

11
2 ej.



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**“UNA APROXIMACION A LA INFLUENCIA
PSICOSOCIOLOGICA DE LA TELEVI-
SION EN LOS NIÑOS”**

T E S I S

Que para obtener el título de:
**LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA**

P r e s e n t a :

Mauricio Enrique Guerrero Martínez



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está 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.

I N T R O D U C C I O N .

El vertiginoso desarrollo que ha tenido la televisión en los últimos años, la ha situado como el más importante de los medios de difusión colectiva por su gran penetración en los diversos grupos sociales, y hoy día su influencia comprende casi todos los rincones del planeta.

Es patente, la afloración diaria de antenas de televisión en la Ciudad de Mexico, aún en las barriadas o ciudades perdidas, como respuesta de la necesidad humana de distracción que el hombre contemporáneo utiliza como complemento de su vida productiva.

Este desarrollo ha provocado cambios en la forma de vida de miles de personas de muchos países. En todos esos, uno de los sectores más afectados por tales efectos es, a nivel mundial, el de los niños.

Es incuestionable que la televisión cuenta con los elementos necesarios para constituirse en una poderosa herramienta educativa cuando sus objetivos son enfocados a tal fin, sin embar-

go la multitud de intereses e influencias que limitan y moldean la televisión actual, (comercial y estatal), la convierten en agente que se advierte a primera vista enajenante y perjudicial ya que muestra una distorsionada imagen de la realidad, debido a que a través de los mensajes que inundan la diaria programación, se reproduce constantemente la ideología burguesa imperante en México.

Consumo y televisión, fungen hoy, la histórica función de "Pan y circo en la Roma de los Césares", son agentes enajenantes que mantienen al pueblo atomizado y quieto, víctima de la manipulación de los intereses de los propietarios y concesionarios de los canales de televisión.

Consumo y televisión, como los juegos de espectáculo, ayudan a apartarse de lo amargo, a olvidar momentáneamente lo malo y lo que nos puede vencer o destruir. La televisión nos lanza a mundos maravillosos e inusitados, en un gran espectro que va de lo galáctico a lo terrestre, lo mismo nos envía a la fantasía o a la ciencia ficción que nos envuelve en una realidad falseada.

Es importante comprender que las personas que habitan en las grandes urbes, se ven rodeadas por varios factores conta-

minantes que muchas veces entrelazan sus negativos efectos con los de la televisión, propiciando en gran medida la despersonalización del individuo y su consecuente masificación.

El caudal enajenante, por cierto inagotable de los mensajes emanados de la prisión electrónica como establece Raúl Cremoux, nos crean la sensación de impotencia ante la cada día más acentuada escasez de programación con sentido verdaderamente educativo, cultural y objetivamente informativo. (1)

Toda esta red de problemas que configuran el ser y el sentir de los habitantes de ciudades como la nuestra, repercute directamente en la mentalidad y el comportamiento del hombre, principalmente en los niños, los pequeños alentados por héroes, superhombres o policías y detectives famosos, enfocan su comportamiento a emular las hazañas inverosímiles de tal o cual personajes, sucediendo que cuando la violencia o la agresividad es el eje y acción central de la aventura, el niño, aún en formación, intentará hacer suyos esos dos elementos.

Basta con echar un vistazo a la programación televisiva que en materia infantil se destina para cualquier día de la semana, para darnos cuenta de la total dominación de progra-

(1) CREMOUX RAUL. Televisión o Prisión Electrónica, México, Fondo de Cultura Económica, 1973, p 15

mas que se pueden catalogar como conflictivos, aunque la variedad que la televisión ofrece es considerable, todos los programas prácticamente presentan una degenerada imagen de la realidad, creando confusión en la mente infantil que aún no cuenta con la suficiente capacidad crítica y analítica para evaluar o cifrar adecuadamente el mensaje percibido.

Los mensajes captados a través de emisiones informativas educativas y culturales se distinguen por su escasez, y aunque normalmente se incluyen algunos de ellos en las pautas diarias de los diversos canales, por los temas y términos en que están cifrados, parecen más bien dirigidos al adolescente que al niño, que principalmente basa su atención y aprendizaje en las percepciones del lenguaje visual.

La violencia, la superioridad del fuerte sobre el débil, el amor al dinero, el buscar una posición, las pasiones humanas, la idealización de un mundo meramente materialista, y el tratar de aspirar a rodearnos de lujo y de rubias despampanantes estereotipadas de las estrellas del celuloide, son conceptos escondidos superficialmente en la mayoría de las caricaturas, programas y series "dirigidas" a los niños, que lo único que logran, es talar su mente convirtiéndose esas situaciones, en patrones de comportamiento.

Si observamos por algún tiempo a cualquier niño mexicano, que pase considerables períodos de tiempo expuesto a la influencia de la televisión, notaremos como, muchas de sus respuestas a estímulos diferentes, coinciden radicalmente con acciones de personajes de la "tele", en un claro intento por imitarlos unas veces, aunque las más, en adoptarlos.

Portadores de una ideología extranjera, muchos programas dirigidos a los niños, en un momento dado sirven como catalizadores de los valores y sentimientos que corresponden al mundo social del niño televidente, ya sea como resorte del sentimiento de superioridad y dominio en algunos niños de familias burguesas, o manifestándose como creadores de conciencia de oprimidos dentro de los niños de extracción proletaria.

Creo que el niño es como una masa informe, la cual, afectada por diversos agentes externos, cobra forma en relación directa con aquellas causas que lo moldearon.

Pienso que actualmente la televisión es una de las principales causas en la formación del niño como ser social, aunque en general, la influencia sea en su mayor parte negativa, debido a la falta de verdaderos programas educativos o informativos.

Nadie puede negar que los medios de difusión colectiva

son factores importantes en el proceso de la educación informal al que los hombres viven expuestos de manera permanente, de estos medios, la televisión, con destellos de luminosidad, se ha entregado a la labor de emitir programas con el único propósito de divertir, descuidando totalmente el intento de crear televisión infantil con el verdadero objetivo de conscientizar y educar aunque sea en una escala mínima.

Los científicos sociales, los comunicólogos o comunicadores, los periodistas profesionales, y demás especialistas en opinión pública han analizado la televisión como medio de comunicación, en función de sus ventajas como instrumento pedagógico, o en sus formas de influencia y de persuasión pero rara vez apoyan sus conclusiones en datos que para nuestra peculiar realidad sean confiables y objetivos. Al respecto, en México, es patente que el 95% de los estudios ligados a la especialidad que por hoy nos distrae, reflejan experiencias de países muy diferentes al nuestro, en algunos casos antagónicos, de ahí que los efectos que relatan no vayan acordes a la manera en que la televisión afecta la idiosincracia nacional.

Fuera de México, en general, la cantidad de investigaciones realizadas sobre el particular, es muy grande y diverso, George Comostock y sus colaboradores hacen referencia a unas:

2,300 publicaciones sobre televisión y su relación con el comportamiento humano. (2)

Muchas de ellas abarcan áreas tales como: efectos de violencia en la televisión sobre el comportamiento humano, patrones y correlaciones de uso de la televisión entre diversos grupos del público, análisis de los contenidos que transmite la televisión, condicionamiento del espectador a través de información subliminal, entre otros, al tiempo en que se desarrollan también sofisticadas teorías y modelos.

Creo sin embargo, que son pocos, relativamente los investigadores que se han preocupado por los aspectos de usos, o funciones y gratificaciones e influencias de la televisión: por lo que fue mi intención llegar a establecer lineamientos que nos permitan elaborar una programación infantil para T.V.

En gran parte uno de los obstáculos al que tenemos que enfrentarnos cuando pretendemos incursionar en el campo de la investigación en comunicación es que se encuentra bastante limitada por la falta de teoría.

La presentación del tema no pretende de ninguna manera la exhaustividad: al contrario lo que se pretendió fue la sencillez y la objetividad a lo largo de toda la investigación

(2) HALLORAN JAMES D. Los efectos de la T.V., Madrid, Editora Nacional, 1970, p 8

y que la información fuera lo suficientemente accesible para no caer en el "apocalipsis de Eco".

Al desarrollar el estudio, se partió de la premisa de que la comunicación humana es un proceso social, por lo tanto la acción de los medios de difusión colectiva, tiene su origen y se desarrolla preponderantemente en la superestructura de la sociedad, lo que significa circunscribirse al ámbito de las ideas, la cultura, y las representaciones del mundo en estrecha relación con el orden socio-económico-político, históricamente determinado por las condiciones de la vida material.

En este trabajo se trató de conjuntar elementos que permitan hacer un primer intento por sistematizar usos efectos y gratificaciones de la T.V. para en lo sucesivo poder establecer lineamientos o guías de efectos en grupos diversos tipificando sexo, edad, situación familiar, social, económica y cultural.

No hay que perder de vista, que este es un primer intento que sólo sirve de plataforma para investigaciones posteriores. Es pues una base para que otras personas sigan adelante, para que prueben con estudios de campo lo que algunos estudiosos han probado en otras latitudes lejanas de la nuestra por situaciones distintas a nuestra realidad tanto en lo económico como

en lo cultural y social.

Este trabajo tuvo su antecedente en una pequeña muestra entre infantes de diversos sectores sociales, sólo que no pudo cristalizar en un estudio tangible puesto que la investigación de referencia se vio interrumpida varios años por problemas personales de ocupación y tiempo.

Los resultados iniciales perdieron actualidad. La teoría se recupera y lo que pretendió ser un análisis de los efectos de la televisión en los infantes, se transforma a "una guía" de lineamientos para elaborar programación infantil para T.V.

"Ninguna otra fuerza, en lapso tan breve, ha causado semejante impacto en el hogar, en las diversiones, en la educación, en la política, en la publicidad, en las noticias y en los deportes ... Empero, la televisión de hoy no es sino un preludio de la televisión del mañana..."

David Sarnoff.

TELEVISION Y SOCIEDAD.

TELEVISION Y SOCIEDAD.

Antes de analizar la influencia y los efectos que la televisión, como medio de difusión colectiva puede tener ante los grandes sectores de la población y principalmente en la niñez, objeto de nuestro estudio y de señalar los criterios de evaluación, es importante hacer algunas consideraciones previas: hay que tener presente, que cuando menos en México, en la televisión privada o estatal, el receptor o, el telespectador no participa de los programas emitidos por la T.V., y por lo tanto, la única posibilidad que tiene es la de aceptar o rechazar tal o cual mensaje, lo que generalmente hace con base a una formación económica cultural que delimita su campo de referencia.

La T.V. es distribuidor de una ideología familiar, por lo que las más de las veces el único camino que nos queda es el de aceptar incondicionalmente cualquier opinión emanada de este medio, por más autoritaria o lejana a nuestro marco sociocultural.

En un país subdesarrollado como el nuestro, los medios de difusión, basándose en la ignorancia de las personas y principalmente las clases populares, envían mensajes con apariencia de diversión, pero cargados de imposiciones las más de las veces políticas y distantes de nuestra realidad, que reducen a la impo-

tencia cualquier intento de modificación por parte de las personas que reciben los mensajes.

"La gran importancia que se ha atribuido el hecho de mirar la televisión como actividad parece confirmar que en la sociedad moderna, el uso de los medios se ha convertido en parte indispensable de la vida cotidiana".(3)

La gente se queja de la televisión, porque influye considerablemente en nuestro estilo de vida, fomenta la violencia e induce a la gente a usar productos suntuarios. Ha habido críticas del control de las emisoras sobre la programación y el tiempo, y se han registrado intentos de reducirlo. Se formulan quejas en el sentido de que la publicidad por televisión carece de ética, es de mal gusto y pésima calidad, además de no apegarse a la Ley Federal de Radio y Televisión.

El exceso de anuncios destruyen, dicen, la eficiencia de la televisión como medio de difusión colectiva. Los patrocinadores prefieren espaciar los planes, y el tiempo comercial se compra para intervalos más breves. Se dice que la televisión no puede ya anunciar cigarrillos ni licores más que en ciertas horas indicadas; disposición que no se cumple.

(3) MC QUAIL DENIS. Sociología de los medios masivos de comunicación, México, Edit. Paidós, 1979, p 16

A pesar de todas estas amenazas contra la supremacía de la televisión, es uno de los principales medios de difusión.

Hay que tomar en cuenta que la televisión comercial sólo se propone satisfacer sus necesidades y manejar a la sociedad de manera tal que sólo pase a ser un objeto más que consume. Para lograr sus propósitos inventa una vida "ideal" llena de sueños que por debajo del agua hace que la publicidad sea captada por el subconsciente y más tarde salga a relucir como si formara parte de él.

No hay que olvidar, que las emisiones televisivas son básicamente una actividad comercial, contengan o no anuncios, ya que siempre será una actividad ideologizante e inductora de actitudes. El reforzamiento con imágenes de un conjunto de argumentaciones es la característica expositiva, definidora de la televisión.

La "era de la televisión" es típica de la sociedad industrial; tiende a difundir una cultura común (entendida en el sentido más amplio). Esta cultura masiva puede no consistir tanto en el rechazo de la educación o alfabetización por parte de las masas o de su explotación por unos pocos como en el afloramiento de necesidades comunes a la mayoría de los miembros de la sociedad industrial. Debemos considerar un en-

foque independiente que intente una mejor comprensión de la cultura de la sociedad de masas.

La estructura de las sociedades modernas excluyen a las grandes mayorías que están incapacitadas para alcanzar las metas que motivan a la actividad económica; una posibilidad de ser parte de ese mundo al que nunca se podrá entrar.

La actividad de las horas libres de la sociedad contemporánea representa un intento de volver a captar por medio de la ficción intencional la misma significación para la vida diaria de hoy.

La gente busca participar de manera fácil de la vida más excitante y atractiva aunque sólo sea a nivel de fantasía; se trata de escapar de la realidad monótona y limitada y por medio de la televisión encontrar la confianza y significación de su propia realidad.

La televisión es un medio de comunicación enajenante. Los publicistas encontraron la mejor manera de hacerle propaganda a todos los artículos tanto de primera necesidad como superfluos. Casi todo ser humano cuenta con una televisión en su hogar, aún aquellos de escasos recursos económicos. Antes que nada, existe la necesidad de T.V. en lugar de cual-

quier otra cosa más importante.

De esta manera, la masa receptora, por su misma condición y estructura, carece de indicios de organización, reglas, rituales, liderazgo, cohesión e incluso identificación, por lo que mantiene una actitud pasiva frente a la T.V. y asimila mensajes que no reflejan las preocupaciones y formas de vida de las mayorías, sino que difunde y promueve la ideología de grupos de poder político y principalmente económico.

Los medios y en especial la T.V. operan sólo como instrumentos de propaganda política y de publicidad comercial, y no como herramienta al servicio del pueblo, o como medio educativo, lo que ocasiona que los medios se distancien del cumplimiento de funciones sociales.

Este es el gran drama del mundo en que vivimos, consecuencia en gran parte de las nuevas técnicas televisivas, promotoras del modo de vida burgués del sistema capitalista.

La televisión con el conjunto de características que la componen es en la actualidad el medio de difusión colectiva que mayor influencia ha alcanzado entre las diferentes sociedades y sólo han bastado unos años para comprobar los efectos nocivos que, debido a los intereses que la rodean, crecen día a día y programa tras programa.

La televisión es un medio de información para la gente; educa, divierte y también enajena. Las familias tienen hoy menos comunicación que ayer; puesto que la T.V. les quita gran cantidad de tiempo; un típico comentario de alguien a quien le es más importante el programa que está siendo televisado que la convivencia en el hogar es: "¡Shh, Shh, CALLATE QUE NO DEJAS OIR!"

La televisión no tan sólo promueve la venta de productos, sino algo más: a las mujeres por ejemplo, no se les vende tanto jabón como belleza, ni medias como encanto sexual, los hombres por su parte al comprar cigarrillos compran virilidad. Esto quiere decir que no se consume sólo el objeto, sino lo que representa: si se adquiere un tipo determinado de automóvil, cuánto más grande y espectacular mejor, para así adquirir un símbolo de personalidad y status, ya que para el que lo adquiere es un objeto que sirve para decir a la gente que tiene dinero, que progresa.

La televisión por lo tanto arrastra con su publicidad y empuja a su público consumidor a cada vez querer tener más, pues dada su dinámica interna acorde al sistema, obliga y presiona a su público a que consuma mucho y rápido, con el objeto de que la economía mantenga su ritmo de expansión y pueda seguir sobreviviendo.

La sociedad, entonces, cosificada por la influencia pu-

blicitaria de la televisión, se transforma en objeto productor y en consumidora de objetos.

"La T.V. tiene la posibilidad de utilizar efectos, que la gente como televidente, asimila fácilmente: fundir contradicciones; bombardear la mente con impresiones seleccionadas, generar simultáneamente o en los momentos escogidos, impactos cuyos efectos están calculados; forzar la mente a absorber lo que quizás nunca se encontraría en la vida, permitirle a uno descubrir las fronteras de los propios sentidos y quizás impulsarlos más allá, hasta producir nuevas dimensiones para ver, oír, sentir y crear". (4)

Se ha dado por atacar últimamente a la T.V. como un agente enajenante en la sociedad, y tal denuncia no es infundada, ya que el constante bombardeo de mensajes y noticias tendenciosas, en combinación con anuncios y programas que distorcionan y crean falsas necesidades de la realidad, la convierten en una arma poderosa de los opresores dentro de la sociedad contemporánea.

Afirmo esto porque por un lado la T.V., ha mostrado que puede contribuir a la formación de una nueva conciencia de los individuos educando y orientando para la mejor comprensión entre los pueblos, pero también (como está cifrada actualmente) enaje-

(4) GATTEGNO GALEB. Hacia una cultura visual. México, SEP Diana 1979, p 31

nando y cosificando tajantemente a las personas y grupos sociales.

En México, los canales de T.V. privados o comerciales han sido estructurados de tal forma que prácticamente cada uno de ellos está destinado para diferentes núcleos sociales o clases, en los diversos horarios de su programación.

En definitiva, la T.V. refuerza en gran parte los ideales, aspiraciones y frustraciones que en mayor o menor grado tienen cada una de las clases sociales.

