrentar como la pobreza o la violencia intrafamiliar.

Aquí es donde se pudo comprobar más que en otros rubros de la entrevista la importancia de la educación en la población, incluso en la que tiene estudios pero no desarrollo de manera adecuada su pensamiento crítico, pues está estrechamente relacionada con el consumo televisivo, pues una de las ventajas de acrecentar el

bagaje cultural es la capacidad de discernimiento y la construcción de significados, indispensables para la configuración de la realidad del espectador.

Con dichas entrevistas se pudo demostrar la estrecha relación existente entre la educación y la televisión, instituciones sociales que se complementan para contribuir en la formación de la cosmovisión que los individuos realizan con base en el entorno donde se desenvuelven a nivel micro y macro de la estructura social.

Esto debido a que el individuo construye su realidad con los elementos de los que dispone, como las experiencias que ha vivido, el círculo social en que se desenvuelve y los aparatos ideológicos, políticos y económicos que imponen las normas sociales de convivencia. Dichos escenarios sociales influyen en la recepción televisiva, donde el espectador hará uso de todo su saber acumulado para conformar su propio criterio ante el contenido televisivo.

Se pudo conocer la importancia de la televisión al momento de constituir dicho criterio pues actúa como medio de representación de determinada percepción del mundo, ya sean costumbres, ideologías o valores que el televidente va a reconocer y adoptar de acuerdo a su contexto social, lo que va a derivar en la formación de significados por parte del receptor.

Sin embargo, los analfabetas no están conscientes de la importancia de la televisión para la construcción de su entorno pues muchos no reconocen pasar mucho tiempo frente a la televisión cuando la realidad es distinta pues incluso cuando no ven la televisión de manera directa, encienden el televisor y la ven por momentos mientras realizan sus actividades cotidianas ya sea labores del hogar, mientras están en sus empleos o a la hora de la comida.

Ante estas circunstancias, los estudiantes del INEA señalaron aprender sobre el contenido que abunda en formatos como las telenovelas aunque no estuvieran plenamente conscientes de ellos más que de programas que ellos consideraron educativos. Así la telenovela cobra mayor relevancia pues al ser uno de los microgéneros con mayor rating, es donde los entrevistados señalaron aprender valores morales.

Es decir, para los analfabetas, observar una telenovela y sentirse identificados con algún personaje será determinante para modelar su comportamiento o ideología. Es mediante estos personajes vistos en televisión que los analfabetas tomarán acción en su vida cotidiana.

Sin embargo, aunque se señaló en el último apartado de esta investigación que los analfabetas sí aprendieron de la TV, no fue por medio de la oferta educativa-cultural que existe en televisión abierta sino fue la propia televisión comercial la que les proporcionó conocimiento en mayor o menor medida. Este aprendizaje adquirido, se dirige más a mejorar sus relaciones interpersonales con la práctica de valores en su entorno social.

El aprendizaje que obtuvieron no mostró un incremento estricto en el sentido académico pues a pesar de que los informantes señalaron haber incrementado sus conocimientos en cuestiones de grupos culturales por medio de documentales o hechos de actualidad vistos en los noticieros, no pudieron explicar el origen o significado de tales sucesos o situaciones vistas en los programas en la televisión.

Esto quiere decir que los analfabetas aprenden con mayor facilidad por medio de historias narradas sin embargo, aún con un formato simple, como el caso de las telenovelas, no son capaces de interpretar la esencia o mensaje de los programas vistos.

Estas personas pueden contar la historia que vieron una noche después de llegar del trabajo y relajarse con un programa en televisión más no existe una reflexión de lo que muestran dichos programas. El contenido visto les deja una impresión muy marcada de acuerdo al nivel emocional que exista en determinado programa, a mayor emoción, mayor impacto en la población.

Incluso algunas de las personas entrevistadas aún con un mayor nivel académico, no son capaces de interpretar las historias que son vistas en televisión. Ellos solo pueden discernir entre lo que es bueno y malo por lo que está socialmente aceptado ya sean comportamientos o costumbres pero no existe una valoración que les haga entender su

entorno y aplicar esos conocimientos en su vida cotidiana pues muchas de las historias ahí contadas son ajenas a ellos.