En cierta medida, la T.V. constituye una herramienta para el totalitarismo y la oligarquía, apoyada en el imperativo de crear y manejar "falsas necesidades" de entretenimiento, ocio, información y consumo.

Eulalio Ferrer opina que sin dejar de ser sabiduría cotidiana, intuición y habilidad, la comunicación ha evolucionado de quehacer cotidiano y respuesta inmediata a práctica entendida, programada, medida y controlada. (5)

No obstante y sin lugar a dudas la T.V. en el hogar mexicano ha pasado a formar parte íntegra y sólida de él.

(5) SALINAS S. ROBERTO. "Los medios de comunicación están enfermos pero no de muerte". México, Revista Expansión Vol. XII-304 Nov. 26 1980, p 90

"El hombre actual tiene hoy como nunca antes la mayor abundancia cuantitativa y cualitativa de medios de comunicación"; (6) de los que la T.V. forma parte importante.

Para penetrar a ese mundo amplio, potencial y extremadamente complicado lo único que hay que hacer es un pequeño esfuerzo físico.. Todo comienza con un movimiento increíblemente simple, como manipular una pequeña perilla o presionar un insignificante botón. Con este hecho individual repetido sistemáticamente miles y aún millones de seres se adentran en los nuevos acontecimientos, en la información, en las pasiones, el drama, la fantasía, los adelantos científicos y tecnológicos, en la ciencia ficción o en otras realidades distintas a la propia lejanas muchas veces miles de kilómetros.

Una vez adquirido el hábito de ella, es prácticamente imposible dejarla, dependemos de ella, forma parte de nosotros, de pronto se ha convertido en casi función vital.

Desde su surgimiento, se generalizan y multiplican advertencias, consejos, teorías variadas, acerca de este medio de difusión colectiva y su influencia social, principalmente en los niños, quienes le dedican parte considerable de su tiempo.

(6) Ibidem

numerosas críticas se han alzado sobre los peligros que para su formación, supone una buena parte del contenido violento de los programas y emisiones.

Se han criticado incluso las caricaturas y series propiamente infantiles, en la televisión mexicana "se atendió" el problema de proteger a los infantes del flujo nocivo de la programación, sólo mediante la inclusión de unos pequeños círculos en la imagen, que determinaría la aptitud o no aptitud del programa para los menores, la programación no se modificó.

Las más claras protestas frente a la televisión surgieron para defender a la niñez y a la juventud de posibles influencias en su crecimiento, desarrollo y madurez, tanto física como mental y social. La preocupación por este sector de la sociedad es un punto sensible, dentro del antihumanismo general de la sociedad tecnológica, llena de contrastes, envidias, problemas agudos y "stress" en que nos ha tocado vivir.

No puede escapar a nuestra realidad el hecho de que los niños se sienten hondamente atraídos por el televisor, profundamente identificados con los protagonistas de la programación, conocen a la perfección todos los personajes y gran parte de los mensajes comerciales, de los primeros saben sus hechos, hazañas, y provocaciones que desfilan por las pequeñas pantallas, de los

segundos, detalles, características y "utilidad" del bien, servicio o mercancía, forman parte de su erudición.

La imagen visual emanada de la pantalla de T.V., tiene un gran poder de convencimiento en la sociedad, debido a la objetividad de la imagen, la T.V. ejerce influencia considerable en el subconsciente a través de los procedimientos técnicos que utiliza en la producción y la edición.

La T.V. tiene una gran fuerza que el emisor dirige según sea su conveniencia y la sociedad pierde un tanto su posición como humanidad pasando a ser objetos de manipulación, el hombre pierde su individualidad, se convierte en masa, los intereses particulares se disipan.

En general todos los medios de difusión colectiva sobre todo el cine y más la televisión llevan a cabo su actividad manipulando con símbolos, incluidos en: la propaganda, la publicidad, la información, el entretenimiento, el consumismo y todo aquello que vincula al medio con la opinión pública.

La televisión adquiere inevitablemente autoridad y control sobre lo que se informa y sobre la misma opinión pública, frecuentemente otorga o niega prestigio y legitimación, tiene considerable influencia sobre la conducta en lo que respecta al en-

tretenimiento, el ocio, el consumo personal, así como tiende a constituir un campo institucional con su propia estructura de autoridad, normas y controles independientes.

Cualquier forma de poder, incluidas la oligarquía y el Estado, tienen en la comunicación, en todas sus instancias y niveles, uno de sus aparatos ideológicos más importantes, y si bien no se puede hablar de que ésta sea democrática, la situación es consecuencia del propio sistema social y económico imperante en nuestro país.

Por otro lado, la televisión también prescinde de la estructura de la autoridad propia de la esfera política y de las leyes que de ella emanan. Es patente que la televisión (la comercial principalmente, aunque es bien cierto que la estatal no se escapa de la situación) no cumple con las disposiciones enmarcadas en la Ley Federal de Radio y Televisión.

Julio del Río plantea que en nuestro país la T.V. informativa y la de entretenimiento nacieron juntas en el año de 1950, gracias al desarrollo del país, con lo que se han aumentado considerablemente las posibilidades de comunicación, educación y esparcimiento. (7)

(7) RIO R. JULIO. "Anotaciones sobre los medios de información en México". Revista Mexicana de Ciencia Política No. 69. México, FCP y S. UNAM, 1972, p 42

Por otra parte agrega que al sistema escapa el control de los medios para fines nacionales y educativos .frecuentemente derivan su uso en la propaganda, la enajenación, la ofuscación técnica de los problemas nacionales e internacionales.

"La Cultura de la Televisión" destruye o desplaza la cultura tradicional y la cultura de la sociedad rural. Alienta a la mediocridad, el conformismo, la pasividad y el escapismo y concluye su acción al deshumanizar al individuo.

Es evidente que el desarrollo de la televisión tiene grandes implicaciones negativas para importantes ámbitos de la vida social nacional, como los que se relacionan con la libertad, el consumo, el control, la estructura de poder y el cambio social.

Otro hecho innegable y hasta cierto punto un factor positivo de la T.V. es que ha servido a grandes núcleos sociales como satisfactor del ocio.

"El ocio es un elemento inherente a la naturaleza y puede ser encontrado en todas las culturas a lo largo de la historia del hombre. Sin embargo, en nuestro tiempo ha llegado a convertirse en un fenómeno masivo que está produciendo cambios técnicos económicos y culturales en la sociedad. Algunos investigadores consi-

deran incluso que la civilización occidental está en el umbral de la cultura del ocio". (8)

Por otro lado, también vemos que la televisión llena las horas de ocio del trabajador industrial y proporciona alivio a la monotonía del trabajo, haciendo más soportable el regreso a las labores cotidianas; así, en apariencia, la T.V. lo desliga de la vida rutinaria. Con ella se da a los hombres un escape que no altera el orden existente sino que fortalece su estatismo y frena la acción social.

"El público de los medios es una colectividad característica de la sociedad moderna, que presenta varios rasgos distintivos. Es un conglomerado de individuos a los que se une un foco común de interés, que observan un comportamiento idéntico y orientan su acción hacia fines comunes; sin embargo, no se conocen entre sí, tienen sólo un grado ilimitado de interacción, no orientan sus acciones los unos hacia los otros y no se hallan organizados, o bien su organización es demasiado laxa." (9)

(8) CREA. Juventud y recreación. Dirección de Planeación. Consejo Nacional de Recursos para la atención de la juventud. México, p 1 Mayo 1980.

(9) MAC QUAIL DENIS. Op cit, p 23

La televisión por la fuerza que ejerce sobre la sociedad, quita al individuo la libertad, lo enajena de manera que no hace las cosas conforme a sus principios sino obedeciendo a los intereses de una minoría; además limita a las personas en su afán de producción, convirtiéndolas en seres idiotizados frente a un aparato y asimilando ideales de una sociedad puramente capitalista, que no va acorde a su medio de vida, donde los satisfactores a las necesidades principales se encuentran limitados.

Hoy, más que nunca, el hombre tiene la posibilidad de "sentirse" prójimo de los demás hombres del planeta. Hoy no nos asombra el ver en la pantalla de nuestro televisor, hechos que están sucediendo a miles de kilómetros; el conocer los rostros y oír las voces de hombres que pertenecen a otras razas.

Vivimos un avance tecnológico tal que nos permite ser partícipes de esta difusión planetaria. No debemos olvidarnos que la historia del hombre recién ha comenzado. Sus pasos y caídas son las de un ser no maduro. El marcado contraste entre los países, el hambre, la injusticia, la lucha, no pueden ser sino fruto de nuestra inmadurez.

Por lo que nuestra sociedad del presente, inmerso en un mundo en donde la televisión contribuye a conformar las conciencias y actitudes de la gran masa, administra supuestamente pequeñas

dosis de "libertad", por medio del condicionamiento y manejo de las conciencias, dislocando totalmente la imagen de la libertad humana, ya que con su técnica sofisticada influye en la sociedad, de una manera aparentemente más suave, pero más profunda y decisiva, ya sea que se trate de una manipulación cultural, publicitaria, o de integración al engranaje de la sociedad capitalista.

La televisión, influye también en gran medida a favorecer los peligros con que se ve amenazada nuestra sociedad, en donde el hombre es dueño de muchas horas sin ocupación fija y sin objetivos planificados.

"En la percepción de la presencia de un hecho, está incluida la percepción de sus relaciones con los otros. Son una sola percepción. Por esto, la forma de percibir los hechos, no es diferente de la manera de relacionarlos con otros, encontrándose condicionadas por la realidad concreta, cultural en que se encuentran los hombres". (10)

Nuestra sociedad, al no saber como ocuparse, o al entregarse a actividades poco humanas, como sería la simple satisfacción sensorial que da la televisión, se pasiviza, por lo que esta pasividad exterior, no tardará en sacar el dinamismo interno de la sociedad y empezará ya a producir por tanto, individuos sin fuer-

(10) FREIRE PAULO. Extensión o comunicación. Argentina, Edit. Siglo XXI, 1973. p 30

za moral totalmente sometidos al imperio de los sentidos, y más aptos para recibir sensaciones que para prestar servicios.

La T.V. también contribuye a crear un aumento en las exigencias de la sociedad cuyo efecto es el cada vez más profundo vacío artificial que en ella se produce al no verlas cumplidas. Ya que fomenta artificialmente necesidades irreales y crea hábitos peligrosos a los que necesariamente habrá de reprimir; de lo contrario, el desarrollo de los verdaderos valores de la sociedad y del individuo estarán cada vez más deteriorados.

El norteamericano Lee Thayer planteó en el Primer Seminario Internacional sobre Comunicología, celebrado en octubre de 1980, en Cocoyoc, Morelos, que : "sabemos más y más de menos y menos". Se ha observado que los medios de difusión colectiva y en particular la televisión estimulan algunas tendencias como la evasión, la pasividad, la ausencia de sociabilidad y la pérdida de creatividad. Orientan el contenido hacia la fantasía, trasponiendo los alcances de la propia realidad. Incluso pueden originar una pérdida de acción y un alejamiento de la relación social individual.

LA TELEVISION EN EL MUNDO, SU DESARROLLO.

"La característica distintiva de la humanidad es la invención de un lenguaje que transmite información de cosas que no

están presentes y permite especular de cosas no conocidas". (11)

La T.V. en su concepción más amplia la podemos definir como "un sistema de transmisión y reproducción simultánea de sonidos y de imágenes en movimiento, por medio de ondas electromagnéticas".

Esta transmisión de imágenes a distancia, no fue posible hasta que se logró traducir en variaciones de corriente eléctrica la luz dimanante de los diversos puntos de la imagen que debía de ser transmitida. A partir del descubrimiento casual, en 1873, de las propiedades fotoeléctricas del selenio (elemento descubierto en 1817 por el químico sueco Jacob Berzelius), cuya resistencia eléctrica varía por la influencia de la luz, el norteamericano C.R. Carey concibió la idea de utilizar para la emisión, una pantalla integrada por millares de células fotoeléctricas de selenio, sobre las que un objeto proyecta la imagen que había de ser transmitida; cada una de dichas células debía estar conectada, mediante un hilo conductor, con una minúscula lámpara eléctrica dispuesta en otra pantalla similar en el aparato receptor. El proyecto fue demasiado ambicioso y nunca llegó a realizarse.

"En 1879, el francés Selecq enunció el principio fundamental de la transmisión secuencial de los elementos de la imagen.

(11) ROBINSON JOAN. Libertad y necesidad. México, Edit. Siglo XXI, 1973, p 18

En lugar de conectar cada elemento de la pantalla multicelular de Carey con las lámparas de la pantalla receptora, su idea consistía en utilizar una sola línea, con la que habían de conectarse sucesivamente cada una de las células fotoeléctricas y las correspondientes lámparas. Las conexiones necesarias se efectúan mediante un conmutador rotatorio, encendiéndose las lámparas sucesivamente. Al transmitirse así el conjunto de la imagen por los elementos sucesivos, en no más de una décima de segundo, la persistencia de las sensaciones visuales proporcionaría la percepción continua de la imagen". (12)

El principio de análisis por elementos transmitidos de manera sucesiva dio origen a numerosos proyectos, entre los que figuran el del francés M. Leblanc (1880) que consistía en realizar el análisis valiéndose de dos espejos que reflejaban los sucesivos puntos de la imagen.

Uno de los espejos oscilaba alrededor de un eje vertical, explorando rápidamente líneas de puntos horizontales, y el segundo oscilando con menor rapidez alrededor de un eje horizontal, que servía para el paso de una línea a otra.

Con posterioridad al proyecto enunciado anteriormente, surgen intentos similares por doquier, el proyecto más com-

(12) SALVAT. La Televisión. Barcelona, Salvat Editores, S.A. 1978, pp 19-24

pleto se debió al alemán, Nipkow, quien en 1884, inventó un disco explorador de imágenes (disco de Nipkow) surcado por una línea espiral de orificios equidistantes. Para la emisión se situaba detrás del disco una célula fotoeléctrica.

"Al girar el disco, cada orificio exploraba la imagen, proyectando sucesivamente los puntos de las respectivas líneas sobre la célula fotoeléctrica. En la recepción, la imagen era reproducida por medio de un tubo de neón, cuyo brillo variaba en función de la señal recibida del emisor, y situando igualmente detrás de otro disco de Nipkow, cuyo movimiento de rotación estaba sincronizado con el primer disco de la estación emisora, este procedimiento requería numerosos medios de los que sólo pudo disponerse ulteriormente, el tubo electrónico, que permite amplificar débiles corrientes fotoeléctricas, y las ondas hertzianas que enlazan a distancia dos puntos". (13)

Todas las experiencias anteriores, fueron los medios utilizados más adelante por el escocés John Logie Baird para realizar la televisión.

En 1926 se efectuó en Londres la demostración de un televisor rudimentario que transmitió una diminuta imagen explorada en 28 líneas, a razón de 12.5 barridos completos o cuadros por segundo.

(13) Ibidem

Ya en el año de 1931, la RCA (Radio Corporation of America), inauguró un emisor de televisión en la cumbre del Empire State Building de Nueva York, a partir de la concepción del nuevo medio de difusión colectiva, Alemania en seguida comprendió la eficacia persuasiva de la televisión, y ya en 1936 se ensayaron programaciones públicas mediante receptores de gran tamaño. La BBC de Londres y la R.F. en Francia, seguían de cerca las experiencias de los alemanes y las conquistas de los norteamericanos.

La T.V. es algo más que un medio fácil de obtener por una cuota o gratuitamente (aceptando los excesivos y tediosos comerciales), todo tipo de espectáculos en casa, es un aparato ideado por el hombre, que da a cada uno de nosotros un estímulo visual a nuestra particular visión personal y social de ver el mundo.

En nuestro país los primeros experimentos en T.V. fueron realizados por el Ing. Guillermo González Camarena en el año de 1935, aunque como fecha oficial se da el año de 1940, momento en el que el profesionista mexicano cuenta con el apoyo para que sus experimentos se realicen con grandes recursos.

El surgimiento tan rápido que tuvo la televisión, como industria y como medio de difusión colectiva, no dio tiempo para la construcción de estudios "Ad Hoc" para este nuevo inven-

to. La solución al problema, consistió primero, en adaptar los pequeños estudios de radio, para pequeñas producciones, agregándoles reflectores, cabinas de control, lugares destinados para foro, con el tremendo inconveniente del espacio tan reducido en el que era casi imposible manejar las cámaras, construir "Sets" apropiados, mover actores, hilar secuencias, entre los principales problemas; y segundo, utilizar los foros de algunos teatros para las producciones de mayor importancia.

Así, la televisión, con tan variadas y rápidas innovaciones, nos ha transformado a partir de sus avances tecnológicos, primero el color, luego las transmisiones vía satélite, ahora el video cassette, las pantallas gigantes y otra infinidad de particularidades que se irán registrando, han logrado quitar al humano la capacidad de asombro, puesto que su dimensión elimina las fronteras.. Por ejemplo, el hombre pudo presenciar y ser testigo ocular de la llegada a la Luna o, recientemente, enterarse al instante de los atentados contra el Papa o el Presidente Reagan, así como conocer pormenorizadamente los detalles, de los atentados terroristas en el aeropuerto de Roma.

La T.V. en México, sufrió desde su nacimiento en los años cincuentas un desarrollo acelerado, conjuntamente con el ascenso de la burguesía nacional y el surgimiento del monopolio,

auxiliado en gran parte por el mismo gobierno, que no se detuvo nunca a observar las grandes consecuencias que ello originaría. Tal parecía que su única y efectiva misión consistía en desarrollarse lo más rápidamente, hasta convertirse en lo que es hoy, un increíble y técnicamente muy desarrollado aparato de difusión colectiva, prolongación y apéndice de las grandes empresas multinacionales de publicidad y noticias, y sustento ideológico y económico de la oligarquía nacional.

Sin embargo, semejante desarrollo unilateral no le permitió observar que se dirigía hacia un extremo en donde lo servicial pierde su significado para convertirse en la búsqueda del beneficio propio, la explotación de dudosas ideologías, la exaltación de valores falsos y contrarios a nuestra realidad y la enajenación fácil y rápida de un público ingenuo e ignorante.

Así, la T.V. mexicana y quienes la dirigen creen tener el deber de proporcionar diariamente aquellos mensajes que van a conformar y a formar la personalidad del hombre de la calle, van a perfilar la identidad nacional, a hacer al hombre masa, sentirse participe del desenvolvimiento histórico del mundo, asignándole un papel en donde se le otorga un consuelo a su existencia desprovista de influencias y poder.

Podemos intuir que de seguir los esquemas y modelos

televisivos propuestos o desarrollados hasta ahora por los monopolios, gobierno e iniciativa privada, dentro de muy poco se anularán (de continuar así) todas las expectativas y posibilidades de libertad humana.

En resumen podemos distinguir tres etapas importantes en el desarrollo a nivel mundial de la televisión, la primera, corresponde al perfeccionamiento de los sistemas de transmisión, tuvo carácter experimental y consistió en una serie de investigaciones confinadas al espacio estrecho de los laboratorios, enriquecida con hallazgos derivados del uso, cada vez más extendido de los medios electrónicos.

La segunda etapa se inició después de la Segunda Guerra Mundial, en esa época se aceleró la expansión de la T.V. y se aseguró su carácter de medio de difusión colectiva, incluyendo en su programación tópicos de información, además de los ya tradicionales para ese momento, programas de entretenimiento.

La tercera etapa se ubica exactamente al inicio de la década de los 60's con el lanzamiento de los satélites y al descubrir que la T.V., había tenido un papel relevante en la difusión de la propaganda política en varios países; además se pone de manifiesto el notable incremento del público, las innovacio-

nes técnicas y el perfeccionamiento de los sistemas de transmisión de noticias y comentarios.

Asimismo, la televisión hoy día ha sido capaz de cambiar la torpeza del lenguaje como medio de expresión y por tanto de comunicación, por el poderío de la dinámica e infinita expresión visual; así, el percatarse de que la vista es un medio de expresión y comunicación más rápido que el habla señala uno de los poderes más connotados de nuestra mente, al alcance de prácticamente todos los mortales, en un complejo pero relativamente barato aparato electrodoméstico.

Como última consideración y para finalizar este primer capítulo, quiero señalar el hecho de que a pesar de los múltiples vicios que aquejan a la televisión actual y que pueden encontrarse en los múltiples efectos ideológicos, intelectuales, morales y sociales que produce en el público sujeto al hipnotismo de este poderoso medio de difusión colectiva, capaz de proporcionarnos, en nuestro propio hogar imágenes y sonido, comentarios políticos, programas culturales, disparatadas acciones de ciencia ficción, transmisiones directas de ceremonias políticas y sociales, entre otras tantas, es importante señalar, e insistir en las promesas implícitas en el desarrollo tecnológico alcanzado por la televisión, ya que dichas promesas encie-

rran en sí mismas la capacidad de transformarse al ritmo que les impongan los cambios de nuestra sociedad, o las nuevas estructuras que generarán una nueva sociedad, más justa y planificada.

Y esta nueva sociedad se dará el día en que el hombre sea capaz de contribuir en la formación de una nueva conciencia de integración entre los pueblos; el día que los medios de difusión colectiva y quienes laboren en ellos, en todos los niveles y a través de todas las acciones, se apeguen al verdadero compromiso social que impone nuestro tiempo.

"La comunicación es tanta, que quizá ya no valga mucho, a menos que el nuevo valor de la sociedad sea la soledad".

Abraham Moles.

VENTAJAS Y LIMITACIONES DE LA T.V.

ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA TELEVISION.

El volumen de receptores de televisión aumentó en un período relativamente breve, hasta el punto de convertir a este elemento en un importante medio de difusión. Su permanencia en esta posición predominante como medio de entretenimiento e informativo depende de numerosos factores, aunque el gobierno no se preocupe por limitar el poder de las compañías de televisión, particularmente de las cadenas o consorcios como sucede en nuestro país, y los inventos futuros y las innovaciones en este campo pueden suplementar y hasta suplantar a la televisión como medio de difusión. Actualmente, representa una porción elevada de beneficios, que la convierten en un vehículo deseable para transmitir servicios informativos, culturales o de simple entretenimiento.

CARACTERISTICAS DE LA T.V.

- 1.- La televisión ofrece la oportunidad de llegar a numeroso público con un mensaje. Hay aparatos de televisión en más del 95% de las viviendas del medio urbano, y las emisiones tienen la posibilidad de llegar al mismo tiempo a un inmenso auditorio por las cadenas de televisión.

- 2.- Como este medio cuenta con una circulación tan extensa, el costo del mensaje es relativamente bajo, a pesar de los desembolsos que representa en sí.
- 3.- En la televisión caben talentos creativos de toda índole. Sus mensajes pueden entrar por la vista, por el oído, a base de movimiento, color, demostraciones, etc.
- 4.- El mensaje anunciado aparece aislado en la pantalla de televisión. En el momento en que se transmite un mensaje cualquiera, no hay otras comunicaciones competitivas, ni siquiera textos editoriales que puedan distraer la atención del espectador.
- 5.- A diferencia de periódicos y revistas, la televisión puede ser observada por un grupo de personas al mismo tiempo, de modo que un mensaje televisado puede llegar simultáneamente a un número elevado de individuos.
- 6.- La televisión es considerada como un medio personal. Se contempla en el rincón del hogar y, debido al realismo con que se presenta a los personajes y escenas en la pantalla, el público puede identificarse con ellos.
- 7.- Puede lograrse selectividad en el público de televisión de muchas maneras. El día de la semana, la hora

del día, el material de programación. Además, algunos de ellos, como los núcleos sub-urbanos, son más fáciles de alcanzar por televisión que por ningún otro medio.

VENTAJAS DE LA T.V.

a) La T.V. es imperiosamente ABSORBENTE, se apodera de los ojos y los oídos, aprisionando la atención de los espectadores hacia las imágenes móviles que aparecen en un pequeño espacio iluminado, por esta razón la T.V. ha ido modificando el modo de vida y la estructura de muchas familias en el mundo.

Se encuentra siempre al alcance de la mano, COMODAMENTE instalada, no importa que afuera esté lloviendo o el sol esté esplendoroso, tampoco hace falta formar largas colas para conseguir boletos que permitan asistir al espectáculo, o pagar un sobreprecio para conseguir un mejor lugar; en la intimidad de la sala de estar, o en la interioridad de la recámara, se puede fácilmente iniciar la aventura con la televisión.

b) La T.V. es PRODIGA en temas y tipo de programas, cada media hora o cada hora, los canales de T.V. ofrecen programas totalmente diferentes, aventuras, novelas, noticias, deportes, comedias musicales, caricaturas, teleteatros, series diversas,

programas de discusión o información, entre otros.

c) Otra característica importante de este medio de difusión es la ACCESIBILIDAD, que para poder participar de ella no se requiere ninguna preparación específica, prácticamente cualquier persona puede hacer uso de ella, con tan sólo proponérselo.

d) La OPORTUNIDAD, podría ser un atributo de invaluables proporciones, ya que las imágenes se pueden trasladar miles de kilómetros en cuestión de segundos, los hechos se pueden presentar en el mismo momento que ocurren.

e) Otra característica de la T.V. es la ESTIMULACION que produce a través de los programas y seriales, ciertamente niños, jóvenes y adultos buscamos esa estimulación en numerosas formas de diversión, lo mismo al andar en bicicleta que al asistir a cualquier espectáculo, o al mantener diversas relaciones sociales situaciones todas en las que la inversión de tiempo es considerable y en algunas inclusive de elevado costo económico, en este sentido la televisión y sus recursos son inagotables puesto que permiten un ahorro considerable de tiempo y dinero, lo que hace que este medio sea, en sentido amplio ECONOMICO.

f) No escapa a nuestra T.V. otra característica diametralmente opuesta a las que se han señalado y que se encuentra presente en la casi totalidad de los programas dedicados a los niños,

la baja calidad humana, literaria, artística de nuestras series, escritas de prisa, realizadas de igual manera, que frecuentemente muestran una mediocridad muy por debajo del llamado gusto popular.

LIMITACIONES DE LA T.V.

Pero también hay una porción de factores que limita las excelencias de la televisión como medio:

- 1.- El inconveniente principal es su costo. La televisión es cara y requiere un desembolso inicial considerable.
- 2.- Lo mismo que los demás medios electrónicos, los mensajes televisados son fugaces y breves. La presentación física del mensaje se desvanece después de haber sido visto, y sólo puede retenerse a base de repetirlo.
- 3.- En televisión se usa tiempo (en cambio, espacio en los medios impresos). Esto da pie a una porción de problemas. En primer lugar el tiempo de que puede disponerse para ver televisión son las 24 horas del día. Pero hay limitaciones que obedecen a los hábitos televisuales del público, puesto que, por ejemplo, son pocos los individuos que observan la televisión durante las primeras horas de la mañana o en plena noche. El tiempo que más

se dedica a la televisión por parte del público es el del fin del día y primeras horas de la noche, y la estructura de las afiliadas a las cadenas de televisión, han puesto límite a este tiempo preferido.

4.- No deja de ser un inconveniente, aunque ya hemos dicho sus ventajas, el que si el mensaje no la atrae por él mismo, no hay fuerza que impida al observador sentir deseos de desconectar el aparato, abandonar la habitación y pasar completamente por alto el mensaje.

5.- Las capacidades creativas de la televisión han inducido a creativos a diseñar mensajes extraordinarios, nada interesantes y sin originalidad.

6.- El volumen de público de la televisión no puede ser comprobado ni garantizado, es difícil de calcular y está sometido a errores de medición.

Al respecto el sociólogo Gabriel Careaga dice que:

"El imperialismo estadounidense contemporáneo se expresa sobre todo a través de medios masivos de difusión, que proyectan e imponen un estilo de vida. Una mentalidad proyectada e impuesta sobre todo al hombre de clase media, lo cual se muestra en la fascinación con la que se ve a toda la sociedad de consumo norteamericana como un estilo social ideal, apetecible; ve asom-

brado la cantidad de cosas que ofrece la cultura de la metrópoli a través de sus anuncios de autos, ropa, aparatos eléctricos, series de películas, viajes". (14)

Y parece que hubiera un perfecto acuerdo entre el mundo publicitario y el que se presenta en los programas más o menos dramáticos y con tanta frecuencia involuntariamente cómicos. Si un ser extraterrestre contemplara una de las jornadas mexicanas de televisión, pensaría que el mundo todo vivía cuando menos económicamente, en la mejor de las situaciones. La pobreza sólo aparece en los episodios de T.V. como dato fugaz, nunca como el estado en el que vive la mayor parte de los habitantes de nuestro universo.

Si un dramaturgo malicioso hubiera decidido degradar y enloquecer al ambiente mexicano, no hubiera ideado cosa mejor que hacer los programas de televisión que se proyectan aquí y luego entregar televisores a los pobres y a los miserables. Se ha logrado así una enorme masa de maltratados soliviantados constantemente hacia un mundo que si no puede ser para todos no debería de ser para ninguno.

(14) CAREAGA GABRIEL. Mitos y Fantasías de la clase media en México. México, Edit. J. Mortiz, 1980, p 63.

De repente se suspende este tipo de espectáculo para dejar paso a otro, no menos remoto pues en él se sigue viendo un ambiente y un tipo de vida que no alcanzarán jamás las tres cuartas partes de los que contemplan la singular pantalla iridiscente. En este nuevo panorama se nos invita a ir a disfrutar de un majestuoso hotel acapulqueño, o bien a ir a contemplar las maravillas que natura o la mano del hombre, y complicadas y asombrosas técnicas, han podido crear en los Estados Unidos, pero en lo que más se insiste, cuando se nos aparta de ver a un policía a punto de ser asesinado, es en que bebamos o fumemos. En este campo al televidente se le ofrecen- envueltas en ambientes lujosísimos- varias oportunidades. Por lo que toca al beber se le incita para que adquiriera brandy, vodka, whisky, ron, coñac. En lo que respecta al cigarrillo, los persuadores son hombres hermosos de tipo nórdico, bigote rubio, sombrero texano, caballeros en corceles estatuarios contemplan llanuras en las que se mueven robustas reses vacunas que forman rebaños innumerables para impulsarnos al uso del tabaco, en los que contemplamos grupos de jóvenes con evidente buen pasar económico que muestran que bien se complementa la elegancia, el buen vivir y la compañía de chicas hechiceras, con el fumar cigarrillos.

Puede pensarse que los adultos podrían defenderse de estas sirenas publicitarias que fuerzan a un pueblo miserable

al consumo de productos que no sólo no necesita, sino que lo envenenan. Pero el buen publicista, sabe de sobra que en las redes publicitarias cae inclusive el hombre de criterio sólido, con cuánta más razón los niños, a los que se les invita, en cierta forma, se les compele a ingerir golosinas y aguas de sabores excesivamente costosas, si relacionamos su precio con la presunta capacidad nutritiva.

Son muchas las ofertas para el que trata de ver un programa de televisión, muebles, cerveza, terrenos, condominios, insecticidas, ropa, ... Y en todo ello hay un común denominador, la presentación de una vida fastuosa, inalcanzable para la abrumadora mayoría de los que ven televisión.

Miguel Alemán Velasco, ejecutivo de la empresa Televisa, en una conferencia patrocinada por la ANAM en junio de 1966 aseveró que "es innegable que la publicidad, tanto en su aspecto de anuncio mismo como en el de los programas que hace posibles, influencia constante y abrumadoramente en el ciudadano común, entre más bajo su nivel cultural, mayor el grado de influencia"; concluyó el empresario.

Cuando uno ve la televisión privada y luego dirige la vista hacia el televisor gubernamental, se advierte, con frecuencia la misma aspiración para crear un balance financie-

ro favorable, con abandono de un programa nacional que tomara en cuenta, no sólo la necesidad de hacer productiva a la televisora, sino la indispensable prioridad de servir al país, a quienes lo pueblan. Así y todo, es indudable que en el canal oficial hay una evidente preocupación social y un esfuerzo, -seguramente aún no logrado- para convertir este medio en un estímulo para la educación y el mejoramiento general de nuestro ambiente. Lo importante sería que se pudiera decir esto de todos los canales televisores que disfrutan de una concesión gubernamental que merecería un uso más social, más civil, de verdadero servicio a la comunidad.

La publicidad que recibimos por medio de la televisión es básicamente transnacional y copiada de los centros industriales contemporáneos, por lo que presenta mundos imaginarios, una realidad social distinta en todo al modo de vida latinoamericano, al que cotidianamente nos enfrentamos.

Niños y jóvenes se influyen de la publicidad que funciona como escuela paralela, así la T.V. impone sus modelos comerciales consumistas, sin control democrático ni análisis social.

Las aspiraciones que la T.V. presenta, no corresponden a las grandes necesidades de nuestro país.

La publicidad influye a nivel económico, ideológico y cultural.

Juan Somavia asevera que cuando el niño apaga la televisión y empieza a mirar su mundo real, resulta que ese de la T.V. no existe, con lo que comienza a preguntarse: ¿Cuál será el mundo real, éste que presenta la publicidad y los distintos programas que veo o ese otro que veo por la calle?

"El público tiene una curiosidad
insaciable por saberlo todo,
excepto lo que es digno de saberse".

Oscar Wilde.

TELEVISION Y PUBLICIDAD.

TELEVISION Y PUBLICIDAD

En los últimos años, una serie de hechos han convertido la televisión en uno de los más importantes medios publicitarios. Algunos de ellos son consecuencia de la propia evolución en grandes series, precisa garantizarse de antemano una demanda para sus productos.

Los datos contenidos en el párrafo anterior me obligan a hacer referencia a la publicidad comercial a que ha estado expuesta la sociedad.

Desde el nacimiento de la televisión se mostró ésta como aliada fiel del capitalismo monopolista y con ella la publicidad se convirtió en su elemento principal de manutención.

La publicidad en la televisión influye por decirlo así en la sociedad en un doble aspecto: por una parte utiliza este medio de comunicación para presionar a los consumidores, y por otra, y debido a su decisiva aportación económica al sistema, es un factor de presión sobre este medio. De esta manera la publicidad en la televisión se ha convertido en un monstruo autoritario que invade todos los momentos de la vida humana y que ejerce las formas más refinadas de control y de manipulación psicológica en la sociedad de nuestro tiempo.

La publicidad comercial, al igual que la propaganda política emitidas por la televisión, se infiltran no sólo en nuestra experiencia de la realidad, sino también en nuestra experiencia de nosotros mismos. Nos impone nuevas identidades, patrones de conducta y un repertorio de aspiraciones que aumentan nuestro conformismo y anulan nuestra capacidad de defensa ante los embates del sistema irracional y enajenante.

La publicidad en la televisión tiene también otro propósito exclusivo, que es, el de aumentar las ventas de las grandes compañías comerciales. Para lograrlo no repara en medios, estupidiza al público con sus anuncios repetitivos, anula las formas de pensamiento con el autoritarismo de sus mensajes y destroza las identidades individuales y nacionales con el objeto de lograr la uniformidad del público consumidor y su "robotización", fenómeno que lo convertirá en un "algo" permanentemente insatisfecho que llena sus vacíos con los objetos fugaces que la televisión le obliga a adquirir.

En los Estados Unidos, y en un buen número de países de América Latina, la televisión representa uno de los más grandes monopolios que se encuentra en las manos de los intereses privados y sirve de una manera primordial a la publicidad comercial.

En el caso de la televisión en nuestro país, al fenómeno de la publicidad comercial se agrega el hecho de que la mayor parte de los programas se originan en los Estados Unidos. Lo que hace que la televisión sea un importante instrumento de penetración de la ideología de Norteamérica y represente los aspectos más negativos de nuestra dependencia cultural. Por otra parte los programas norteamericanos difundidos en México refuerzan los patrones de conducta y los modelos impuestos por la ideología burguesa del capitalismo, y las organizaciones transnacionales de publicidad dedican sus campañas a la promoción de los bienes de consumo producidos por sus colegas, las otras empresas transnacionales.

Por lo que los especialistas en publicidad televisiva no únicamente se limitan a estudiar la influencia global de televisión en la sociedad, sino que también han de analizar las formas con las que la televisión penetra en los distintos grupos sociales, para obtener así, con las nuevas técnicas publicitarias, modificaciones en la conducta de la sociedad, tendientes a uniformar los patrones de conducta de la ideología burguesa norteamericana.