Para los analfabetas tiene más peso el comportamiento que determinado personaje tenga ante situaciones adversas que la historia misma donde se cuentan vivencias exageradas y dramáticas de la vida cotidiana. Aunque ellos están conscientes de eso y no le dan credibilidad a la misma, ven en los protagonistas un ejemplo de cómo proceder ante algunas situaciones que llegaran presentarse en su vida diaria.

Así se puede decir que la televisión construye una realidad alterna a la del espectador, que depende de la mirada (crítica o no) del realizador de contenidos televisivos, en donde abundan los conflictos sociales muchas veces dramatizados por lo que la realidad que ellos perciben es la que construyen otros, por lo tanto se puede afirmar que la percepción que el espectador se forme de la televisión va a depender de quien emita el contenido.

Dadas estas circunstancias, los analfabetas y analfabetas funcionales, están en una situación de vulnerabilidad antes los mensajes televisivos pues mientras no desarrollen la capacidad de crítica que pueda facilitarles la comprensión dicho contenido, estarán a merced de la información que difundan los emisores de los medios y serán propensos a la manipulación.

Esta problemática en la que se ven inmersos los analfabetas tiene que ver no sólo por los factores internos de su entorno sino de la organización de las estructuras sociales en que se desarrollan. Una de ellas es el sistema educativo impuesto por el Estado, como el modelo educativo del INEA, donde la instrucción escolar resulta ineficaz para el aprendizaje adecuado de la población estudiantil.

También están las políticas estructurales que rigen la organización de los monopolios televisivos donde el Estado no tiene como prioridad establecer objetivos claros dentro del sector televisivo que se pongan al servicio público, con la producción de contenido de calidad, con amplia diversidad programática.

Es una situación que se agrava desde el punto de vista empresarial pues las televisoras, al concebir al sistema televisivo como un negocio que necesita ser rentable, no tienen iniciativa ni se ven forzadas por leyes para elevar la calidad de su programación, por lo que continúan generando contenido dedicado a entretener sin importar qué mensajes se estén enviando a las audiencias con tal de obtener mayores ganancias.

También son los medios de comunicación, entre ellos la televisión, quienes pueden asumir la responsabilidad de producir y difundir contenido que beneficie en mayor medida a la población en general. Su compromiso, al ser una institución social a la que tienen acceso la mayoría de los mexicanos, es el de fomentar ideas constructivas o destructivas que van a germinar en las personas con menor capacidad de discernimiento de su entorno.

Si los medios y las instituciones reguladoras apostaran por la calidad en televisión, se tendrían mayores beneficios a largo plazo que con la programación que impera actualmente.

Un ejemplo de ello es la BBC, cadena de televisión británica que ha demostrado que hacer contenido de calidad no está peleado con la remuneración de sus producciones pues no sólo se ha ganado el respeto de su audiencia sino que ha obtenido grandes ganancias por la distribución de su contenido en el mundo como los documentales, que incluso se han llevado el reconocimiento de la crítica televisiva.

Ante este panorama, la verdadera autonomía del espectador frente a los contenidos mediáticos sólo podrá tenerse en la medida en que se incrementen sus saberes individuales. El hecho de poseer cierto bagaje cultural, contribuye al reconocimiento de su realidad circundante, para reflexionar sobre sus propios ideales y así se pueda actuar en consecuencia de ellos.

En el supuesto de que la mayoría de la gente comience a ver la televisión de manera más crítica y objetiva va a derivar en la conformación de una programación televisiva más instructiva, que contribuya a elevar el nivel cultural del televidente, una tarea ardua

no sólo por la responsabilidad que significa para los medios de comunicación sino para el Estado mismo.

Ahora bien, es necesario aclarar que la televisión no va a reemplazar a la escuela como institución educativa, pues no es su deber ni mucho menos tiene los elementos para lograr en adecuado aprendizaje de los estudiantes, sin embargo, esto no significa que se deslinde de su obligación de fomentar la cultura dentro de la población.