"Parece que los programas emitidos por la televisión pueden cumplir un primer objetivo de promoción de la cultura.

Temas como la historia del propio país, menos centrada en los acontecimientos que la distinguen del resto de la comunidad internacional que en los unificadores, en tanto exponente de una cultura común tales como: literatura, música, arquitectura y pintura, pueden encontrar una vía perfecta a través de la televisión". (15)

Justamente con el progreso tecnológico y como consecuencia de los medios de comunicación social que ese progreso ha puesto en vigoroso predominio, nos hallamos hoy en día en lo que se llama ya "cultura de la imagen", en la cual la televisión juega el importante papel de influir a la sociedad.

Durante largos siglos, los hombres hemos vivido culturalmente de la palabra hablada y del signo escrito, Mas en la actualidad nos encontramos ante otro tipo de cultura.

La cultura del sonido puro, es decir la independiente de toda literatura escrita. referente a esto es importante recordar que, en la práctica, para muchos pueblos, o para gran parte de la masa de los hombres, es como si no hubiera existido otra, ya que no han aprendido a vivir de lo escrito.

(15)

La Televisión, Barcelona, Salvat Editores, S.A.
1978, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, p 96

El fenómeno que en la actualidad estamos viviendo y el cual afecta seriamente a nuestro país es: que la gran masa, y sobre todo, donde hay grandes índices de analfabetismo, están alejados de los sistemas de educación; sus alternativas de información se dan a través de la televisión.

Y la pregunta a este respecto es: ¿Qué reacciones interiores puede producir la televisión en inteligencias influidas culturalmente por el lenguaje de la palabra hablada?

Creo que este tipo de cultura de imagen que transmite la televisión corre el riesgo de atrofiar la inteligencia de la masa humana, al eliminar esfuerzos y suscitar atractivos artificiales que tienden a configurar el interior del hombre cual si fuesen módulos y los exponen a reducirse a juguete de las modas pasajeras, de novedades inconscientes o, lo que es peor, a ser víctimas de intereses muy concretos y dirigidos. Por esto es que la televisión al participar en política, cultura, literatura, etc. tiende a captar adictos por ese camino del halago sentimental y contribuye junto con el sistema que la sostiene, a forjar una sociedad inestable, sensual, superficial.

¿Podría la televisión ser un instrumento cultural?.

Yo siempre he pretendido lo contrario, lo que se conoce como

emisión cultural solamente puede aportar algo al espectador que hace un esfuerzo reflexivo. En las escuelas vemos que los jóvenes que siguen los programas de televisión acostumbran conocer muchas cosas. Sin embargo, en general nunca las profundizan. No hay culturización sin esfuerzo individual". (16)

La supuesta cultura que transmite la televisión, es una cultura fundamentalmente imaginativa dado que requiere en sí misma de una interpretación por parte de quien la recibe.

La cultura propia de la televisión corre el peligro de centrarse más en evasiones que en contenidos de hondura y toma por lo tanto un carácter de transitoriedad.

En la televisión, la imagen tendrá que resultar más atractiva que la reflexión. Por eso la cultura de imagen tiende más hacia el agrado y valora poco las conciencias totales de los propios actos. Hasta podrá decirse que al estar sentados frente a nuestro televisor la vida se nos hace más fugaz y pasajera, más flexible, y menos preocupada por las ideas que por los hechos concretos. Por lo que cabe hacer la afirmación de que este tipo de cultura de imagen abre el camino

(16) Ibidem p 12

hacia una tipificación de la vida; en definitiva, a la anulación de la personalidad definida y enérgica.

De aquí el miedo, frecuentemente manifiesto en los hombres sometidos a la influencia de la televisión, para todo lo que sea compromiso y vinculación exigente.

La gran mayoría de la sociedad de hoy, sometida a la influencia de la televisión, no quiere ataduras o quedar ligada por las propias decisiones de un momento, por preferir centrar en exclusiva la atención en el propio gusto sensorial.

En el tele-espectador resalta el yo sobre lo colectivo, en unos aspectos, mas, a la hora de la verdad, se impone lo colectivo sobre la propia libertad. Por esto, cuando tratamos de analizar las actitudes, comportamientos y gusto de nuestra sociedad moderna debemos percatarnos de estas circunstancias, hacia las que empujan en gran medida la supuesta cultura de imagen que emite la televisión.

"Las comunicaciones hoy día se hacen a nivel masivo, instantáneo y heterogéneo, lo que provoca una pérdida del control sobre la información, pues sólo el emisor conoce a ciencia cierta su contenido y su intención". (17)

(17) "LOS REGULADORES DE LA INFORMACION". México, Revista Expansión Vol. XII 305, 10 dic. 1980, p 94

"La Pantalla es un territorio que
ningún poeta ha colonizado".

Octavio Paz.

TELEVISION Y EDUCACION.

TELEVISION Y EDUCACION.

La televisión no puede renunciar a la tarea de ser un instrumento de la educación, ya que pertenece necesariamente a una de las tantas manifestaciones de la revolución cultural que actualmente se registra a nivel mundial.

La televisión ofrece una multiplicidad de componentes, que pueden convertirse en puntos de partida para nuevos usos del medio, algunos de los cuales serán de interés para las tareas de la educación.

La televisión de hoy presenta, en todas partes, simultáneamente, paisajes y obras de arte, los trabajos y los juegos deportivos, la política y la ciencia, las grandes tragedias del mundo contemporáneo, así como los momentos más relevantes del desarrollo, los conflictos entre un sistema social capitalista y otro socialista, los intentos por el desarme o los conflictos sociales del Medio Oriente o Centroamérica.

El carácter directo e instantáneo de la transmisión hace de cada hombre el ciudadano de un mundo amplio, el testigo de los acontecimientos por más lejanos que se registren, el vecino de todos los hombres.

Mc. Luhan apunta que "El hombre letrado sueña, natural-

mente, en soluciones visuales para los problemas de las diferencias humanas". (18)

Aunque algunas de las consideraciones anteriores son verdaderas ventajas de la televisión, en el campo educativo, este medio de difusión colectiva tiene mucho que dar, ya que los poderes de difusión son prácticamente ilimitados; van desde la simple retrasmisión de un curso o un film, hasta el espectáculo especialmente elaborado con fines pedagógicos en un estudio, un teatro, un local cualquiera o al aire libre; una clase por televisión puede llegar por ejemplo a 25,000,000 de personas al mismo tiempo.

La televisión debe cumplir la función social de extender la enseñanza a sectores relegados e incluso también a nuevas capas de la población. La televisión podría ser llamada por el Estado a atender la formación de los cuadros científicos y técnicos necesarios para el progreso del país, encaminando su programación hacia recuperación escolar, promoción superior del trabajo, la capacitación y el adiestramiento.

Las emisiones escolares deberán tener como finalidad el proveer del documento inaccesible por otro medio, aportar al

(18) MC. LUHAN MARSHALL. Los medios como extensiones del hombre. México, Edit. Diana, 1973, p 377

maestro la colaboración de los mejores especialistas, buscar en toda ocasión el documento más reciente, de actualidad, que son las únicas posibilidades que dan al niño y al adolescente el sentimiento de pertenecer al mundo y los conduce a adquirir conciencia de sus responsabilidades, ubicándolos política y socialmente en el mundo.

La pequeña pantalla, a pesar de sus dimensiones reducidas, acerca instantáneamente a la realidad al niño, el alumno de la última fila participa en el instante decisivo de la experiencia científica, toda la clase capta la expresión fugaz de un rostro.

Se puede generalizar la premisa de que el telespectador niño principalmente aunque también el adulto creen en la realidad que les presentan las imágenes televisivas.

La aparición de la televisión como nuevo medio de difusión colectiva no cabe duda que ha provocado una revolución de las costumbres de los pueblos. Poseer un aparato de televisión en casa equivale a tener acceso audiovisual a todo aquello que sucede en el mundo. La televisión lleva información y entretenimiento a domicilio. Convenientemente orientado el nuevo medio, como los demás, cumple una alta misión cultural y educativa. La T.V. en su aspecto cultural, debería de funcionar

como un medio de educación y concientización del individuo.

La T.V. cultural aunque limitada en su producción tiene todavía mucho camino por recorrer.

Dado el predominio de las emisiones de carácter comercial, la televisión, como medio educativo, ha evolucionado con lentitud.

"Estudios efectuados en Canadá, sobre el aprendizaje fortuito de menores a través de los programas de televisión reveló que, al ingresar en la escuela, los niños procedentes de poblaciones que contaban con televisión aventajaban en un año, en cuanto a la extensión de su vocabulario; a aquellos de comunidades a las que aún no había llegado la televisión. Esta diferencia, sin embargo, desaparecía en años ulteriores. Después de los doce años, sólo los niños más retrasados continuaban apegados a la televisión, en tanto que los más inteligentes recurrían cada vez más a la lectura." (19)

"Los psicólogos se muestran profundamente interesados en esta cuestión, ya que estudios sobre la conducta humana han

(19) SCHRAMM WILBUR. La Ciencia de la Comunicación Humana.
México, Edit. Roble, 1972, p 132

demostrado que donde quiera que la televisión se encuentra al alcance de los niños durante cierto número de horas al día, ésta absorbe la mayor parte del tiempo libre de los mismos. Los televidentes de seis a diez y seis años, en cualquiera de los países en que la televisión puede verse por tiempo prolongado, pasan frente a un receptor de 6 a 12 horas diarias durante los doce años de su educación escolar.⁶ (20)

En los Estados Unidos, "Sesame Street", una serie que principió en noviembre de 1969, destinada al desarrollo del lenguaje, del raciocinio y de las nociones aritméticas elementales en niños de edad preescolar, especialmente procedentes de los barrios, cuenta actualmente con un auditorio de cien millones de niños aproximadamente, y es ya famosa por sus grandes logros. El Director de investigación, Dr. Edward Palmer, del Children's Television Workshop, descubrió en una evaluación preliminar que los niños de tres, cuatro y cinco años de edad, que asisten tres veces por semana a centros especiales para el cuidado de niños de familias pobres en Miami, Nueva York, y Tennessee, mejoraron en un nueve por ciento su habilidad de reconocer las letras, después de haber seguido regularmente el programa durante

(20) Ibidem

seis semanas, en comparación con el tres por ciento alcanzado en esos mismos centros por los niños que no veían la serie.

"La serie Sesame Street, por ejemplo, fue realizada por los expertos de la fundación Ford junto a la Cornegie, la Oficina de Educación de Estados Unidos y otros organismos gubernamentales (. . .) Resumiendo la discusión de los objetivos del curriculum para América Latina, fue acordado que las categorías de objetivos utilizados en Estados Unidos, podrían ser utilizables para América Latina, pero que el contenido educacional y los motivos de entretenimiento, debían ser diseñados para reflejar la vida y actitudes de los latinoamericanos. Fue sugerido específicamente que se ocupara menos tiempo en la enseñanza de las letras y más tiempo a metas como el yo, papeles sociales e interacción social". (21)

El teleauditorio infantil consiguió asimismo reconocer los números con más rapidez, así como mejorar su capacidad de selección.

En contraste con los Estados Unidos, donde ha predominado la televisión de carácter comercial, en Europa suele dárseles mucha más importancia a los programas culturales y educativos. En un cálculo reciente se estima que más de la mi-

(21) MATTELART ARMAND. La cultura como empresa multinacional México, Edit. Era, 1976 p 89

tad de los programas de la televisión británica están consagrados a asuntos de alto nivel intelectual. La estación BBC, entidad autónoma que opera como un servicio público, obtiene su ingreso de impuestos equivalentes a catorce dólares, que deben pagar todos los propietarios de aparatos de radio y televisión. Existe además una red comercial operada por la Independent Television Authority, que consagra aproximadamente el 40% de su tiempo a difundir programas de verdadero interés educativo, intelectual o cultural.

En Italia, la red de televisión que existe controlada por el gobierno ha ganado fama internacional por su serie de temas llamado "Telescuela", el primer programa de divulgación de temas educativos, que principió hace más de diez años. "Telescuela" introdujo, además un programa para eliminar el analfabetismo entre adultos, a quienes se congregaba en pequeños grupos, debido a que, por su situación económica, muy pocos entre ellos poseían aparatos de televisión.

Los programas de la Unión Soviética llegan a la mitad de la población a través de casi cien estaciones vinculadas a la red oficial. Casi todas las estaciones operan sólo un canal, a excepción de Moscú, Kiev y Riga, donde existen dos. La televisión central de Moscú consagra un 22% de su tiempo a la

exhibición de películas, 19% al teatro y la literatura, 18% a la música, 17% a las noticias, 14% a programas para niños y jóvenes, y el restante a temas socio-políticos. En el Departamento de Comunicaciones de la Universidad de Stanford se afirma que en los países pobres la televisión suple al maestro en regiones suburbanas y rurales. Además, las minorías escolarizadas complementan su educación por la fuerte influencia de la televisión, de esta manera, la televisión contribuye a la educación extraescolar. (22)

En México se destinan 90 horas semanales a la educación extraescolar a través de la T.V.; 52 son producidas en Estados Unidos, se destinan 67 horas a programas de violencia.

Siendo México uno de esos países pobres, es interesante el hecho de que si la televisión es educativa en cuanto crea modelos de imitación, refuerza valores y, por ejemplo en el caso de Plaza Sésamo, el niño aprende a leer y a contar. En el caso de la televisión mexicana, opino que más que educativa, es informativa, porque definitivamente lo que se presenta no es un tipo de educación, sino una comunicación unilateral.

"La familia y la escuela llevan a cabo una importante

(22) SALVAT EDITORES. Op Cit, pp 46-66

acción educativa, pero también los medios de difusión, es decir el radio, los periódicos y revistas, el cine y la televisión, ejercen una influencia en las creencias, actitudes y conductas de grandes sectores de la población". (23)

Para que los programas educativos pudieran funcionar efectivamente, se tendría que empezar por estudiar a quienes van dirigidos, es decir a qué clase de público, llegan y cómo están dirigidos, para que se les diera el mayor aprovechamiento posible. Y un aspecto que creo importante es el de que se tenga un poco más de iniciativa, por parte de la gente que se ocupa de los medios de comunicación con respecto a la educación, ya que si se siguen copiando nunca van a dar resultado, puesto que esos programas que se copian van dirigidos a un número especial de gentes que desde luego no serán las mismas a las que se les quiere mostrar aquí.

Sin embargo, la televisión puede servir como un medio educativo. El aumento de la población escolar ha encontrado en la televisión a un aliado. Las emisiones de la televisión educativa pueden ser complementarias o sustitutivas de la escuela. Las primeras son aquellas que vienen a ampliar la propia actividad escolar, completando las clases y las materias que el niño recibe en la escuela. Se pueden presentar problemas como

(23) CONAPO. La T.V. y los niños. México, 1980, p 15

los horarios que no coinciden, alteraciones a los dictados del profesor o las materias que pudieran diferir con las enseñadas por el maestro. Sin embargo corresponde esta labor de coordinación a las emisoras con sus respectivos maestros y a los maestros de las escuelas. Las segundas, llamadas sustitutivas, trabajan por medio de circuitos cerrados que permiten una mejor asimilación de las nuevas técnicas en las respectivas materias. En estas, realmente se logra el cometido de comunicar, ya que existe el diálogo con el maestro después de la emisión, en las otras se pierde este sentido.

"La T.V. proporciona la primera oportunidad en la que puede contemplarse la educación con un alto rendimiento. La relación entre el tiempo consumido para el aprendizaje y la cantidad de enseñanza adquirida mostrará que, gracias a la enorme velocidad de la luz, puede alcanzarse mucho más en cada unidad de tiempo". (24)

Por otra parte la televisión puede ser cultural, todo depende de la real importancia de los programas exhibidos. Los documentales con una buena fotografía y textos adecuados pueden documentar bastante al niño. Una actitud crítica por parte de los noticiarios y en general en las emisiones ayudaría a hacer de la televisión un medio educativo, de manera que los

(24) GATTEGNO GALEB. Op cit, p 22

programas sean más accesibles a los escolares, el conocimiento transmitido se generaliza, lo que en cierto sentido se opone al creciente deseo de individualización de la enseñanza de acuerdo con las características temperamentales y de capacidad de cada niño.

"La educación es el intento de algunos para ofrecer a otros, o a uno mismo, el significado que ayudará al proceso de darle sentido a la relación personal con uno mismo y con los diversos universos que nos rodean". (25)

Un tema de gran importancia en la vida, del que en la familia difícilmente se habla, y que en cambio en la televisión se presenta con gran frecuencia, es el tema de la sexualidad.

Por eso es tan importante el papel de la televisión en la educación sexual, ya que presenta a sus espectadores, sin decirlo explícitamente, modelos de hombre y mujer, de pareja y de familia, de conductas y actitudes relativas a la procreación y a la educación de los hijos. ¿Cuándo nos hemos preguntado si esos modelos corresponden a los que nosotros deseamos como personas y como país? ¿Cuántos programas entran en nuestra casa trayendo ideas ajenas a nuestro modo de ser actual o al que quisiéramos tener?.

(25) Ibidem, p 19

Los modelos presentados por la televisión no constituyen ejemplos a imitar ni presentan ordinariamente opciones para llegar a una sociedad en que las relaciones entre la mujer y el hombre estén basadas en la equidad, la familia se organice respetando a cada uno de sus miembros, y las parejas sean conscientes y responsables en lo que se refiere a la procreación. Esto tiene particular importancia en el caso de los niños si quedan expuestos sin defensa a los mensajes difundidos por la televisión. Sin embargo, la T.V. es una realidad que existe, que no va a desaparecer y que no hay que considerar como puramente negativa. Más bien hay que aprender a usarla. Si se seleccionan acertadamente los programas, es una extraordinaria fuente de información, que puede provocar el diálogo y facilitar el intercambio entre los miembros de la familia.

"No cabe duda que los niños pueden
aprender, y de hecho aprenden de la T.V."

James D. Halloran

EL NIÑO Y LA T. V.

EL NIÑO Y LA T.V.

Los niños comúnmente eligen los programas que más les divierten, pero en gran medida existe la tendencia a ver los programas hechos para adultos, esto representa un cierto interés e inclinación hacia la búsqueda de violencia en la televisión y por consecuencia en la diversión y entretenimiento.

Hay que tomar en cuenta que los niños seleccionan dentro de las opciones de la programación, los suyos propios, lo cual nos indica que de alguna manera el niño se identifica y canaliza sus ideas, e inquietudes a través de la televisión.

El niño utiliza la televisión como una de las fuentes más ricas y potenciales de la que saca los materiales adecuados para organizar e interpretar sus experiencias.

Galeb Gattegno, dice al respecto que "debemos tomar a los televidentes como lo que son, seres humanos complejos, capaces de una educación indefinidamente renovable, que los lleve de un área de experiencia a otra, en el curso de la cual el individuo primero reconoce cómo usar la parte de uno mismo que ya está dominada para darle sentido a la nueva experiencia y luego fundirla para dar paso a un nuevo registro, con lo cual da a su sistema un nuevo campo, y continúa haciendo esto hasta que se encuentra renovado". (26)

(26) GATTEGNO GALEB. Op cit., p 49

La preocupación más persistente se centra en los peligros que la televisión puede transmitir a los niños (que son la futura sociedad) pues es difícil protegerlos del contacto con el crimen y la violencia que desde pequeños captan por televisión. Son en tal forma presentados estos aspectos (crimen y violencia), que acaban por verse como algo normal que no tiene nada de extraordinario sino al contrario, los niños tienden a imitar lo que ven al aprender las técnicas del crimen desde pequeños, de grandes, podrán tener disposiciones latentes para ejercitarlas. Lo que el niño asimile de la televisión depende de sus características y tendencias.

En el campo educacional los padres y maestros no pueden impedir que los niños y jóvenes llenen su mente con cosas del mundo de los adultos que por medio de la televisión ven.

La comunicación personal que el niño tiene dentro de la estructura familiar con sus padres y hermanos, y en la escuela con maestros y compañeros le desarrolla más su inteligencia y le da más alternativas de desarrollo que los mensajes de la televisión.

En ningún momento se puede poner en duda el hecho de que la T.V. es sumamente importante en la vida de los niños, ya que es considerablemente alto el tiempo que le dedican a ella.

"La T.V. por su presencia continua en el hogar, y por lo vívido de sus mensajes visuales y sonoros ocupa un lugar importante en la educación de los niños, sus historias y personajes defienden insistentemente lo que es deseable, exitoso, satisfactorio e importante. De esa manera puede influir poderosamente en la mente de sus espectadores, especialmente en los niños" (27)

Habrá que preguntarnos ¿Es la T.V. efectivamente dañina a los niños? en particular, ¿Tiene algo que ver en la delincuencia juvenil?. La violencia en algunos programas de T.V. ¿Hace que los niños se comporten en forma más violenta? ¿Existen algunas clases de niños para los cuales es más probable que tenga la T.V. malos efectos?

Hace sólo poco más de una década que el aparato de T.V. se convirtió en parte del mensaje de casi todas las casas mexicanas. En este corto tiempo la T.V. ha producido grandes cambios en la vida de los niños. Cuando se inició la T.V. se tenían grandes esperanzas y grandes temores acerca de lo que serían sus efectos. Los optimistas creían que educaría a los niños en el sentido más amplio posible, dándoles una oportunidad para aprender acerca de la ciencia y sobre de la vida humana en otras tierras, en una forma tan fascinante que el proceso de aprender sería una diversión en lugar de un trabajo. Los pesimistas se preocupaban

(27) LA T.V. Y LOS NIÑOS. Op cit p 15

sobre si demasiaJa T.V. dañaría a los niños, si los retiraría del juego activo y si los corromperia, al mostrar demasiado crimen y violencia y si se afectaría en el estudio y el aprendizaje de las materias escolares.

¿Cuál de estas tesis es la real y verdadera?

Pude observar que los programas infantiles que transmite la T. V. mexicana suelen ser francamente, alarmantes. No es para menos; frente a los pequeños televidentes mexicanos, son transmitidas toda clase de emisiones que los inclina a vivir según los valores de la sociedad capitalista, que producen las series de T.V. incluso los niños se interesan y ven los comerciales con inquietud, tanto por su contenido (cigarros, bebidas alcohólicas, viajes, alimentos, juguetes, objetos diversos), como porque esta información les brinda oportunidades de aprendizaje de sí mismos y de su entorno cultural y social.

Los padres permiten, en una forma casi siempre indiscriminada, que sus hijos vean T.V. porque ésta es ya una costumbre establecida y, además, por comodidad es más fácil tener a los niños hipnotizados frente al televisor, que estar soportando la algarabía de sus juegos infantiles a tener con ellos una comunicación directa. Además, a los niños les encanta ver la T.V.

Para ellos es una diversión casi obligatoria, igual que para

los adultos, quienes la prefieren a otras actividades. Ir a la escuela, por ejemplo, significa para los niños, una imposición, en cambio ver la T.V. es algo voluntario que se realiza con gusto.

La T.V. es la mejor forma de ocupar el tiempo libre, con el ocio disfrutado con la T.V. se vive una vida a menudo más rica que la propia existencia: actualmente las distracciones vienen a engendrar en un sentido nuevo, el ocio como plenitud de existencia.

Eleanor Mc. Coby establece que "mientras más tiempo pasa un niño frente al televisor se encuentra más propenso a expresar impulsos agresivos". (28)

A través de un análisis del contenido de la programación infantil se observó que en promedio el niño percibe cuando menos quince escenas violentas por cada hora de transmisión, tal situación se torna dramática si consideramos que un pequeño permanece ligado al televisor cuando menos tres horas diarias, esto se traduce a 315 escenas semanales violentas, 16,380 anuales, lo que propicia que el pequeño prácticamente se familiarice con la violencia y agresividad, ya que además de la T.V., el niño capta la violencia de su medio ambiente familiar y social. Definitivamente estos patrones los irá adoptando poco a poco su personalidad en formación, aunque la influencia es variable, no

(28) MC.COBY ELEANOR. "Los efectos de la T.V. en los niños". en la ciencia de la comunicación humana. de Wilbur Schramm. México, Edit. Roble, 1972, pp 125-136

se puede llegar a precisar una medida exacta.

En cierto sentido la influencia es única para cada niño. No por los efectos que la T.V. produce la vamos a condenar para siempre, existe y se desarrolla, evoluciona y se sofistica. debemos enfatizar en los infantes el cómo usarla para que sea útil y positiva.

"Los niños aprenden mientras siguen el espectáculo que les ofrece la T.V. y cuando han sido presentados con condiciones apropiadas más tarde llevarán a cabo las mismas acciones que vieron en la pantalla". (29)

A los niños se les enseña desde pequeños a estar conformes con el papel que se les ha asignado en el sistema social y a utilizar a la T.V. como catalizador de sus problemas y frustraciones; ahí un error craso, es necesario cambiar las alternativas de uso.

Con la T.V., se reemplaza la intimidad por el contacto continuo con el mundo exterior. Mc. Luhan ha insistido mucho sobre este punto de la aldea global. Ahora los niños ya no necesitan jugar al aire libre, porque les bastan los programas que muestran cómo es el campo. Los niños que ven T.V. hablan de los elefantes como si tuvieran uno en su casa, están familiarizados

(29) SCHRAMM WILBUR. Op cit ,

casi con todo, pero no conocen nada a fondo; son hipersensibles al bombardeo de la información a que los somete la T.V., pero esa misma dispersión de datos no les permite hacer juicios de valor. La T.V. misma les dice qué es bueno y qué no lo es. Los niños, por eso, son distintos a sus padres. En doce años, un niño vive casi cinco veces la vida que vivió cualquiera de sus padres o sus abuelos debido a la cantidad de información y experiencias televisadas que asimila: cuando el niño empieza a recibir la influencia de la información visual, su desarrollo psíquico se efectúa en condiciones que no corresponden a las etapas naturales por las que pasaron sus mayores. El niño nos parece hoy en un sentido amplio un ^{*}adulto chiquito^{*}, exige como uno de sus derechos más elementales que le permitan ver T.V. todas las tardes. Es patético observar a un grupo de niños mientras contemplan la T.V. La mayoría de las veces quedan estáticos frente a ella, inmóviles, parece que no pierden detalle de lo que sucede en la pantalla, en ocasiones ríen o gritan frente al televisor, como si estuvieran conversando con una persona. Esta impresión es definitiva cuando le gritan al televisor o lo golpean, cuando no están de acuerdo con las escenas que transmiten. Todas sus reacciones están condicionadas por la programación que las estaciones televisoras programan para ello. El niño sufre de hipnosis frente a la T.V., corre peligro de un grave pernice, la despersonalización y su masificación.

Los productores de T.V. condicionan las actitudes y costumbres de sus pequeños televidentes, los niños son siempre dirigidos por los mayores, paternalmente para que se diviertan. Los niños acostumbrados a ver siempre el mismo tipo de programas, exigen las caricaturas, las emisiones educativas y los cursos de siempre. Algunos productores de T.V. han llegado a decir que eso prueba que las emisiones son adecuadas porque los niños las exigen. Lo que ocurre es que se les ha condicionado para consumir el mismo tipo de programas y por eso están acostumbrados a pedirlos.

Fernando Wagner, no obstante, opina que "los programas de T.V. tienen que ser populares, corresponder al nivel intelectual y educativo medio de la población respectiva, el peligro, obviamente, consiste en que no solamente no se trata de elevar sino ni siquiera de mantener este nivel medio, ya sea por comodidad o ignorancia de los productores que desprecian la capacidad intelectual media del televidente, superior a lo que generalmente creemos". (30)

Los programas infantiles como todos los demás, son una mercancía que se vende según las reglas de la sociedad de consumo. Aún cuando los programas ya han sido transmitidos otra vez, son disfrutados por los niños. Es muy frecuente, especialmente

(30) WAGNER FERNANDO. La televisión, Nueva Colección Labor, México, Edit. Labor, 1972, p 22

en los programas infantiles, que los capítulos de una serie sean repetidos tres o cuatro veces, los niños casi nunca protestan por esto, al contrario, muchas veces manifiestan más regocijo por ver un capítulo que ya conocen, que por uno nuevo.

El ocio empleado en ver T.V. se convierte muy frecuentemente en los niños en una actividad esencial para vivir, los pequeños diariamente buscan entretenimiento y diversión en la pantalla.

El Consejo Nacional de Población (CONAPO) establece que muchas son las consecuencias nocivas que afectan al niño que está sujeto a prolongados períodos frente a la T.V. Entre las principales repercusiones se puede mencionar: cansancio, asombro y complejidad, miedo angustia, temor, insensibilidad, apatía y pasividad, dispersión de conocimientos, asombro frente a escenas violentas que superan su grado de madurez, desinterés por cualquier esfuerzo físico o mental y una marcada confusión entre realidad y fantasía.

En esencia la T.V. hace que se excluyan la actividad, sociabilidad, solidaridad y creatividad pues su contenido está orientado a la fantasía la cual llega a reducir en determinado momento la capacidad de manejar y ubicar la realidad.

Eleanor Mc. Coby establece que es patente que la T.V. ha producido grandes cambios en las vidas de niños y jóvenes,

aunque con exactitud no se haya precisado hasta donde han sido las modificaciones.

"Si los niños y jóvenes de hoy son diferentes a los de generaciones anteriores en gran parte la culpable es la T.V. Para determinar con precisión los efectos de la T.V. en niños y jóvenes sería pertinente estudiar a estas personas antes y después de ver T.V. para poder cuantificar qué cambios han ocurrido en su conocimiento, comportamiento y actitudes." (31)

Las reacciones de las masas, al contenido de los medios, son por lo general, acríticas conformadas por una mentalidad afectiva que se afirma por símbolos, referencias y representaciones sensoriales en virtud de los estímulos que cada medio proporciona.

"La T.V. -apunta Mc. Luhan- es un medio que rechaza toda personalidad tajante y prefiere la presentación de procesos más bien que la de productos." (32)

Al respecto Theodor Adorno establece que la vida en las grandes ciudades y el modo en que se realiza la sociabilidad ofrece una variada gama de ocasiones para ver y querer ver las cosas (más que leerlas u oír las). "Hoy el modo de ver es

(31) MC. COBY ELEANOR. Op cit 125-136 pp

(32) MC. LUHAN MARSHALL. Op cit p 377

predominantemente visual., Visión y sonido, pero más todavía la vista, organizan al mundo estético y orientan al público."(33)

La T.V. debe cumplir su función social al servir como instrumento de instrucción y educación para lograr una verdadera integración nacional y para mejorar las formas de convivencia humana, tal y como lo establece la ley de Radio y T.V. vigente; para lograr ese propósito es necesario que la T.V. se convierta en un instrumento de comunicación verdadera y eficaz, que se base en la propia realidad mexicana, que exalte los aspectos trascendentes de nuestra cultura y exprese de alguna forma los intereses, las inquietudes, aspiraciones y potencialidades de todos los grupos que integran nuestra sociedad mexicana.

(33) ADORNO THEODOR. Industria cultural y sociedad de masas.
México, Monte Avila Editores, 1974, p 37

**"El hombre letrado sueña naturalmente en
soluciones visuales para los problemas
de las diferencias humanas".**

Marshall Mc. Luhan

IMPORTANCIA DE LA T.V. EN LA EDUCACION.

INFLUENCIA DE LA T.V.

Por lo menos una parte importante del uso de los medios de difusión colectiva obedece a necesidades que el individuo tiene y que espera satisfacer directa o indirectamente. En este sentido, el comportamiento del individuo frente a los medios responde a ciertos fines u objetivos que espera alcanzar.

Es importante considerar que los niños como los mayores usan principalmente la televisión como entretenimiento. Aún cuando existen programas educativos al aire, pocos niños los observan si pueden ver en su lugar un programa cómico o de dibujos animados.

Obviamente, los niños interesados seriamente en informarse acerca de un tema o materia a menudo recurren a libros, revistas o a consultas con sus padres y maestros. No por esto los niños dejan de aprender algo en la televisión pero cuando aprenden generalmente el hecho es incidental al valor de entretenimiento de un programa determinado.

La televisión ofrece entre otras cosas, modelos de identificación, confiere status a las personas y al comportamiento, delimita normas, define situaciones nuevas, provee estereotipos, indica niveles de aceptación, tolerancia y apro-

bación, aporta estructuras de anticipación, en una palabra, influye de manera determinante en el ser humano.

James D. Halloran opina "cuando la T.V. se introduce en una sociedad se convierte en la actividad ociosa de carácter individual más popular y tiende a reorganizar los esquemas generales del comportamiento ocioso". (34)

Por su parte Fernando Wagner opina que "la T.V. en su afán por ser popular, ha simplificado demasiado sus conflictos dramáticos, ya no son internos ni morales, sino simple choque de fuerzas brutales en pugna: ¿quién apunta mejor, quién dispara más rápidamente? (naturalmente, el "héroe bueno"), ¿quién emplea con mayor sagacidad sus fuerzas mentales para cazar al peligroso asesino? (naturalmente el "buen agente de policía"). Todos "buenos y malos", tanto los que representan la ley, como los que la agreden, son igualmente brutales, crueles, agresivos. Se trata, simplemente de malos contra malos." (35)

Los niños rara vez observan programas educativos : están siendo educados, sin embargo, en cierto sentido, por los programas de diversión que observan. Esto es, aprenden cosas

(34) HALLORAN JAMES D. Op Cit, p 51

(35) WAGNER FERNANDO. Op cit, p 22

de estos programas acerca de la forma en que se comporta la gente en una variedad de situaciones, bajo condiciones apropiadas intentarán estas acciones ellos mismos.

Es difícil evaluar los efectos acumulativos de los programas de televisión sobre las creencias y actitudes de los niños. Puede mostrárseles un sólo programa o película y preguntárseles después para descubrir los efectos de esta experiencia sobre sus actitudes. Pero una actitud adquirida de un programa puede verse contrarrestada por una actitud opuesta, presentada en el siguiente programa seguido por el niño.

El mayor efecto sobre las actitudes debe ocurrir en aquellas esferas en que los programas de televisión presentan repetidamente el mismo tema, con sólo ligeras variaciones. La televisión no es la única, ni la principal influencia sobre las actitudes y valores de los niños. Cuando la televisión presenta valores y modelos de comportamiento que no son consecuentes con los valores que los padres presentan a sus niños, no hay razón para creer que la influencia de la televisión sea fundamental. En el caso de los niños que hayan adquirido conocimientos o criterio de valores sobre un tema, la televisión parece tener poco efecto. El niño con su poca experiencia y su limitado juicio crítico, no puede darse cuenta que la televisión afecta sus creencias, actitudes y establece estereotipos.

Si se desea juzgar los efectos de los programas que ven los niños, es evidente que no podemos considerar solamente el contenido de los llamados programas para niños, debemos considerar todo el espectro de los programas dramáticos, violentos, policíacos e informativos de los adultos también. Las personas no ven televisión en abstracto, sino programas concretos.

No hay que perder de vista que una gran cantidad del tiempo que dedican los niños a la televisión gira alrededor de los programas producidos especialmente para los adultos. El niño no está pasivo, sujeto a la acción de la televisión, sino que está activo, selecciona en la televisión los materiales que se ajustan a sus intereses y necesidades de la mejor forma.

Algunos niños observan más televisión que otros. Los motivos que los inspiran a ello son variados, pero se ha demostrado que los niños que dedican más tiempo a observar la televisión, lo hacen como una forma de escape de la tensión, o como compensación a la soledad y el aislamiento.

¿ Puede la televisión ser un escape a problemas familiares?. No solamente en relación con los padres sino al tener dificultad para hacer amigos o problemas de integración a su medio, los niños se alojan en la televisión para escapar de la tensión (igual que el adulto lo hace para escapar de

las tensiones sociales, políticas y económicas). Al seleccionar sus programas, el niño lo hará conforme a los gustos o reacciones familiares. De ahí que los padres deberían de vigilar de manera más estrecha esta selección. Los niños varían en cuanto a la atención y detalles que recuerdan sobre los programas, podemos decir que en cierto sentido la televisión es única para cada niño. La televisión se está convirtiendo en una de las fuentes de las cuales extraen material para organizar e interpretar sus experiencias.