Así, la televisión debe ser considerada entonces como un medio detonador de ideas, pues ya sea de manera directa o indirecta, impacta en el televidente por medio de la reproducción de ideologías, normas sociales, así como pautas de conducta que van a servir como modelo para el público, así que se le puede considerar en términos similares a la escuela, aunque no sea esa su responsabilidad en el sentido estricto de la palabra.

Ante este panorama donde las condiciones macroeconómicas del mercado determinarán las acciones de los monopolios televisivos y por ende, el contenido que se produzca, lo que queda en mano para las instituciones sociales como la televisión y el Estado es difundir una educación en medios que, conjugada con un mayor nivel educativo de la población, será fundamental para comenzar a ver televisión de manera responsable.

## FUENTES DE CONSULTA

### BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar Carrasco, Pilar. *Manual del espectador inteligente*. (2ª edición). España: Editorial fundamentos, 2000.

Ahumada Barajas, Rafael. *La TV y la educación. ¿Una red interconectada?* México: Plaza Valdés / UNAM / FES ARAGÓN, 2005.

Ahumada Barajas, Rafael. *TV. Su influencia en la percepción de la realidad social*. México: UNAM/ FES ARAGÓN/ Miguel Ángel Porrúa, 2007.

Andión Gamboa, Mauricio y E. Mac Phil Fanger. *Comunicación y educación. Enfoques desde la alternatividad*. México: UAM Xochimilco, 2010.

Bautista García-Vera, Antonio y Honorio M. Velasco Maillo (Coord). *Antropología audiovisual: medios e investigación en educación*. Madrid, España: Trotta, 2011.

Buckingham, David. *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. España: Ed. Paidós Comunicación 158, 2005.

Bustamante Ramírez, Enrique. *La televisión económica. Financiación, estrategia y mercados*. Barcelona, España: Gedisa, 1999.

Conil J. y V. Gozávez. *Ética en los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. España: Gedisa, 2004.

Del Moral Pérez, María Esther (coord.). *Televisión, desarrollo de la creatividad e infancia*. España: Ed. Octaedro, 2010.

Dominik J. R. *La dinámica de la comunicación masiva. Los medios de la era digital*. (8va Edición). México: MacGraw Hill, 2006.

Ferguson, Robert. "Los medios de comunicación y la formación de los alumnos en la democracia" en Roxana Morduchowicz. *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. Barcelona, España: Ediciones Octaedro, 2003.

Ferrés I. Prasts, Joan en Roxana Morduchowicz. *A mí la tele me enseña muchas cosas. La educación en medios para alumnos de sectores populares*. Buenos Aires, Argentina: Paidós, 2002.

García Aguirre, Fernando. *La televisión educativa: objetivos, alcances y perspectivas de la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE)* Hugo Vilchis Virgen. Asesor Mtro. Facultad de Estudios Superiores Aragón UNAM, 2011.

García Matilla, Agustín. *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, España: Gedisa, 2003.

González Requena, Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. (4ª edición). Madrid, España: Ediciones Cátedra, 1999.

Gutiérrez Martín, Alfonso. *Alfabetización digital, algo más que ratones y teclas*. España: Gedisa, 2003.

Hernández Quiñones, Virginia. *La televisión educativa en México: logros y desafíos en un mundo globalizado*. México: Facultad de Estudios Superiores Aragón UNAM. Lic. Ángel Ortiz Gasca, 2010.

INEE. *Panorama educativo en México. Indicadores del Sistema Educativo Nacional 2013*. México: Departamento de Indicadores educativos, 2014.

J. Baran, Stanley y Jorge Alberto Hidalgo Toledo. *Comunicación masiva en Hispanoamérica. Cultura y literatura mediática*. México: McGraw-Hill, 2005.

Jacquinet, Genevieve. "Saberes escolares o saberes mediáticos: ¿choque o cultura?" en Roxana Morduchowicz (coord.) *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. Barcelona, España: Ediciones Octaedro, 2003.

Kozol, Jonathan. *Analfabetos U.S.A.* Barcelona, España: El Roure, 1990.

López Herrerías, José A. *Como librarse de la tele y sus semejantes. Ayudas para educar con el análisis de contenido*. Madrid, España: CCS, 1998.