"Las comunicaciones informan no sólo en el sentido de relatar, sino en el más profundo de dar forma a las percepciones de la realidad externa e interna, alterando así su naturaleza (...) la información no presenta simplemente la realidad, de hecho puede hacerlo de manera inadecuada o parcial. Las comunicaciones también alteran la realidad porque influyen sobre la acción". (36)

El nivel de inteligencia de un niño tiene que ver no solamente con el rato que dedica a la televisión sino con los programas que selecciona. Sus selecciones también se ven afectadas por la educación y gustos de sus padres.

Es importante considerar los efectos generales so-

(36) JUAN SOMAVIA ET AL. La información en el nuevo orden internacional. México, Instituto Latinoamericano de estudios transnacionales, 1977, p 155

bre los niños tomados como grupos. Las actitudes y creencias de los niños pueden ser conformadas por lo que ven en la televisión y que producen en el niño emociones e impulsos equiparables a los presentados por los personajes que aparecen en la pantalla. El niño responde en concordancia a los estados emocionales de ira, sentimientos sexuales, alegrías, etc.

Los niños parecen estar usando la televisión como fuente de donde extraen material para organizar e interpretar sus experiencias. La televisión en este momento ya está produciendo su parte de la influencia que conforma los pensamientos y acciones de los niños.

"Se pueden aprender de la T.V. actitudes y valores, e incluso nociones incorrectas y estereotipos sobre la vida y sobre otras gentes y grupos. Los niños son particularmente susceptibles a la presentación estereotipada de grupos, situaciones, ocupaciones, etc., cuando tienen poca experiencia o incluso ninguna en relación a ellos. Los niños encuentran difícil tolerar la ambigüedad y la inseguridad". (37)

Para los niños, la televisión no es una novedad. Para ellos es desconcertante oír hablar mal de la televisión y aún ver puesta en duda su validez. El prohibir al niño sus

(37) HALLORAN JAMES D. Op cit p 62

programas preferidos es una actitud absolutamente ilógica, en la medida en que, para el niño, el enriquecimiento cultural obtenido a través de la televisión es mucho más intenso y rápido que el que adquiere por medio de la enseñanza tradicional.

¿Cuándo tienen los niños acceso ilimitado a la televisión? ¿Cuánto tiempo dedican a la observación y qué clase de programas observan? Si se piensa solamente en función del número de horas dedicadas a la T.V., no hay duda de que la T.V. es un elemento sumamente importante en las vidas de los niños. En los Estados Unidos, el tiempo que dedican los niños a la T.V. varía desde un promedio de unas dos horas al día a la edad de cinco años, a cerca de tres horas al día, entre doce y catorce años.

En Inglaterra y Japón, el promedio fue algo menor. Aproximadamente dos horas diarias fue el promedio para niños de diez años en Inglaterra, por ejemplo, cuando se efectuaron los estudios de Nuffield hace varios años. Pero aún cuando el tiempo de observación promedio sea de dos o tres horas al día, es una cantidad sustancial de tiempo, mayor cantidad de tiempo de lo que dedican los niños a cualquier otra forma individual de actividad de descanso. ¿Qué ven durante esas horas? (38)

(38) SALVAT. Op Cit, p 88

En nuestro país el niño permanece expuesto a la T.V. en promedio 3 horas diarias. Afortunadamente, los niños eligen ver los programas que divierten más bien que los que educan. Sus programas favoritos son caricaturas, aventuras del oeste, dramas de animales y crímenes, así como comedias de situaciones familiares. Una gran cantidad del tiempo que dedican los niños a la T.V. se dedica a programas primordialmente producidos para los adultos. En un estudio, los niños de primer año dedicaban el 40% del tiempo de la T.V. a lo que la mayor parte del auditorio llamaría programas adultos y, para los niños que se encontraban en sexto grado, las cuatro quintas partes de los programas que veían eran programas de adultos.

Los niños de tres y cuatro años de edad se inclinan por los programas de caricaturas de dibujos animados. Estos programas se caracterizan por tener una trama sencilla, con poco diálogo y una elevada dosis de acción. A medida que aumenta la edad, los programas y personajes favoritos son aquellos que contienen elementos de fantasía expresada en términos de superpoder. Ante más tiempo que se exponen los niños a la televisión, menos discriminan sus preferencias por los programas en base a sus contenidos.

Los contenidos fantásticos de los programas de televisión son integrados al juego infantil, sobre todo en el caso de los varones, dado que los principales personajes de la

televisión son del sexo masculino.

El niño usa la televisión principalmente por hábito y para evadirse, en menor medida para estimularse, relacionarse socialmente, aprender y divertirse.

Por su parte, el adulto se expone más al radio que a ningún otro medio. Le siguen la televisión, la prensa y el cine, en ese orden.

Es innegable que en la mayoría de los hogares, la televisión ha alcanzado un lugar destacado como pasatiempo, distracción y fuente de cultura. Sin embargo, es frecuente oír opiniones y críticas adversas en cuanto a su valor informativo y formativo, basadas, principalmente en las series plágadas de crímenes, acciones de violencia y riñas.

Probablemente, alguna de esas objeciones son válidas con respecto a los niños. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la única generación crecida naturalmente con la televisión es la de los niños. Sólo ellos la conocen desde su llegada al mundo. Para los demás seguramente se ha tratado de una experiencia nueva.

El progreso de la ciencia y la técnica, del cual la televisión es índice y reflejo, influye en la organización del

trabajo, en la vida cotidiana, la economía, la política, las diversiones y los espectáculos. Ante dicha perspectiva debemos buscar explicación de lo que ocurre e intentar ejercer cierto dominio sobre los medios técnicos, en vez de dejarnos dominar por ellos. Tenemos que aprender a utilizar la T.V.

La televisión juega un papel cada vez más importante como fuente de información y cultura popular. La información en su más amplio sentido, es base de motivaciones en la conducta social, de modo que en su manejo deben quedar garantizados los valores y las concepciones culturales de la sociedad en su conjunto.

"Ningún comunicado es inocente y me atrevería a decir que los menos inocentes son los más asépticos en apariencia, porque desarman más cualquier capacidad de resistencia crítica que conserve el receptor. Cualquier palabra, imagen o sonido propuesto a la asimilación del receptor, tiene la rentabilidad de su predisposición y su conducta. Cualquier comunicado es susceptible de condicionar criterio y acción". (39)

La televisión tiene gran capacidad comunicativa, tanto como organizativa, sin embargo, estas características

(39) JUAN SOMAVIA ET AL. Op cit p 222

no han sido suficientemente explotadas.

Si la televisión mal orientada puede vulnerar los avances de la educación, está en nuestras manos orientarla para que no sólo no vulnere los avances de la educación, sino para que contribuya a la formación de seres humanos cada vez más plenos.

"En el mundo actual, toda cultura, toda literatura y arte pertenecen a una clase determinada y están subordinados a una línea política determinada. No existe, en realidad arte por el arte, ni arte que esté por encima de las clases, ni arte que se desarrolle al margen de la política o sea independiente de ella".

Mao Tse Tung.

EFFECTOS PSICOLOGICOS DE LA PROGRAMACION.

EFFECTOS PSICOLOGICOS DE LA PROGRAMACION EN LOS NIÑOS.

El principal objetivo de la televisión ha sido informar y educar al espectador así como entretenerlo. Pero la televisión al ir en busca de este fin ha sido creadora de otros resultados tales como: la desunión familiar, la pasividad, el consumismo y en algunos casos ha sido generadora de violencia y agresividad.

Equivocadamente se ha pensado que el espectador adolescente es en el que la televisión ha hecho más mella, nada más lejos de la verdad aunque éste se encuentre bastante influenciado, no es en la edad de la adolescencia donde encuentra mayor respuesta respecto a los estímulos violentos.

Estudios hechos en diferentes países, han demostrado que el niño es el más susceptible a los estímulos violentos; una de las razones es obvia y es partiendo del hecho de que el niño pasa más tiempo frente al televisor que el adolescente y el adulto.

Los niños, sin importar la clase social a la que pertenecen, miran televisión con el fin de tomar modelos de conducta social, por su propia edad se encuentran en un estado en el que tratan de reproducir todo lo observado por la "imitación".

El 75% de los niños normales menores de 12 años representan en sus juegos y comportamientos cotidianos las historias violentas que han visto en la televisión e imitan a los personajes principales.

Respecto del aprendizaje que resulta de los films y programas violentos, no puede concluirse nada del exclusivo análisis de los contenidos de los programas.

Los mismos programas afectan diferentemente a niños similares.

En los niños psicópatas, los programas agresivos - parecen actuar como estimulantes y desencadenantes de sus tendencias psicopáticas.

En los niños normales el programa o film violento no produce necesariamente reacciones violentas, pero respecto del aprendizaje, el niño ha visto y en casi todos los casos retiene y puede usar en el futuro, si las necesita, las formas de ejercer la violencia que mostraba el programa.

Los niños varones prefieren los films o programas de televisión violentos, en mayor medida que los adolescentes y adultos y que las mujeres de cualquier edad.

El grupo que ve más programas agresivos por televi-

sión es el de los niños varones de 12 a 16 años de edad.

La mayoría de los niños normales que ven televisión en condiciones ambientales comunes aumentan sus respuestas agresivas luego de ver films violentos.

Niños de 4 a 5 años de edad que observan la conducta agresiva de un adulto con quien tienen una relación afectiva responden imitativamente reproduciendo formas agresivas similares. Esto también, se observa en mayor medida en los varones que en las niñas.

La violencia de los programas de televisión no sólo produce respuestas agresivas en la mayoría de los niños normales que miran tales programas, sino que también "conforma el tipo de conducta agresiva" por la tendencia a imitar que poseen los niños. (40)

El niño al ver peleas a puñetazos y a tiros, así como crímenes en la televisión. Aún en los dibujos animados que son tan gratos para los niños, las peleas constituyen uno de los principales temas que suministran la emoción de las historietas, todos estos temas le sirven para aumentar la agresividad. No puede fácilmente hacerse caso omiso de la posibilidad de que estos episodios de televisión estén enseñando un

(40) MC..COBY ELEANOR. Op Cit, p 126

comportamiento agresivo a los niños. Se ha descubierto que mientras más tiempo dedique un niño a ver televisión, se encuentra más propenso a expresar impulsos agresivos, o prefieren ver mucha televisión debido a que ya tienen los impulsos agresivos y encuentran que la televisión satisface sus impulsos. Los niños no imitan o reproducen indiscriminadamente todo tipo de conducta agresiva que sugiere un film. Ellos tienen distintas normas sociales interiorizadas que les indican cuáles son los buenos modales y el buen comportamiento y, presumiblemente, actúan como un estímulo fuertemente negativo para reproducir todo o parte de lo visto.

El modelo adulto agresivo que cosecha éxitos en los films violentos es casi siempre objeto de imitación por la mayoría de los niños aún cuando éstos lo califiquen con connotaciones fuertemente negativas. Por el contrario, la generalidad de los niños normales no imita al modelo agresivo por fortuna es decir que la recompensa o el castigo obtenido en el film determina la imitación de la conducta observada y no el carácter moral y social deseable o rechazable.

El hecho de que el villano de un film no reciba su castigo, o que el niño no lo perciba, produce un aumento de las conductas agresivas en los niños normales.

En resumen, los niños están dispuestos a aprender cualquier cosa que la televisión les presente como verdadero. Lo único que reconocen claramente como fantasía son los dibujos animados.

Aunque definitivamente la televisión cuenta con magníficos recursos para divertir, entretener y en algunos casos educar o instruir, en cierta medida fomenta la ignorancia de los niños, la pasividad malsana y la conformidad peligrosa.

¿Qué esfuerzo debe realizar un niño que asiste al programa de aventuras? ¿Qué sentido de la crítica se le despierta al contemplar conflictos resueltos por un beso, un apretón de manos, o lo que es peor, un revólver, o un nivel de vida disímbolo del suyo?. Esta forma de entretenimiento inculca y reproduce en los adultos como en los niños la tendencia a la pasividad, a la receptividad, a absorber lo que se les ofrece sin mayor esfuerzo que "alargar la mano", a estar siempre atomizados, a esperar todo digerido y a aceptarlo sin cortapisas, sin pensar, sin cuestionar los valores, situaciones o conflictos que la T.V. les presenta.

Los efectos de la violencia televisada, han sido particularmente estudiados, la exhibición de conductas agresivas y la percepción de la violencia como efectiva para la solución de problemas, efectos que parecen estar influenciados por la edad y el sexo de los niños, siendo los más afectados los de

sexo masculino de 5 a 10 años. Al mismo tiempo, los niños bien integrados aprueban menos la violencia que aquéllos con integración social deficiente. (41)

La mayoría de los profesionales de las ciencias sociales, piensa que la televisión afecta negativamente al televidente, ya que ofrece una visión deformada de la realidad, además de que influye sobre las costumbres, el lenguaje, la moda y la elaboración de fantasías. Piensan también que la violencia puede disminuirse, controlando la programación y las series norteamericanas.

Pero cierto es que estos efectos no son sólo privilegio de la T.V., ésta atiza la violencia (cotidianamente vemos pequeños jugando a policías y ladrones) y no sólo descarga la agresividad latente en el espectador, sino que la enciende y la aviva.

Los diarios capitalinos a menudo relatan casos de chicos que se pierden entre la fantasía y la realidad para ejecutar realmente lo que vieron en su serie de televisión favorita. Frecuentemente, los conflictos se resuelven por la agresión y los niños fácilmente dan el paso de la fantasía a la realidad. Un estudio de la Sra. Eleanor E. Mc. Coby, Dra.

(41) Ibidem,

en Filosofía de la Universidad de Michigan en los Estados Unidos, muestra que los niños expuestos a películas de violencia no cambian sus opiniones acerca de la inmoralidad de tal conducta, sino que están más prestos a recordarla en tiempos de conflictos, sintiendo inclinación a resolver el conflicto por medio de la violencia. Peor aún si el acto violento no es castigado. Otro estudio, de Wilbur Schramm (Director de Investigación de las Comunicaciones de la Universidad de Illinois, Estados Unidos) señala que, cuando un villano tien éxito relativamente, los niños se identifican fácilmente con él y quieren ser como él, más que identificarse con el héroe moral, pero débil. En otras palabras, prefieren cierto tipo de conducta que tenga éxito sin importarles sus consecuencias morales. Los finales que incluyen la moraleja de que el crimen no tiene buenos resultados, no inhiben la agresión.

La conclusión que se desprende de los estudios citados es que el niño quiere ser más bien como el villano fuerte que como el héroe débil y consiguiente, un final ético no neutraliza la influencia de un villano fuerte y atractivo.

En 1964, la conocida revista Time reseñó el caso de un grupo considerable de niños, de 3 a 13 años de edad, pertenecientes a familias que se encontraban en una base aérea.

Los niños sufrían de cansancio crónico, insomnio, dolor de cabeza, trastornos digestivos. No podían señalarse explicaciones satisfactorias de sus síntomas. Por fin, después de minuciosos exámenes, se encontró que estos niños eran aficionados a la televisión, veían programas de tres a seis horas los días laborables y de seis a doce horas los sábados y domingos. Se les prescribió un tratamiento radical y efectivo; se les suprimió este pasatiempo durante cierto lapso. En los niños que dejaron de ver la televisión los síntomas desaparecieron, en los que siguieron mirándola, permanecieron. (42)

A QUE TIPO DE NIÑOS AFECTA MAS LA TELEVISION:

La complejidad de la vida psíquica del niño, impide que pueda predecirse el efecto de un determinado estímulo sobre su conducta. Es preciso estudiar su edad, su desarrollo intelectual, el conjunto de sus deseos e impulsos, sus necesidades emocionales y sus defensas y actitudes. Su tendencia a la pasividad y a la actividad deben, asimismo, tenerse en cuenta, así como su tendencia a la imitación y qué aspectos de la conducta trata él de imitar y cuáles rechaza.

En otras palabras, para valorizar el efecto de la televisión hay que conocer la personalidad del niño y su am-

(42) TIME. "La hazaña más grande" México, Noviembre 1964, p 76

biente familiar, escolar y social.

Cuando un niño se pega a la televisión y se pierde entre las escenas, su conducta acusa tensión en el hogar o en la escuela o conflictos entre sus necesidades internas y las exigencias del ambiente.

Pero más importante aún es el impacto emocional que la televisión le produce. ¿Llega el niño a no ubicarse en la fantasía y la realidad?

"Si el impacto de la T.V. principalmente cuando difunde espectáculos de violencia, sensibiliza a una parte de su público, es que en realidad, tal vez sin intentarlo, se ha convertido en una especie de sistema educativo y a veces en una verdadera contracultura, papel que además está estrechamente ligado a nuestra sociedad en crisis. La T.V. no crea la violencia, pero la vuelve familiar. Lo excepcional se vuelve cotidiano; y este pan de cada día crea un hábito. Así se desencadena una verdadera agresión de la conciencia y de la memoria, pues se rebasan los límites de lo permisible". (43)

Por otra parte Wilbur Schramm, en algunas de sus investigaciones establece que: existen casos bien fundamentados

(43) BERGHEAUD EDMUND. "La T.V. especie de sistema educativo y a veces contracultura" Excelsior, 20 marzo 13 1976, p 8

en los cuales un joven delincuente ha imitado los crímenes que ve en la T.V.

Aunque la gran mayoría de los niños que vieron los mismos programas no imitaron los crímenes representados. Casi siempre se descubren otras condiciones en los antecedentes de un joven criminal que haya servido para predisponer al crimen. Una deficiente educación en el hogar y las pandillas callejeras constituyen indudablemente influencias más potentes en el hecho de que un niño se convierta en un criminal que cualquier cantidad de televisión.

Siempre la observación de episodios agresivos en la T.V. sirve para generar sentimientos agresivos en el espectador. Lo dramático es que es raro realmente encontrar el programa en donde estén ausentes la agresividad y la violencia; aún las caricaturas contienen gran número de escenas violentas riñas y conflictos las caracterizan.

El comportamiento agresivo aumenta definitivamente con la televisión, lo que aún no se logra precisar es si la violencia que observan, los impulsa a ser más agresivos, o los niños ya son agresivos de por sí (debido a múltiples factores) y encuentran en la T.V. una manera de satisfacer sus impulsos.

En septiembre de 1969, la National Commission of the

Causes and Prevention of Violence de Estados Unidos declaró que la "violencia" en programas de televisión puede tener y tiene efectos adversos en los televidentes: Ver televisión es un medio de educación incidental. Los niños de entre tres y ocho años son especialmente susceptibles a esta enseñanza. La "realidad" del retrato influye en el aprendizaje por medio de la observación, sobre todo cuando se trata de niños menores que aún están en proceso de aprender entre fantasía y realidad.

"Las investigaciones han demostrado que la violencia televisada, estimula un comportamiento agresivo; los niños pueden aprender y aprenden un comportamiento agresivo. La imagen del mundo adulto que la mayoría de los niños percibe a través de programas dramáticos, es en términos generales, una imagen malsana.

La televisión juega un poderoso papel en el proceso de la formación infantil e inculca a los niños una serie de valores morales y sociales fundados en la violencia". (44)

Sería desde luego posible considerar a la T.V. como un factor para incentivar tendencias indeseables, pero raramente será responsable de la formación de esas tendencias.

(44) WAGNER FERNANDO. Op Cit, p 23

Cuando se piensa, por ejemplo, que la T.V. es nociva porque abusa de escenas de violencia, no puede olvidarse que ella no es promotora de nuevas costumbres, sino simple trasmisora de una tendencia de la sociedad.

El aprendizaje por televisión no puede ser dividido entre procesos educacionales y no educacionales. El niño asimila gran variedad de información a través de cualquier programa que contemple, ya sea educacional o de fantasía; por eso, se puede afirmar que los niños están siempre aprendiendo de la televisión.

Es difícil evaluar los efectos acumulativos de los programas. Puede mostrárseles un solo programa o película y preguntárseles después para descubrir los efectos de esta experiencia sobre sus actitudes. Pero una actitud adquirida de un programa puede verse contrarrestada por una actitud opuesta, presentada en el siguiente programa seguido por el niño. El mayor efecto sobre las actitudes debe ocurrir en aquellas esferas en que los programas de T.V. presentan repetidamente el mismo tema, con sólo ligeras variaciones. Todos podemos pensar que en estos temas estereotipados: El héroe de la película del Oeste que sólo dispara para castigar a un malvado, la esposa martirizada en el programa vespertino de las amas de casa, que soporta, secreta y solitariamente, la carga de la adversidad con objeto de no perturbar la felicidad de otros;

el perro o caballo que sabe más que su amo y que salva al hombre o al niño de sus propias tonterías.

Creo, sin embargo, que es importante considerar los efectos generales sobre los niños tomados como grupo: Las actitudes y las creencias de los niños pueden ser conformadas por lo que ven en la T.V. y que producen en el niño emociones e impulsos equiparables a los presentados en los personajes que aparecen en las pantallas; es una conjetura razonable que el niño responde en concordancia a los estados emocionales descritos en la pantalla, ya sean éstos emociones de ira, sentimientos sexuales, alegrías, altruismo o inferioridad. Todo esto significa que la T.V. es parte del ambiente total que nosotros, como una sociedad de adultos, ofrecemos a los niños.

La televisión constituye una fuente importante de influencias sobre los niños y, como tal, es un objeto legítimo de preocupaciones y acción pública.

"Hay que reivindicar, para una política revolucionaria, el carácter impositivo y totalitario de la televisión -su mayor amenaza, para algunos- como posibilidad de propagandizar una ideología de cambio. Es el medio de expresión más útil y eficaz, el que ha ido venciendo todos los obstáculos de la vida moderna, el que logra penetrar sin vallas de por medio en la intimidad y atrapar en un sentido estricto la percepción del espectador".

Gabriel García Márquez.

"La utilización, actualmente bastante amplia, de la T.V. con objetivos educativos ha dado lugar a amplias especulaciones acerca de sus consecuencias".

Denis Mc Quail

LINEAMIENTOS PARA ELABORAR UNA PROGRAMACION INFANTIL POR T.V.

LINEAMIENTOS PARA ELABORAR UNA PROGRAMACION INFANTIL POR T V.

Todos los sistemas de difusión colectiva de América Latina (incluyendo México desde luego) se hallan fuertemente penetrados por las instituciones económicas políticas y de comunicación de Estados Unidos lo que repercute directamente en el pueblo teleadicto creando modelos de dominación y penetración cultural.

Este imperialismo cultural no es gratuito, ya que para los países imperiales es un proceso vital destinado a asegurar y mantener la dominación económica y la hegemonía política sobre los demás.

"La significación de cualquier contenido particular depende de las circunstancias de su producción, del modo en que se usa e interpreta, de los significados que lleva implícitos y de su lugar en la pauta total de la comunicación recibida por el individuo" (45)

La televisión produce un gran impacto en el espíritu de cada uno, pero la manera de presentar lo que se puede considerar como verdad objetiva puede deformar esta verdad. No permite el diálogo y el progreso del pensamiento y puede provocar

(45) MC QUAIL Op cit, p 95

comportamientos automáticos en los niños y jóvenes (según los pedagogos). Vista de una forma pasiva, sin selección y moderación, la televisión se convierte en una intrusa en el medio familiar, es una fuente de evasión en la comunidad. Para el niño, es fuente de pérdida de tiempo. Sin embargo también puede aportar enriquecimiento cultural y puede ofrecer grandes posibilidades de acción educativa y pedagógica: el sistema cumple con su verdadera función, la de penetrar de una manera u otra, al ser humano, para condicionarlo para que acepte los valores políticos, económicos o culturales que se le han querido imponer.

En recientes investigaciones Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox de Cardona, establecen indicadores razonablemente válidos de las creencias que la T.V. está logrando inducir en su público, del que los niños forman parte importante; bajo distintos procedimientos, las investigaciones sugieren patrones en los que se encuentran involucrados los siguientes elementos:

" **INDIVIDUALISMO.** - La creencia de que las necesidades y aspiraciones del individuo predominan sobre de las comunidades de las cuales él forma parte.

ELITISMO.- La creencia de que el orden social natural requiere el predominio de unos pocos, mejor dotados que los demás.

RACISMO.- La creencia de que la raza blanca caucásica es biológicamente superior a todas las demás.

MATERIALISMO.- La creencia de que las metas más importante de los seres humanos son la adquisición de la riqueza, la acumulación de bienes materiales, el disfrute de servicios y el logro de bienestar en general.

AVENTURERISMO.- La creencia de que el éxito en la vida del individuo está basado sustancialmente en la osadía, el oportunismo, la viveza y la rudeza empleados para tomar ventaja sobre los otros.

CONSERVADORISMO.- La creencia de que las estructuras socioeconómicas características del capitalismo constituyen el único orden natural social deseable y que, como tal, debe permanecer indefinidamente inalterado para el bien de todos.

CONFORMISMO.- La creencia de que el estado actual de la sociedad debe aceptarse con resignación debido a que, aunque no es justo para algunos, no se debería intentar cambiarlo puesto que está determinado por el destino y, por lo tanto, es inmutable.

AUTODERROTISMO.- La creencia que tienen algunos miembros de los estratos sociales más bajos de que ellos resultan ser, real, intrínseca y abismalmente inferiores a los de estratos superiores

y de que dicha inferioridad es irrevocable y, por tanto, los hace definitivamente perdedores.

PROVIDENCIALISMO.- La creencia de que los miembros no privilegiados de la sociedad no necesitan intentar superar sus desventajas ni por sí mismos ni por medio de una acción social solidaria puesto que, al final, fuerzas externas sobrenaturales intervendrán para hacerles prodigiosamente justicia y concederles la felicidad.

AGRESIVIDAD.- La creencia de que la violencia no es necesariamente un recurso ilícito e indeseable para lograr éxito en la vida.

AUTORITARISMO.- La creencia de que el comportamiento humano debe ser controlado verticalmente en el sentido de que los que no tienen poder deben obedecer de manera ciega a quienes lo detentan.

ROMANTICISMO.- La creencia de que el amor constituye una solución mágica a los problemas socioeconómicos y culturales que afectan a muchas personas." (46)

La televisión, como conquista del hombre a través de la ciencia y la tecnología, ha sido para éste, un factor con doble signo: el de la liberación y el de la enajenación.

(46) BELTRAN LUIS RAMIRO
FOX DE CARDONA E.

Comunicación Dominada, México, Edit.
Nueva Imagen, 1980, pp 104-105

El progreso científico y el tecnológico seguirán el camino que el hombre les marque; pueden ser útiles o perjudiciales. La ciencia transforma al pensamiento y la conducta del hombre; mientras que la técnica modifica al medio ambiente.

ALTERNATIVAS DE LA T.V.

Ante los problemas que suscita la televisión existen dos alternativas inmediatas, una, impedir que los niños la vean, en la frecuencia a que están acostumbrados; la otra, permitirselas con restricciones en cuanto al tiempo y a la programación. Si los padres autorizan a ver televisión, conviene que vean junto con éstos los programas permitidos, a fin de darse cuenta del contenido de los mismos y de la influencia que puedan ejercer en la mente de los niños. Una breve plática después del programa servirá para que los padres se den cuenta cabal de la manera de pensar de los hijos, lo que dará ocasión de rectificar sus criterios, al tiempo que educará su atención. Sólo así se conseguirá que la televisión (ventana mágica abierta al hombre y al mundo, a la cultura y al universo) permite a los humanos, escalar niveles más altos y más profundos de cultura, y ampliar las dimensiones de la fraternidad y la solidaridad. Los padres deben orientar a sus hijos sobre las alternativas de la programación y en su oportunidad tratar de desarrollarles el sentido de la realidad y un sentido crítico de lo que la T.V. presenta.

REESTRUCTURACION DE LA PROGRAMACION INFANTIL.

Es tiempo de que se lleve a cabo una total reestructuración en cuanto a programación infantil, ya no buscando satisfacer el afán de lucro de los productores, sino intentando usar todas las ventajas que ofrece la T.V. para la educación y la orientación de los infantes, quienes son precisamente uno de los grupos más fuertes y sólidos de adeptos al medio.

Los medios de difusión colectiva -y en especial la T.V.- estimulan algunas tendencias como la pasividad, la evasión, la ausencia de sociabilidad y la pérdida de creatividad, orientan su contenido hacia la fantasía trasponiendo los alcances de la propia realidad; incluso, pueden originar una pérdida de acción y un alejamiento de la relación social individual. La T.V. debe ser generadora de estímulos para que el niño tenga un desarrollo creativo.

La T.V. se manifiesta insensible al cambio de los valores conservadores convencionales, debe ser un factor que ayude a la consolidación de la identidad cultural del pueblo, fomentando valores como la honestidad, el nacionalismo, y la independencia económica.

La comunicación personal que el niño tiene dentro de la estructura familiar con sus padres y hermanos, y en la escuela con maestros y compañeros le desarrolla más su intelligen-

cia y le da más alternativas de formación que los mensajes de la T.V.; así la T.V. se debe utilizar únicamente como complemento en el desarrollo del niño y debe estar supervisada por los padres.

La T.V. no influye de igual manera en todos los pequeños, cada quien recibe influencias diversas dependiendo de su situación económica, social, cultural o familiar, cada infante demuestra y actúa de diferente manera acorde a lo que ha aprendido y cómo lo ha hecho.

La observación de episodios agresivos en el espectador. Los mismos programas afectan diferentemente a niños similares.

No por los efectos que la T.V. produce, vamos a condenar para siempre, tiene un gran potencial que no se ha utilizado, habitualmente cubre mayoritariamente el área de entretenimiento y en poca medida la de información.

En resumen la televisión hace que se excluyan la actividad, sociabilidad, solidaridad y creatividad al orientar su contenido a la fantasía la que reduce en el espectador la capacidad de manejar y ubicar la realidad; no obstante tiene la gran cualidad de ser elemento para la historia al ser fiel guardián de los sucesos sin que se deforme la historia, es real y

uno puede ser testigo de la misma. Gracias a esa importante cualidad, la T.V. es el más poderoso medio de educación informal que el hombre haya podido imaginar.

LEY FEDERAL DE RADIO Y T.V.

La T.V., uno de los más grandes inventos de la humanidad, no se ha sabido utilizar potencialmente en nuestro país, ya que la reglamentación es muy limitada. Las instituciones estatales avocadas a esta tarea deben regular la programación de la T.V. a través de especialistas realmente profesionales.

La Ley Federal de Radio y Televisión (vigente) requiere de una exhaustiva revisión y en su caso la adhesión de reglas y procedimientos que regulen los criterios en torno a las características de la programación infantil, y de la publicidad que se transmite junto con esas emisiones.

TIEMPOS OFICIALES.

Los tiempos oficiales, que normalmente no se ocupan en su totalidad, emplearlos en programación infantil educativa, sin cortes comerciales, en los horarios preferentes. Se podría programar emisiones vespertinas que, con la asesoría de la S.E.P., sirvieran para que los infantes pudieran desarrollar sus tareas diarias; es decir, complementar la T.V. con el sistema de educación formal.

ESTADO Y T.V.

El Estado tiene la responsabilidad de garantizarle al niño y al ciudadano de México una información veraz, completa y jerarquizada, no sólo del suceso de última hora sino de la situación del país, del continente y del mundo, en este lapso histórico que no se reduce al instante que llamamos "nuestra época". Debe ofrecerle un entretenimiento que no lo distraiga de sí mismo, sino que lo ayude a conocerse mejor.

LA T.V. ESTATAL

La televisión pública o estatal, frente a la privada, tendrá que adquirir más importancia, no sólo en cuanto a cobertura, sino en cuanto al número de opciones frente al auditorio, por la sencilla razón de que el Estado no puede quedar en desventaja y debe tener en sus manos posibilidades semejantes a las de la iniciativa privada.

La T.V. estatal debe generar mecanismos que contrasten el "compre", "use", "tome", "dèba", "fume", "coma", de la televisión privada, por opciones tales como "participe", "estudie", "vote", "cumpla", "trabaje", "proteste", para que la televisión cumpla con su verdadera misión social.

PRESENCIA POSITIVA DE LA TELEVISION.

- 1.- La televisión sirve como fuente de aprendizaje por la observación incidental.
- 2.- Los niños aprenden de la televisión, porque les ofrece el contacto más accesible al mundo de los adultos.
- 3.- La televisión canaliza las fantasías del niño.
- 4.- La televisión aumenta el vocabulario de los infantes.
- 5.- La televisión estimula el aprendizaje, en su sentido más general.
- 6.- La televisión funciona como escuela paralela.
- 7.- La televisión ofrece modelos de imitación.
- 8.- La televisión es el más poderoso agente de educación informal.
- 9.- La televisión produce una cultura visual.
- 10.- La televisión ha mostrado que puede contribuir a la formación de una nueva conciencia de los individuos, educando y orientando.
- 11.- La T.V. refuerza los ideales y aspiraciones que tienen las clases sociales.
- 12.- La imagen visual emanada de la pantalla de T.V. tiene un gran poder de convencimiento.
- 13.- La T.V. sirve a grandes núcleos sociales como satisfactor del ocio.

PRESENCIA NEGATIVA DE LA TELEVISION.

- 1.- La realidad de las imágenes afecta al aprendizaje mediante observación, especialmente a los niños más pequeños, puesto que todavía no distinguen entre fantasía y realidad.
- 2.- Muchos niños creen que lo que ven en la T.V. es reflejo del mundo real.
- 3.- Los niños pueden aprender, y aprenden comportamientos agresivos en lo que ven en la T.V. y pueden retener lo aprendido durante un cierto período de tiempo.
- 4.- La T.V. penetra poderosamente el proceso de aprendizaje de los niños y les enseña un conjunto de valores morales y sociales acerca de la violencia que no están en relación con las pautas de la sociedad civilizada.
- 5.- La T.V. favorece la pasividad de los niños.
- 6.- La T.V. distorsiona la realidad del niño.
- 7.- La T.V. ofrece al niño alternativas de violencia y agresividad.
- 8.- La T.V. hace del niño un consumidor potencial.
- 9.- La T.V. distancia al niño del núcleo familiar.
- 10.- La T.V. distrae al niño de sus responsabilidades escolares.
- 11.- La T.V. no crea pautas nuevas, refuerza las ya existentes.
- 12.- La T.V. cuando la permanencia es excesiva se convierte en un medio de evasión de la realidad.

- 13.- La T.V. comercial, en primer término y la estatal, como están cifradas actualmente, perjudican más al niño de lo que potencialmente pudieran beneficiarlo.
- 14.- Hacia los 11 y 12 años, el niño se hace completamente dependiente de la T.V.
- 15.- La T.V. hace al niño creer en la veracidad y autenticidad de la información.
- 16.- La T.V. en la sociedad contemporánea se ha convertido en una necesidad.
- 17.- La T.V. ha dejado de ser una mera diversión y se ha convertido en una forma de escape de la realidad personal, y de las tensiones hogareñas y escolares.
- 18.- La T.V. no cumple su función social.
- 19.- La T.V. invade culturalmente.
- 20.- A menor nivel socioeconómico, mayor es el consumo de programas violentos.
- 21.- La T.V. afecta a los niños en sus condiciones físicas, provoca en gran número de casos, insomnio, cansancio, malas posiciones al sentarse, problemas en la vista, entre otras.
- 22.- La T.V. propicia que el niño no tenga límites entre la fantasía y su propia realidad.
- 23.- No existe una T.V. realmente mexicana, un elevado porcentaje de la programación ordinaria excluyendo los noticieros, es importada.

- 24.- La T.V. atemoriza al niño al enfrentarse al mundo.
- 25.- La observación de episodios agresivos en la T.V. sirve para estimular sentimientos agresivos en el espectador.
- 26.- Los mismos programas afectan de manera diferente a niños similares.

INFLUENCIA DE LA T. V.

1.- POLITICA

POSITIVA - NEGATIVA

2.- ECONOMICA

POSITIVA - NEGATIVA

3.- SOCIAL

POSITIVA - NEGATIVA

4.- CULTURAL

POSITIVA - NEGATIVA

5.- PSICOLOGICA

POSITIVA - NEGATIVA

INFLUENCIA POLITICA DE LA T.V.