Luis Repoll, Jerónimo. *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2010.

M. Arnaz, Carlos. *Negocios de Televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*. España: Gedisa, 2002.

Margulis, Mario. *Sociología de la cultura: conceptos y problemas*. Buenos Aires, Argentina: Biblos, 2011.

Martínez Garza, Francisco Javier. "Una mirada a quienes miran la tele" en Guillermo Orozco Gómez (coord.). *Historia de la televisión en América Latina*. España: Gedisa, 2002.

Medrano Samaniego, Concepción. "El poder educativo de la televisión". Revista de Psicodidáctica. 2006: 93-107. Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. 11 de septiembre de 2016 en <http://www.redalyc.org/pdf/175/17514747007.pdf>.

Morduchowicz, Roxana. *A mí la tele me enseña muchas cosas. La educación en medios para alumnos de sectores populares*. Buenos Aires, Argentina: Paidós, 2002.

Morley, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Argentina: Amorrortu editores, 1996.

Narváes Morales, Yuri Andrés, Ramiro Ramírez Pineda y Diana Sánchez Correa. *Televisión como formadora social*. Colombia: Universidad de la Sabana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo, 2004.

Orozco Gómez, Guillermo (coord.). *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. (1a Edición). México: Universidad Iberoamericana, 1994.

Orozco Gómez, Guillermo. *Historia de la televisión en América Latina*. España: Gedisa, 2002.

Orozco Gómez, Guillermo. *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Universidad Iberoamericana, 1996.

Orozco Gómez, Guillermo. *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales*. México: ILCE, 2007.

Ortega Ramírez, Carmen Patricia. *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. México: Editorial e, 2010.

Osorio, J. (comp.). *El analfabetismo funcional. Un nuevo punto de partida*. Bogotá, Colombia : Editorial Magisterio, 1991.

Padilla De la Torre, María Rebeca. "Jugar y vivir la identidad frente al televisor. Análisis de la recepción de telenovelas y construcción de la identidad de género" en Guillermo Orozco Gómez. *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales*. México: ILCE, 2007.

Peña Ramos, Alexandrov Vladimir y Frank Viveros Ballesteros. *Educación para la comunicación. Desarrollo de la visión en los adultos*. México: Secretaría de Educación Pública. Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal, 1997.

Pérez Rojas, Irma Landybel. *Panorama actual de la programación cultural para jóvenes en televisión abierta en la Ciudad de México*. Director de tesis Federico del Valle Osorio. Universidad Nacional Autónoma de México, 2013.

Pérez Serrano, Gloria. *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Técnicas y análisis de datos*. Madrid, España: La muralla, 1994.

Pérez Tamayo, Ruy y Enrique Florescano (Coord.). *Sociedad, ciencia y cultura*. México: Cal y Arena, 1995.

Pérez Tornero, José Manuel. *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. México: Paidós, 2003.

Rincón, Omar. *La TV pública. Del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía, 2005.

Rockwell, Elsie, "La experiencia etnográfica. Historia y cultura de los procesos educativos" en Eva Escutia Alatorre. *Influencia de los medios de comunicación en la construcción de valores profesionales de los estudiantes de comunicación y periodismo de la FES Aragón UNAM durante su formación universitaria*. Director de tesis Dr. Rafael Ahumada Barajas. Universidad Nacional Autónoma de México. 2013.

Rodríguez Pastoriza, Francisco. *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona, España: Gedisa, 2003.

Rodríguez, Sandy. *Fuego Cruzado. Las mediaciones televisivas en la familia*. México: UNAM/ FES ARAGÓN/ Miguel Ángel Porrúa, 2010.

Strauss, L. y J. Corbin, "Basics of qualitative Research" en U. Flick (coord.). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Fundación Paidea Galiza, 2004.

Sunkel, Guillermo. *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*. Colombia : CAB, 1999.

Tarrés, María Luisa. *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. (2ª reimpresión). México: Porrúa, 2008.

Toussaint Alcaráz, Florance. *La televisión pública en México. Directorio y diagnóstico (2007-2008)*. México: UNAM/ FCPyS/ Plaza y Valdés, 2009.