POSITIVO

- 1.- La televisión ofrece modelos de imitación.
- 2.- La televisión es el más poderoso agente de educación informal.
- 3.- La televisión ha mostrado que puede contribuir a la formación de una nueva conciencia de los individuos, educando y orientando.
- 4.- La imagen visual emanada de la pantalla de T.V. tiene un gran poder de convencimiento.

NEGATIVO

- 1.- La T.V. no crea pautas nuevas, refuerza las ya existentes.
- 2.- La T.V. cuando la permanencia es excesiva se convierte en un medio de evasión de la realidad.
- 3.- No existe una T.V. realmente mexicana, un elevado porcentaje de la programación ordinaria excluyendo los noticieros, es importada.
- 4.- Los mismos programas afectan de manera diferente a niños similares.

INFLUENCIA ECONOMICA DE LA T.V.

POSITIVO

- 1.- La televisión es el más poderoso agente de educación informal.
- 2.- La televisión refuerza los ideales y aspiraciones que tienen las clases sociales.
- 3.- La televisión sirve a grandes núcleos sociales como satisfactor del ocio.

NEGATIVO

- 1.- La televisión hace al niño un consumidor potencial.
- 2.- A menor nivel socioeconómico, mayor es el consumo de programas violentos.

INFLUENCIA SOCIAL DE LA T.V.

POSITIVO

- 1.- La televisión sirve como fuente de aprendizaje por la observación incidental.
- 2.- Los niños aprenden de la televisión, porque les ofrece el contacto más accesible al mundo de los adultos.
- 3.- La televisión aumenta el vocabularios de los infantes.
- 4.- La televisión estimula el aprendizaje, en su sentido más general.
- 5.- La televisión funciona como escuela paralela.
- 6.- La televisión es el más poderoso agente de educación informal..
- 7.- La televisión produce una cultura visual.
- 8.- La imagen visual emanada de la pantalla de T.V. tiene un gran poder de convencimiento.

NEGATIVO

- 1.- Muchos niños creen que lo que ven en la T.V. es reflejo del mundo real.
- 2.- La televisión penetra poderosamente el proceso de aprendizaje de los niños y les enseña un conjunto de valores morales y sociales acerca de la violencia que no están en relación con las

pautas de la sociedad civilizada.

- 3.- La televisión distorsiona la realidad del niño.
- 4.- La televisión aleja al niño del núcleo familiar.
- 5.- La televisión distrae al niño de sus responsabilidades.
- 6.- La televisión no crea pautas nuevas, refuerza las ya existentes.
- 7.- La televisión cuando la permanencia es excesiva se convierte en un medio de evasión de la realidad.
- 8.- La televisión hace al niño creer en la veracidad y autenticidad de la información.
- 9.- La televisión en la sociedad contemporánea se ha convertido en una necesidad.
- 10.- La televisión ha dejado de ser una mera diversión y se ha convertido en una forma de escape de la realidad personal, y de las tensiones hogareñas y escolares.
- 11.- La televisión no cumple su función social.
- 12.- La televisión invade culturalmente.
- 13.- La televisión afecta a los niños en sus condiciones físicas, provoca en gran número de casos, insomnio, cansancio, malas posiciones al sentarse, problemas en la vista, entre otras.

INFLUENCIA CULTURAL DE LA T.V.

POSITIVO

- 1.- La televisión sirve como fuente de aprendizaje por la observación incidental.
- 2.- Los niños aprenden de la televisión, porque les ofrece el contacto más accesible al mundo de los adultos.
- 3.- La televisión funciona como escuela paralela.
- 4.- La televisión ofrece modelos de imitación.
- 5.- La televisión es el más poderoso agente de educación informal.
- 6.- La televisión produce una cultura visual.
- 7.- La televisión refuerza los ideales y aspiraciones que tienen las clases sociales.
- 8.- La imagen visual emanada de la pantalla de T.V. tiene un gran poder de convencimiento.

NEGATIVO

- 1.- La televisión penetra poderosamente el proceso de aprendizaje de los niños y les enseña un conjunto de valores morales y sociales acerca de la violencia que no están en relación con las pautas de la sociedad civilizada.
- 2.- La televisión favorece la pasividad de los niños.
- 3.- La televisión en la sociedad contemporánea se ha convertido en una necesidad.
- 4.- La televisión no cumple su función social.
- 5.- La televisión invade culturalmente.
- 6.- Los mismos programas afectan de manera diferente a niños similares.

INFLUENCIA PSICOLOGICA DE LA T.V.

POSITIVO

- 1.- La televisión sirve como fuente de aprendizaje por la observación incidental.
- 2.- Los niños aprenden de la T.V. porque les ofrece el contacto más accesible al mundo de los adultos.
- 3.- La televisión canaliza las fantasías del niño.
- 4.- La televisión aumenta el vocabulario de los infantes.
- 5.- La televisión estimula el aprendizaje.
- 6.- La televisión ofrece modelos de identificación.
- 7.- La televisión ha mostrado que puede contribuir a la formación de una nueva conciencia de individuos, educando y orientando.
- 8.- La imagen visual emanada de la pantalla de la T.V. tiene un gran poder de convencimiento.

NEGATIVO

- 1.- La realidad de las imágenes afecta al aprendizaje mediante observación, especialmente a los niños más pequeños, puesto que todavía no distinguen entre fantasía y realidad.
- 2.- Los niños pueden aprender, y aprenden comportamientos agresivos en lo que ven en la T.V. y pueden retener lo aprendido durante un cierto período de tiempo.

- 3.- La televisión penetra poderosamente el proceso de aprendizaje de los niños y les enseña un conjunto de valores morales y sociales acerca de la violencia que no es tan en relación con las pautas de la sociedad civilizada.
- 4.- La televisión favorece la pasividad de los niños.
- 5.- La televisión distorciona la realidad del niño.
- 6.- La televisión ofrece al niño alternativas de violencia y agresividad.
- 7.- La televisión cuando la permanencia es excesiva se convierte en un medio de evasión de la realidad.
- 8.- La televisión comercial, en primer término y la estatal, como están cifradas actualmente, perjudican más al niño de lo que potencialmente pudieran beneficiarlo.
- 9.- Hacia los 11 y 12 años, el niño se hace completamente dependiente de la T.V.
- 10.- La televisión ha dejado de ser una mera diversión y se ha convertido en una forma de escape de la realidad personal, y de las tensiones hogareñas y escolares.
- 11.- La televisión afecta a los niños en sus condiciones físicas, provoca en gran número de casos, insomnio, cansancio, malas posiciones al sentarse, problemas en la vista, entre otras.
- 12.- La televisión propicia que el niño no tenga límites entre la fantasía y su propia realidad.

CONCLUSIONES

En nuestro país, no podemos hablar de una televisión propia ya que la que actualmente existe (privada y estatal) está fuertemente penetrada por instituciones extranjeras, lo que repercute directamente en los televidentes al ser penetrados culturalmente con valores y realidades distintas a la propia.

El imperialismo cultural no es gratuito, ya que para los países imperiales es un proceso vital destinado a asegurar y mantener la dominación económica y la hegemonía política.

Por su desarrollo acelerado y evolucionado en los últimos años, la televisión se ha convertido en el más importante de los medios de difusión colectiva, por su gran penetración en los diversos grupos sociales.

Asimismo es incuestionable que la televisión es la más poderosa herramienta como vehículo de educación informal, cuando sus contenidos tienen esa intención.

Los canales de televisión privados y estatales han sido estructurados de tal forma que prácticamente cada uno de ellos está destinado para diferentes núcleos sociales o clases; en definitiva la T.V. refuerza los ideales, aspiraciones y frustraciones de todos ellos.

La T.V. debe cumplir su función social al servir como instrumento de instrucción y educación para lograr una verdadera integración nacional y para mejorar las formas de convivencia humana.

La T.V. juega un papel cada vez más importante como fuente de información y cultura popular. La información en su más amplio sentido, es base de motivaciones en la conducta social, de modo que en su manejo deben quedar garantizados los valores y las concepciones culturales de la sociedad en su conjunto.

La T.V. constituye una fuente importante de influencias sobre los niños y, como tal, es un objeto legítimo de preocupaciones y acción pública.

La T.V. proporciona un entretenimiento masivo que sirve como válvula de escape a las presiones sociales inmediatas.

Durante largos siglos, los hombres hemos vivido culturalmente de la palabra hablada y del signo escrito; más en la actualidad nos encontramos ante otro tipo de cultura "la de la imagen" gracias al desarrollo de la T.V. y a su presencia en nuestros hogares.

La televisión ofrece una multiplicidad de componentes, que pueden convertirse en puntos de partida para nuevos usos del medio, algunos de los cuales serán de interés para las tareas de la educación, la ciencia y la tecnología.

La televisión debe cumplir la función social de extender la enseñanza a sectores relegados e incluso también a nuevas capas de la población. La televisión debe utilizarse en áreas tales como la promoción del trabajo, la capacitación y el adiestramiento.

La aparición de la televisión como nuevo medio de difusión colectiva no cabe duda que ha provocado una revolución de las costumbres de los pueblos. Poseer un aparato de televisión en casa, equivale a tener acceso audiovisual a todo aquello que sucede en el mundo.

La televisión no crea por sí misma el consumismo ni la dictadura. Tampoco es capaz, por sí sola, de instaurar la democracia ni de provocar la transformación social revolucionaria. Como medio de difusión colectiva, sólo refleja el grado y el tipo de desarrollo social. Sin embargo, en un país como el nuestro, donde más de la mitad de la población es infantil o adolescente, la televisión estatal y privada debe encaminar sus esfuerzos a un verdadero compromiso popular nacionalista e independiente.

BIBLIOGRAFIA BASICA

- ADORNO TEHODOR ET AL Industria cultural y Cultura de Masas, México, Monte Avila, Editores, 1974, 259 pp.
- BELTRAN LUIS RAMIRO
FOX DE CARDONA ELIZABETH Comunicación dominada, México, Edit. Nueva Imagen, 1980, 176 pp.
- BERGHEAUD EDMUND "La T.V. especie de sistema educativo y a veces contracultura", México, Excelsior, 20 marzo 1976.
- CAREAGA GABRIEL Mitos y fantasías de la clase media en México, México, Edit. Joaquín Mortiz, 1980, 237 pp.
- CONAPO La T.V. y los niños, México, 1980, 64 pp.
- CONSEJO NACIONAL DE RECURSOS
PARA LA ATENCION DE LA JU-
VENTUD. La juventud y recreación, México, Dirección de planeación, mayo 1980.
- CREMOUX RAUL Televisión o prisión electrónica, México, Fondo de Cultura Económica, 1973, 117 pp.
- FREYRE PAULO Extensión y comunicación, México, Edit. Siglo XXI, 1973, 108 pp.
- FREYRE PAULO La educación como práctica de la libertad, México, Edit. Siglo XXI, 1979, 151 pp.
- GATTEGNO CALEB Hacia una cultura visual, México, Septentas, 1979, 157 pp.
- GUTIERREZ FRANCISCO El lenguaje total, Pedagogía de los medios de Com., Humanitas, 1976, 205 pp.
- HALLORAN JAMES D. Los efectos de la T.V., Madrid, Editora Nacional, 1970, 383 pp.

- MATTELART ARMAND La cultura como empresa multinacional, México, Edit. Era, 1976, 175 pp.
- MC. QUAIL DENIS Sociología de los medios masivos de Com., México, Paidós, 1979, 165 pp.
- MC. LUHAN MARSHALL Los medios como extensiones del hombre, México, Diana, 1973, 443 pp.
- MENENDEZ ANTONIO Comunicación y desarrollo, México, FCP y S. U.N.A.M., 1977, 210 pp.
- MEZA VIRGINIA
DAVALOS FEDERICO Glosario de ciencias histórico-sociales I,II. México, Anúes, 1977, 74 pp. 86 pp.
- RAMIREZ SANTIAGO El mexicano psicología de sus motivaciones, México, Grijalbo, 1979, 192 pp.
- REVISTA EXPANSION Los reguladores de la información, México, Vol. XII 305, 10 dic. 1980.
- REVISTA MEXICANA DE CIENCIA POLITICA # 69 Periodismo y Com. Colectiva, 1972, 178 pp.
74 Comics y televisión, 1973, 126 pp.
79 Imagen y comunicación, FCP y S. U.N.A.M., 1973, 142 pp.
- REVISTA NUEVA POLITICA El Estado y la T.V., México, 1976, FCE, 1976, 288 pp.
- ROBINSON JOAN Libertad y necesidad, México, Edit. Siglo XXI, 1973, 154 pp.
- RODRIGUEZ MENDEZ JOSE M. Los teleadictos, Ediciones de bolsillo, Barcelona, Edit. Laia, 1973, 204 pp.
- SALINAS S. ROBERTO Los medios de comunicación están enfermos pero no de muerte, México, Revista Expansión, Vol. XII, 304 Nov. 26 1980.

- SALVAT La televisión, Barcelona, Salvat Editores, S.A. 1978, 142 pp.
- SALVAT Las noticias y la información, Barcelona, Salvat Editores, S.A. 1978, 142 pp.
- SALVAT Teoría de la imagen, Barcelona, Salvat Editores, S.A. 1978, 142 pp.
- SCHRAMM WILEUR Las ciencias de la comunicación humana, México, Edit. Roble, 1972, 166 pp.
- SOMAVIA JUAN ET AL La información en el nuevo orden internacional, México, Instituto Latinoamericano de Estudios transnacionales, 1977, 260 pp.
- TAUFIC CAMILO Periódismo y lucha de clases, México, Edit. Nueva Imagen, 1978, 215 pp.
- TELEVISION, CINE, HISTORIETAS Y PUBLICIDAD EN MEXICO. Cuadernos del centro de estudios de la comunicación, FCP y S. U.N.A.M. México, 70 pp.
- TIME "La hazafia más grande", noviembre 1964, 76 pp.
- TOUSSAINT FLORENCE Crítica de la información de masas. México, Anuiés, 1975, 98 pp.
- WAGNER FERNANDO La televisión, México, Nueva Colección Labor, Edit. Labor, 1972, 168 pp.

- SALVAT La televisión, Barcelona, Salvat Editores, S.A. 1978, 142 pp.
- SALVAT Las noticias y la información, Barcelona, Salvat Editores, S.A. 1978, 142 pp.
- SALVAT Teoría de la imagen, Barcelona, Salvat Editores, S.A. 1978, 142 pp.
- SCHRAMM WILBUR Las ciencias de la comunicación humana, México, Edit. Roble, 1972, 166 pp.
- SOMAVIA JUAN ET AL La información en el nuevo orden internacional, México, Instituto Latinoamericano de Estudios transnacionales, 1977, 260 pp.
- TAUFIC CAMILO Periodismo y lucha de clases, México, Edit. Nueva Imagen, 1978, 215 pp.
- TELEVISION, CINE, HISTORIETAS Y PUBLICIDAD EN MEXICO. Cuadernos del centro de estudios de la comunicación, FCP y S. U.N.A.M. México, 70 pp.
- TIME "La hazaña más grande", noviembre 1964, 76 pp.
- TOUSSAINT FLORENCE Crítica de la información de masas. México, Anúes, 1975, 98 pp.
- WAGNER FERNANDO La televisión, México, Nueva Colección Labor, Edit. Labor, 1972, 168 pp.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- BADURA BERNHARD Sociología de la comunicación, México, Ariel quincenal, 1979, 211 pp.
- BAENA PAZ GUILLERMINA
MONTERO OLIVARES SERGIO Comunicación un nuevo enfoque, México, Apoyo profesional en comunicación A.C. 1984, 173 pp.
- BAENA PAZ GUILLERMINA Manual para elaborar trabajos de investigación documental, México, UNAM 1973, 124 pp.
- BAENA PAZ GUILLERMINA Instrumentos de investigación, México, Editores mexicanos unidos, 1976, 134 pp.
- CASTILLA DE PINO C. La incomunicación, Madrid, Edit. Península, 1969, 153 pp.
- DEUSTECH KARL W. Los nervios del gobierno, Buenos Aires, Paidós (Modelos de Com. y control) 1971, 274 pp.
- DICCIONARIO DE COMUNICACION Editor 904, Buenos Aires, 1977 238 pp.
- DUHALT KRAUSS Técnicas de comunicación, México, Textos universitarios FCP y S. 1974, 136 pp.
- ENZENSBERGER HANS M. Elementos para una teoría de los medios de comunicación. Buenos Aires, Edit. Anagrama, 1974, 72 pp.

- FLORES JARAMILLO R. La explosión de las comunicaciones y la educación permanente, México, Promoción Cultural, S.A. 1975, 113 pp.
- HARNECKER MARTHA Los conceptos elementales del materialismo histórico, México, Edit. Siglo XXI, 1977, 341 pp.
- MARX ENGELS Obras escogidas, Moscú, Edit. Progreso, 1978, 831 pp.
- PINTO MASAL ANTONIO JORGE Régimen legal de los medios de comunicación colectiva, México, Serie Lecturas, FCP y S. U.N.A.M. 1977, 405 pp.
- PAOLI J. ANTONIO Comunicación, México, Edico, 1979, 195 pp.
- STANLEY MOORE Crítica de la democracia capitalista, México, Edit. Siglo XXI, 1974, 174 pp.
- TSE TUNG MAO Citas del Presidente, Pekín, Ediciones en Lenguas Extranjeras, 1967, 333 pp.

I N D I C E .

INTRODUCCION.	4
I.- TELEVISION Y SOCIEDAD.	13
A.- La Televisión en el mundo, su desarrollo.	29
B.- Alcances y limitaciones de la T.V.	40
1.- Características de la T.V.	40
2.- Ventajas de la T.V.	42
3.- Limitaciones de la T.V.	44
C.- Televisión y Publicidad	52
II.- TELEVISION Y EDUCACION	60
A.- El niño y la T.V.	73
B.- Influencia de la T.V.	85
C.- Efectos psicológicos de la programación en los niños.	97
III.- LINEAMIENTOS PARA ELABORAR UNA PROGRAMACION INFANTIL POR T.V.	112
A.- Alternativas de la T.V.	116
B.- Presencia positiva de la T.V.	121
C.- Presencia negativa de la T.V.	122
D.- Influencias de la T.V.	125
CONCLUSIONES	134
BIBLIOGRAFIA	137
INDICE	142