Trejo Delabre, Raul. *Simpatía por el rating*. México: Ediciones Cal y Arena, 2010.

Villamil, Genaro. *La televisión que nos gobierna. Modelos y estructura desde sus orígenes*. México: Grijalbo Actualidad, 2005.

## CIBERGRÁFICAS

Calixto Flores, Raúl y Rebollar Albarrán, Angélica María. "La Telesecundaria, ante la sociedad del conocimiento". Revista Iberoamericana de Educación 2008. 08 de marzo de 2017 en [rieoei.org/expe/2197Flores.pdf](http://rieoei.org/expe/2197Flores.pdf)

COFETEL. "Estudio sobre el mercado de servicios de televisión abierta en México 2012". Telecomcide. 24 de abril de 2015 en [http://telecomcide.org/index.php/investigacion/proyecto/2012\\_estudio\\_sobre\\_el\\_mercado\\_de\\_servicios\\_de\\_television\\_abierta\\_en\\_mexico#sthash.33BwEzcb.dpuf](http://telecomcide.org/index.php/investigacion/proyecto/2012_estudio_sobre_el_mercado_de_servicios_de_television_abierta_en_mexico#sthash.33BwEzcb.dpuf)

Dirección General de Televisión Educativa. "Informe de gestión". <http://televisioneducativa.gob.mx/>. Secretaría de Educación Pública DGTVE 27 de febrero de 2015 en [http://www.televisioneducativa.gob.mx/work/models/DGTVE/Template/resource/quienes-somos/doc/informes-histo/Informe\\_de\\_Gestion\\_DGTVE\\_2015.pdf](http://www.televisioneducativa.gob.mx/work/models/DGTVE/Template/resource/quienes-somos/doc/informes-histo/Informe_de_Gestion_DGTVE_2015.pdf).

Ecatepec de Morelos. "Cuaderno de Información Estadística y Geográfica Municipal No 2". Sistema Municipal de Información Estadística y Geográfica de Ecatepec de Morelos 2013: 1-63. Ipomex. 11 de julio de 2016 en [www.ipomex.org.mx/ipo/archivos/downloadAttach/310003.web;jsessionid...](http://www.ipomex.org.mx/ipo/archivos/downloadAttach/310003.web;jsessionid...)

El economista. "Televisa domina audiencias en México". <http://eleconomista.com.mx/>. Publicación 24 de junio de 2013. Nacer global. Recuperado 24 de abril de 2015 en <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/06/24/televisa-domina-audiencias-mexico>.

El Financiero. "Ecatepec, más violento que Ciudad Juárez, Matamoros..." <http://www.elfinanciero.com.mx>. 20 de febrero de 2015. Grupo Multimedia Lauman. Recuperado 3 de mayo del 2016 en <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/ecatepec-mas-violento-que-matamoros-y-ciudad-juarez.html>.

Huerta Wong, Juan Enrique. "Dos semanas de la programación televisiva." Convergencia. Revista de Ciencias Sociales 2000: 51-72. Sistema de Información Científica Redalyc Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. 23 mayo de 2016 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10502203>.

IFT. "Tercer Informe Trimestral Estadístico 2016". <http://www.ift.org.mx>. Instituto Federal de Telecomunicaciones. 8 de marzo de 2017 en <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/3ite16accvf.pdf>

IFT. "Cuarto Informe Trimestral Estadístico 2015". <http://www.ift.org.mx>. Mayo 2016. Instituto Federal de Telecomunicaciones. 24 de junio de 2016 en <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/informeestadistico4to2015accesible.pdf>.

INEA. "¿Quiénes somos?". 2015 Secretaría de Educación Pública. 4 de junio de 2016 en <http://www.gob.mx/inea/acciones-y-programas/instituto-nacional-para-la-educacion-de-los-adultos?idiom=es>

INEA. "Programa de alfabetización y abatimiento del rezago educativo 2014-2018". Abril 2014. Secretaría de Educación Pública. 4 de junio de 2016 en [http://www.inea.gob.mx/transparencia/pdf/Prog\\_Inst2014-2018240414.pdf](http://www.inea.gob.mx/transparencia/pdf/Prog_Inst2014-2018240414.pdf).

INEGI. "Encuesta intercensal 2015". <http://www.inegi.org.mx>. 2015. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 02 de Agosto de 2016 en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/panorama/presentacion.aspx>.

Marcos Ramos, María. "Alfabetización mediática. La educación en los medios de comunicación: cine formativo y televisión educativa." Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. 2010: 303-321. Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. 4 de septiembre de 2016 en <http://www.redalyc.org/pdf/2010/201014893015.pdf>.

Moctezuma, David y Narro Robles, José. "Analfabetismo en México: una deuda social". Revista Realidad, Datos y Espacio. Revista Internacional de Estadística y Geografía. Septiembre 2012: 5-17. INEGI. 12 de diciembre de 2015 en [http://www.inegi.org.mx/RDE/RDE\\_07/Doctos/RDE\\_07\\_opt.pdf](http://www.inegi.org.mx/RDE/RDE_07/Doctos/RDE_07_opt.pdf).

NIELSEN IBOPE. "Anuario Media Performance 2011". [www.nielsenibope.com.mx](http://www.nielsenibope.com.mx). 2011. NIELSEN IBOPE MÉXICO. 24 de abril de 2015 en <https://www.nielsenibope.com.mx/uploads/anuario2011.pdf>.

Pareja Sánchez, Norma. "Televisión y democracia: La televisión abierta y su oferta en la Ciudad de México". Andamios 2010: 101-135. SciELO-México, Dirección General de Bibliotecas (DGB) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). 17 de julio de 2016 en <http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v7n14/v7n14a5.pdf>.

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública. "Incidencia delictiva nacional". <http://secretariadoejecutivo.gob.mx/>. 2016. SEGOB. 22 de septiembre de 2016 en <http://secretariadoejecutivo.gob.mx/incidencia-delictiva/incidencia-delictiva-acumulado.php>.

Steinberg, Cora. "Televisión, Internet y educación básica". Programa TIC y Educación Básica 2013: 1-146. UNICEF Argentina. 2 junio del 2016 en [https://www.unicef.org/argentina/spanish/educacion\\_Television\\_Internet\\_educacion\\_basica.pdf](https://www.unicef.org/argentina/spanish/educacion_Television_Internet_educacion_basica.pdf).

Televisa. "Descripción del negocio". Reporte anual 2015: 1-28. Televisa. 07 de julio de 2016 en <http://i2.esmas.com/documents/2016/05/02/3603/descripcion-del-negocio-2015.pdf>.

Televisa. "Resultados del cuarto trimestre y año completo 2016". Televisa. 8 de marzo de 2017 en <http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/documents/spanish/quarterly-spanish/2016/ESP%204Q16%20FINALa.pdf>

Thorman, Elizabeth. "Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios. Un marco de referencia para aprender y enseñar en la era mediática. Guía de orientación para docentes / líderes". Center for Media Literacy 2004: 1-37. Medialit. 13 de septiembre de 2015 en [http://www.medialit.org/sites/default/files/03\\_MLKorient\\_spanish.pdf](http://www.medialit.org/sites/default/files/03_MLKorient_spanish.pdf)

Toussaint Alcaráz, Florance en Pareja Sánchez, Norma. "Televisión y democracia: La televisión abierta y su oferta en la Ciudad de México". Andamios 2010: 101-135. SciELO-México, Dirección General de Bibliotecas (DGB) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). 17 de julio de 2016 en <http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v7n14/v7n14a5.pdf>.

TV Azteca. "Informe anual 2015". Grupo Salinas. 19 de julio de 2016 en <http://www.irtvazteca.com/es/informes-anuales>.

TV Azteca. "Reporte trimestral 4T16". Grupo Salinas. 8 de marzo de 2017 en <http://www.irtvazteca.com/es/resultados-trimestrales>.

UNESCO. "Situación Educativa de América Latina y el Caribe. Hacia una educación para todos 2015". UNESCO 2013. 3 de marzo de 2016 en <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/pdf/situacion-educativa-mexico-2013.pdf>.